**BAB IX**

**RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI**

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

Sriwijaya Etniq Galeri merupakan sebuah bisnis rumah oleh-oleh yang menjual berbagai macam produk makanan khas Sumatera Selatan terutama Palembang. Rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri menawarkan produk makanan dan pakaian yang berkualitas serta harga produk yang mampu bersaing secara kompetitif dengan para kompetitor atau pesaing yang sudah ada. Rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri rencananya akan didirikan Jl. Proklamasi Kampus Blok J No.15, RT15, RW 09, Lorok Pakjo, Palembang.

1. **Visi dan Misi Perusahaan**

Visi dari rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri yaitu “Menjadi pusat toko oleh-oleh khas Palembang yang berkualitas dan menjadi pilihan utama bagi pelanggan”. Sedangkan misi dari rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri adalah memberikan dan meningkatkan kepuasan bagi pelanggan, memperluas jaringan penjualan dan meningkatkan mutu produk.

1. **Produk / Jasa**

Sriwijaya Etniq Galeri merupakan rumah oleh-oleh yang menjual produk oleh-oleh khas Sumatera Selatan dan kota Palembang, seperti makanan dan pakaian khas Palembang yang dapat dijadikan buah tangan.

1. **Persaingan**

Rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri memiliki banyak pesaing, 2 contoh pesaing Sriwijaya Etniq Galeri yaitu Lenggok dan Suwandi. Dari analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM), rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri memperoleh poin sebesar 2,81 sedangkan untuk Lenggok mendapatkan poin 3,33 dan mendapatkan poin sebesar 3,47. Harapan ke depannya Sriwijaya Etniq Galeri dapat meningkatkan kualitas produk dan pelayanan sehingga Sriwijaya Etniq Galerindapat mengungguli para pesaingnya.

1. **Target dan Ukuran Pasar**

Sriwijaya Etniq Galeri merupakan rumah oleh-oleh yang menargetkan masyarakat kota Palembang terutama wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara yang sedang berkunjung ke kota Palembang dalam rangka bisnis maupun liburan.

1. **Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri adalah dengan melakukan promosi melalui media sosial seperti Instagram. Hal ini dikarenakan media sosial sangat mudah diakses oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja, selain itu promosi melalui media sosial membutuhkan biaya yang sedikit dengan jangkauan yang luas.

1. **Tim Manajemen**

Rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri menggunakan struktur organisasi yang sederhana dengan jabatan yang tertinggi adalah Manajer*.* Dibawah jabatan Manajer terdapat Pegawai Administrasi dan Keuangan, Pegawai Gudang, Pramuniaga, Kasir dan *Office boy*. Total tenaga kerja yang bekerja di rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri sebanyak 7 orang.

1. **Kelayakan Keuangan**

Berbagai macam analisis keuangan yang telah dilakukan dapat bermanfaat untuk menentukan apakah usaha rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeriini layak untuk dijalankan. Dari segi kelayakan keuangan, angka penjualan setelah tahun pertama melebihi nilai *break event point* (BEP). Dari perhitungan *payback period* rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeriyang berjalan selama lima tahun didapatkan bahwa periode *payback* *period* usaha ini adalah 2 tahun 8 bulan 22 hari yang masih berada dibawah lima tahun. Perhitungan NPV dari Sriwijaya Etniq Galeri pun menunjukkan nilai NPV lebih besar dari 0 (nol). Jika dilihat dari hasil perhitungan *profitability index*, rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri memiliki PI sebesar 2,862440218 > 1. Hal ini membuktikan bahwa investasi yang dilakukan ke perusahaan rumah oleh-oleh Sriwijaya Etniq Galeri dapat dikatakan layak.