



## BAB IX

### RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### A. Ringkasan Kegiatan Usaha

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

##### 1. Konsep Bisnis

*Little Twig* adalah bisnis yang bergerak di bidang usaha perdagangan yang menjual produk cairan antiseptik berbahan dasar HOCL (*Hypochlorous Acid*) dengan 2 varian usia dan 4 varian ukuran. Konsep bisnis *Little Twig* adalah menyediakan produk cairan antiseptik atau *Sanitizing Water* yang tidak menggunakan alkohol dan aman untuk bayi, balita, maupun orang dewasa yang memiliki permasalahan kulit sensitif. Kandungan yang terdapat pada produk cairan antiseptik *Little Twig*, berbahan dasar HOCl (*Hypochlorous Acid*) yang merupakan senyawa alami yang dihalsikan tubuh untuk meningkatkan sistem imun, terbukti lebih efektif membunuh kuman, virus, bakteri, dibanding Alkohol. Penjualan produk dilakukan secara *online* melalui platform *e-commerce* sehingga dapat memudahkan masyarakat karna tidak perlu keluar rumah untuk membeli produk *Little Twig*.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 2. Visi dan Misi Perusahaan

visi merek usaha *Little Twig* adalah “Menjadi usaha yang menjual produk berkualitas, bermanfaat dan dapat menjawab kebutuhan masyarakat, dengan harga yang terjangkau.” Sedangkan misi dari bisnis *Little Twig* adalah sebagai berikut:

- a. Menetapkan standar kualitas produk dan menggunakan bahan baku yang aman bagi semua target pasar dalam proses produksi
- b. Mengutamakan kebutuhan, kepuasan dan kepercayaan konsumen
- c. Mempekerjakan tenaga kerja yang terlatih guna memberikan pelayanan terbaik bagi setiap konsumen
- d. Menghadirkan inovasi pada produk dan melakukan ekspansi dengan membuka toko sendiri

## 3. Produk / Jasa

Produk yang ditawarkan dan dijual oleh *Little Twig* adalah Produk Cairan antiseptik dengan varian untuk Ibu dan Bayi, dan untuk Balita dan Orang dewasa.

Kedua varian tersebut dikemas dalam kemasan 20mL, 100mL, 250mL, dan 500ml.

*Little Twig* menggunakan bahan dasar HOCl (*Hypochlorous Acid*) yang merupakan senyawa alami yang dihasilkan tubuh untuk meningkatkan sistem imun, terbukti lebih efektif membunuh kuman, virus, bakteri, dibanding Alkohol.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

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.



#### 4. Persaingan

**C** Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Persaingan merupakan hal yang sudah pasti ada dalam dunia bisnis. Maka dari itu sebuah bisnis diharuskan untuk dapat menyusun dan menetapkan strategi dalam menghadapi persaingan dan mendapatkan keuntungan. Dalam penyusunan strategi bisnis tentunya harus dilakukan analisis terhadap pesaing yang ada di area atau ranah bisnis yang sama. Dari analisis yang dilakukan akan dihasilkan informasi dan data mengenai pesaing yang dapat digunakan untuk membandingkan produk, harga, dan value bisnis kita dengan pesaing. Hal tersebut akan berguna untuk kita dapat merencanakan strategi bisnis, baik secara operasional maupun pemasaran secara efektif. Dari hasil analisis *Competitive Profile Matrix* merek *Little Twig* memperoleh nilai lebih tinggi dibandingkan dengan kedua pesaing, dimana kekuatan merek *Little Twig* berada pada kualitas produk / bahan baku dan harga yang kompetitif, namun kelemahan terletak pada merek yang masih baru dan belum dikenal masyarakat.

#### 5. Target dan ukuran pasar

Target pasar *Little Twig* adalah masyarakat kalangan menengah ke atas yang berdomisili di Jabodetabek, khususnya Bekasi dan sekitarnya yang memiliki gaya hidup sehat, selalu menjaga kebersihan diri maupun lingkungan sekitar, dan menyukai hal-hal praktis seperti membeli barang dengan ukuran yang mudah dibawa dan suka melakukan transaksi secara *online* menggunakan *handphone* maupun perangkat teknologi lainnya.

