



## BAB IX

### RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

#### 9.1 Ringkasan Kegiatan Usaha

##### a. Konsep Bisnis

Konsep bisnis pada *HomeDecor88* adalah menyediakan produk yang dibutuhkan oleh konsumen sesuai dengan tren pasar dan memberikan harga yang tentunya menarik bagi konsumen itu sendiri. Segmen konsumen yang diambil oleh *HomeDecor88* adalah menengah kebawah dan berfokus pada penjualan dengan media *online* yang artinya dengan media *online*, konsumen akan lebih efisien dalam berbelanja. Media *online* yang digunakan oleh *HomeDecor88* diantaranya adalah Tokopedia, Shopee, dan tiktok sehingga pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen adalah berupa kepuasan dalam membeli sebuah produk dan akan terus menjaga kualitas sehingga barang yang diterima konsumen sesuai dengan apa yang ada Digambar foto iklan. Bentuk pelayanan yang akan diberikan berupa respon cepat dalam hal menanyakan produk maupun jenis pengiriman yang akan digunakan.

##### b. Visi dan Misi Perusahaan

- 1) Visi: Menjadi salah satu penyedia alat-alat perabotan rumah tangga yang memiliki harga terjangkau dan kualitas yang dapat bersaing.
- 2) Misi:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a) Menjadi *leader* dalam segmen pasar perabotan rumah tangga di Indonesia yang berbasis *online*.

- b) Menyediakan produk dengan kualitas bersaing
- c) Menyediakan harga yang menarik bagi konsumen
- d) Memberikan pelayanan terbaik untuk seluruh konsumen

3) Tujuan:

Tujuan memiliki 2 segmentasi yang diukur dalam jangka waktu:

a) Tujuan jangka pendek:

- (1) Memberikan pelayanan dengan menjalin komunikasi baik dalam hal menanyakan sebuah produk kepada pelanggan.
- (2) Membangun *branding* bahwa barang yang murah tidak selalu memiliki kualitas produk yang buruk.

b) Tujuan jangka panjang:

- (1) Dapat menguasai pasar pada segmen perabotan rumah tangga terutama di media *online*.

c. Produk

*HomeDecor88* merupakan toko *online* dibidang perabotan rumah tangga. Produk-produk yang disediakan berupa panci, tempat makan anak hingga sabun pel lantai dengan model yang bervariasi dan kategori produk yang beragam.

d. Persaingan



Persaingan merupakan hal yang pasti akan dialami oleh semua pemilik bisnis, oleh karena itu dibuthkannya informasi-informasi mengenai data bisnis pesaing untuk merencanakan atau membuat strategi pemasaran yang nantinya akan digunakan untuk bersaing secara efektif. Pesaing yang dihadapi oleh *HomeDecor88* diantaranya adalah *Uno Living Furniture*, *Halu\_Official\_shop*, *Home Living By Listia* produk yang ditawarkan para pesaing kurang lebih sama dengan *Homedecor88*. Dari analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM), *HomeDecor88* memperoleh poin sebesar 3.547, sedangkan untuk *Uno Living Furniture* memperoleh poin sebesar 2.588, *Halu\_Official\_shop* memperoleh poin sebesar 2.303 dan *Home Living By Listia* memperoleh poin sebesar 3.195. Hasil analisa CPM yang lebih rendah tidak menjadi penentu utama suatu bisnis lebih buruk dibandingkan dengan pesaingnya, karena angka-angka pada tabel analisa CPM hanya menggambarkan bahwa setiap bisnis memiliki kekuatan dan kelemahan yang berbeda-beda. *HomeDecor88* memiliki kekuatan untuk dapat bersaing yaitu pelayanan yang cepat dalam membalas pesan konsumen, promosi yang menarik serta harga yang terjangkau.

#### e. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar *HomeDecor88* adalah masyarakat wanita diindonesia tetapi tidak menutup kemungkinan pada pria yang ingin membeli untuk kebutuhan rumah tangganya. Selain itu *HomeDecor88* ingin membuat *branding* sebagai penyedia produk rumah tangga yang memiliki harga terjangkau dan kualitas yang bersaing.

#### f. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran yang akan digunakan oleh *HomeDecor88* berupa:

##### 1) Advertising

*HomeDecor88* akan menggunakan *hang tag* untuk mengingatkan konsumen terhadap toko online *Homedecor88* dan juga mencantumkan kontak yang berfungsi untuk

mempermudah konsumen untuk memilih alternatif untuk menghubungi *HomeDecor88* sehingga komunikasi antara konsumen dapat terus terjaga. Dengan adanya *hang tag* ini, akan lebih mudah memperluas pangsa pasarnya karena konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan akan merekomendasikan kepada kerabat terdekat.

*Platform* yang digunakan oleh *HomeDecor88* adalah Tokopedia, Shopee dan Tiktok sebagai media yang digunakan banyak masyarakat untuk berbelanja. Selain itu *HomeDecor88* memilih media tersebut sebagai tempat untuk promosi sekaligus menjual produk dikarenakan sudah mempunyai reputasi baik di kalangan konsumen serta *HomeDecor88* akan ikut serta dalam melaksanakan *event* yang dibuat oleh media *online* tersebut diantaranya adalah *flash sale*, gratis ongkir dan voucher diskon.

#### g. Tim Management

*HomeDecor88* merupakan bisnis dengan struktur organisasi yang sederhana, posisi tertinggi ditempati oleh pemilik yang berperan sebagai manager yang memimpin admin dan staff operasional. Staff operasional dibuthkan 1 orang untuk melakukan pengemasan dan pengiriman produk. Tugas manajer sendiri yaitu melakukan pengawasan langsung terhadap semua karyawan dan bertanggung jawab atas keberlangsungan bisnis.

#### h. Kelayakan keuangan

Analisis keuangan yang dilakukan yaitu nilai BEP, *net present value* (NPV), *profitability index* (PI) dan *payback period* (PP). Hasilnya diperoleh bahwa pada BEP nilai *Sales* lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan, untuk NPV didapat yaitu Rp75,565,081, untuk *Payback Period* diperoleh 2 Tahun 9 Bulan 3 Hari dengan batas maksimal 5 tahun, dan yang terakhir perhitungan PI dengan hasil 1.837172808 diatas 1.

## 9.2 Rekomendasi Visibilitas Usaha





Berkembangnya teknologi yang sudah dibuktikan sebagai solusi untuk permasalahan yang ada, hal ini dapat menjadi peluang untuk dijadikan dan dimanfaatkan untuk kegiatan bisnis. Pemilik melihat perkembangan masyarakat yang sudah berubah dari berbelanja *offline* menjadi berbelanja *online*. Dan setelah dilakukan berbagai analisis kelayakan usaha, didapatkan hasil yang dirangkum di dalam tabel berikut:

**Tabel 9.1**  
**Kesimpulan Kelayakan Investasi *HomeDecor88***

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
Break Even Point	Penjualan > Nilai BEP	Penjualan per tahun > BEP per tahun	Layak
Net Present Value	0	85.538.969	Layak
Payback Period	5 Tahun	2 Tahun 9 Bulan 3 Hari	Layak
Profitability Index	1	1,837172808	Layak

Sumber: *HomeDecor88*

Kesimpulan dari analisis kelayakan keuangan ini adalah bisnis *HomeDecor88* yang bergerak dibidang perabotan rumah tangga layak untuk dijalankan.