**BAB IX**

**RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI**

1. **Ringkasan Kegiatan Usaha**
2. Konsep Bisnis

Vania Decor merupakan sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang *Interior,* prinsip yang dianut usaha toko *interior*ini yaitu harga bersaing dan pelayanan serta kualitas yang baik. Konsumen bisa melihat barang secara langsung, memegang sampel produk dengan bebas dan dapat menanyakan harga, mendapatkan informasi pengetahuan sekitar produk, ditambah lagi adanya fasilitas AC atau *air conditioning* membuat konsumen merasa nyaman, dan disediakan sofa untuk konsumen serta konsumen dapat melihat langsung contoh-contoh *interior* yang ada, karena kami akan memasang contoh seperti *wallpaper,blinds*,parket,gorden,dan kaca film di dalam toko.

Dengan penataan barang dan ruang yang menarik, rapi dan apik membuat konsumen betah berlama-lama memilih produk di toko, didukung oleh sampel yang tersedia lengkap dan tempat negosiasi yang luas sehingga leluasa untuk melihat-lihat sampel. Karyawan Vania Decor siap untuk mensurvei langsung daerah yang akan dipasang jika dibutuhkan.

1. Visi dan Misi Perusahaan
2. Visi

“Menciptakan nilai kepada masyarakat tentang toko Interior Vania Decor dengan berbagai kemudahan dan memberikan pelayan dengan sepenuh hati agar terciptanya sebuah kepuasan pelanggan”.

1. Misi
2. Memperkenalkan Vania Decor sebagai toko yang menawarkan produk yang berbeda dari toko-toko yang ada kepada pasar.
3. Memberi kemudahan-kemudahan bagi masyarakat dalam proses negosiasi, pemesanan, dan beli serta kepuasan hasil. Dan juga bagi customer yang berada diluar kota.
4. Memberi pelayanan yang ramah dan cepat tanggap dalam melayani customer.
5. Produk

Vania Decor menawarkan produk-produk kebutuhan *interior* pada rumah, gedung, apartemen, bangunan, kantor, dan lain sebagainya, yang menjual berbagai macam Produk pemanis ruangan seperti *Wallpaper*, Karpet, Gorden, Parket, *Vinyl,* Kaca Film, *Blinds,* aksesoris-aksesoris *interior*, beserta jasa pemasangan yang akan memudahkan konsumen dalam menginstalasi produk.

1. Persaingan

Untuk Mengetahui data dan informasi dari pesaing, maka dilakukan observasi ke beberapa toko *Interior* di daerah Cempaka Putih, Jakarta Pusat. Dalam observasi tersebut, ditetapkan beberapa kriteria sebagai pertimbangan yaitu jenis barang, merek, harga, lokasi, pelayanan, promosi, kenyamanan, lahan parkir, dan dekorasi. Kriteria ini sebagai acuan untuk menentukan kekurangan dan kelebihan dari pesaing. Vania Decor memiliki 2 pesaing yang cukup berat yaitu Sammara Interior dan Levi Homes yang berada pada domisili yang sama. Vania Decor unggul dari kriteria harga, kualitas bahan, fasilitas dan pelayanan dibanding pesaing, dalam analisis CPM dengan masing-masing *rating* 4 dibanding dengan kedua pesaing yang memiliki *rating* lebih rendah.

1. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar Vania Decor Pada kelompok usia dan tingkat pendapatan, target pasar yang dituju adalah orang dewasa dalam artian 18 tahun keatas laki-laki maupun perempuan yang mengerti pentingnya interior sebuah ruangan dan target pasar pada tingkat pendapatan penghasilan adalah kalangan menengah keatas, tidak menutup kemungkinan jika kalangan menengah dan menengah kebawah mencari produk-produk interior yang sesuai dengan budget masing-masing kalangan.

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Vania Decor yaitu pemasaran direct dan *online system*, seperti Tokopedia, Bukalapak, Instagram, OLX, Shopee sebagai pangsa terbesar yang selalu digunakan oleh seluruh masyarakat di Indonesia. Pemasaran langsung yaitu dengan mengunjungi setiap toko *interior* agar dapat bekerja sama dengan Vania Decor, menyebarkan brosur-brosur dan kartu nama serta melalui *word of mouth*. Vania Decor selalu mengevaluasi metode pemasaran secara berkala untuk mengetahui sejauh mana efektivitas dari media promosi yang digunakan.

1. Tim Manajemen

Vania Decor merupakan bisnis dengan struktur organisasi sederhana, tenaga kerja yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha ini adalah sebanyak 9 orang yang diseleksi melalui tahapan-tahapan *recruitment* terdiri dari manajer, administrasi, keuangan, pemasaran, karyawan toko, kurir dan 3 tenaga pemasangan (tukang). Seluruh bagian divisi bertanggung jawab kepada manajer, manajer sendiri memiliki tanggung jawab yang besar seperti mengontrol proses bisnis dan mengarahkan seluruh divisi agar kegiatan operasional dapat berjalan dengan baik, seluruh keputusan bisnis akan ditentukan oleh seorang manajer.

1. Kelayakan Keuangan

Analisis keuangan dilakukan untuk menentukan usaha Vania Decor layak dijalankan atau tidak, berbagai analisis keuangan yang dilakukan yaitu *Payback Period, Net Present Value (*NPV), *Profitability Index(*PI*)* dan *Break Even Point (*BEP*)* yang dapat dilihat melalui tabel pada halaman selanjutnya:

 **Tabel 9.1**

**Kesimpulan Kelayakan Investasi Vania Decor**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Analisis** | **Batas Kelayakan** | **Hasil Analisis** | **Kesimpulan** |
| *Payback Period* | 5 Tahun | 3 Tahun 7 bulan 8 hari | Layak |
| *Net Present Value (*NPV) | NPV > 0 |  Rp 96,419,806  | Layak |
| *Profitability Index(*PI*)* | PI > 1 | 1.068 | Layak |
| *Break Even Point (*BEP*)* | Penjualan > BEP | Penjualan per tahun > BEP per tahun | Layak |

Sumber: Vania Decor

Kesimpulan dari keseluruhan perencanaan bisnis dan analisis kelayakan keuangan atau investasi seperti melakukan empat analisis yaitu pada analisis *Payback period* (PP) diperkirakan Vania Decor akan mencapai titik balik modal dalam waktu 3 tahun 7 bulan 8 hari, untuk *net present value* (NPV) nilainya lebih besar daripada 0 yaitu Rp 96.419.806, untuk *profitability index* (PI) nilainya lebih daripada 1 yaitu 1,068, sedangkan analisis *break-even point* (BEP) nilai penjualan Vania Decor lebih besar dari BEP setiap tahunnya, ini menunjukan bahwa usaha Vania Decor dapat dikatakan layak untuk dijalankan.