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 IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



## 6. Strategi pemasaran

© Dalam melaksanakan kegiatan promosi, strategi pemasaran yang dilakukan *Little Twig* adalah sebagai berikut:

### a. Periklanan Secara *Online* Melalui Media Sosial

Pada era sekarang ini, terdapat platform media sosial yang dapat digunakan untuk beriklan secara *online*, seperti *Instagram Ads* dan *Facebook Ads*. Maka dari itu *Little Twig* menggunakan media sosial untuk memulai bisnis, sebagai salah satu alat promosi guna memperkenalkan dan menjual produk kepada konsumen. Selain dapat menurunkan biaya operasional, media sosial dapat membantu bisnis menjangkau pasar lebih luas.

### b. Penjualan secara langsung (*Direct Selling*)

Praktik kegiatan promosi ini dilakukan *Little Twig* dengan mengikuti acara pameran atau festival. Dalam acara tersebut, *Little Twig* akan melakukan interaksi secara langsung mulai dari mengenalkan, memberikan penjelasan dan menjawab pertanyaan terkait produk, hingga melakukan transaksi dengan konsumen. Praktik lainnya adalah dengan menawarkan produk secara langsung kepada lingkungan sekitar, dimulai dari orang terdekat seperti teman dan keluarga.

### c. Promosi dari Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*)

*Little Twig* akan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, dan menjual produk yang berkualitas. Hal ini guna menciptakan persepsi atau *image* yang baik bagi merek dan memberikan dampak yang baik kepada konsumen lewat produk dan pelayanan *Little Twig*. Upaya ini akan mengarah pada tingkat kepuasan konsumen. Tingkat kepuasan tersebut akan mengarahkan konsumen untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



melakukan promosi *Word of Mouth* yang akan memberikan dampak seperti, merek yang semakin dikenal, dan peningkatan penjualan, pada bisnis *Little Twig*.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

7. Tim manajemen

*Little Twig* merupakan bisnis yang menetapkan struktur organisasi sederhana guna memastikan kejelasan setiap tugas dan tanggung jawab SDM selama proses pelaksanaan kegiatan operasional usaha. SDM yang dibutuhkan oleh *Little Twig* pada tahun pertama berjalannya bisnis berjumlah 5 orang yang terdiri dari 1 orang manajer, 1 orang staf administrasi dan keuangan, 1 orang staf pemasaran, 1 orang staf penjualan *e-commerce*, dan 1 orang staf pengemasan dan pengiriman.

8. Kelayakan keuangan

Analisis kelayakan keuangan perlu dilakukan guna menentukan apakah sebuah bisnis layak untuk dijalankan atau tidak. Analisis keuangan yang dilakukan oleh bisnis *Little Twig* untuk mengetahui kelayakan bisnis adalah *Payback Period (PP)*, *NET PRESENT VALUE (NPV)*, *Profitability Index (PI)*, dan *Break-Event Point (BEP)*.

**Tabel 9.1 Kesimpulan Kelayakan Investasi Bisnis *Little Twig***

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period</i>	< 5 Tahun	2 Tahun 0 Bulan 2 Hari	Layak
<i>Net Present Value</i>	$NPV > 0$	327.441.904	Layak
<i>Profitability Index</i>	$PI > 0$	3,07	Layak
<i>Break Event Point</i>	Penjualan > <i>BEP</i>	Penjualan per-Tahun > <i>BEP</i> per-Tahun	Layak

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.



## B. Rekomendasi Visitabilitas Usaha

© **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**  
**IBIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**  
**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Dalam melakukan studi kelayakan, bisnis *Little Twig* melakukan pembuktian kelayakan bisnis melalui metode analisis kelayakan investasi dengan analisis *Payback Period*, *Net Present Value*, *Profitability Index*, dan *Break Even Point*. Berdasarkan hasil analisis *Payback Period* (PP) diperkirakan bisnis *Little Twig* akan mencapai titik balik modal dalam waktu 2 Tahun 0 Bulan 2 Hari, untuk *Net Present Value* (NPV) nilainya lebih besar daripada 0 yaitu Rp 327.441.904, untuk *Profitability Index* (PI) nilainya lebih daripada 1 yaitu 3,07, dan analisis kelayakan usaha dengan metode *Break Even Point* (BEP), nilai penjualan yang dilakukan oleh *Little Twig* lebih tinggi dibandingkan nilai BEP setiap tahunnya maka bisnis *Little Twig* bisa direkomendasi dan layak untuk dijalankan.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.