



BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis

KacaKita merupakan bisnis yang bergerak di bidang *furniture* yang menawarkan produk *vanity mirror* atau cermin solek dengan bahan baku yang berkualitas yaitu jenis kayu *block board* yang berbeda dari yang digunakan para pesaing. Dengan kualitasnya yang baik, KacaKita tetap menjual produk dengan harga yang terjangkau dan cenderung lebih rendah dibanding para pesaing.

KacaKita melakukan penjualan lewat *e-commerce* dan sosial media untuk memudahkan pelanggan melakukan pembelian tanpa harus datang langsung ke toko fisik. Namun KacaKita akan mengikuti *event* pameran dari *mall – mall* yang ada agar para pelanggan dapat melihat secara langsung produk *vanity mirror* dari KacaKita

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari KacaKita adalah menjadi brand *vanity mirror* yang berkualitas di Indonesia dengan harga terjangkau.

Misi dari KacaKita adalah :

- 1) Menyediakan produk dengan bahan yang berkualitas baik
- 2) Menjual produk dengan harga rendah dengan kualitas yang baik
- 3) Mampu memberikan pelayanan yang terbaik dan ramah untuk pelanggan

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.



3. Produk

KacaKita memiliki 4 varian produk yaitu *standing vanity mirror*, *dressing table vanity mirror*, *make-up vanity mirror*, dan *hanging vanity mirror*. Dengan adanya varian produk tersebut, KacaKita dapat memenuhi setiap kebutuhan konsumen akan *vanity mirror*

4. Persaingan

Setiap usaha yang dijalankan pasti memiliki pesaing. KacaKita sendiri memiliki pesaing yaitu GVDPROPS dan Besta Living.

5. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar dari KacaKita adalah konsumen remaja hingga orangtua dengan rentang usia 17 – 40 tahun dengan jenis kelamin perempuan dengan segala profesi namun diutamakan ibu rumah tangga, kelompok masyarakat kelas menengah

6. Strategi Pemasaran

Pemasaran melalui media sosial yang ada seperti instagram dan tiktok. Serta melakukan endorse melalui *influencer* yang sedang terkenal dan sesuai segmentasi pasar dari KacaKita sehingga dapat memperkenalkan KacaKita kepada masyarakat luas. KacaKita juga akan mengikuti *event* pameran yang diadakan oleh *mall – mall* yang ada terutama yang sedang melakukan pameran *fashion* dan barang – barang lokal.

7. Tim Manajemen

KacaKita merupakan usaha kecil dengan struktur organisasi yang sederhana. Dimana pemilik berperan menjadi manajer yang membawahi langsung 8 karyawan yang terdiri dari 2 admin sosial media, 4 tukang, dan 1 *staff* gudang. Seluruh karyawan bertanggung jawab kepada manajer. Tugas manajer sendiri



adalah mengawasi jalannya operasional bisnis, kinerja para karyawan dan memberikan keputusan akhir demi kelancaran bisnis.



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

8. Kelayakan Keuangan

Penilaian layak atau tidaknya suatu usaha yang akan didirikan dapat diketahui dengan indikator-indikator seperti berikut ini

Tabel 9. 1

Kesimpulan Kelayakan Keuangan KacaKita

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisa	Kesimpulan
Payback Period (PP)	5 Tahun	1 Tahun 4 Bulan 8 Hari	Layak
Net Present Value (NPV)	NPV>0	Rp. 568.492.570	Layak
Profitabilty Index (PI)	PI>1	4,67745111	Layak
Break Even Point (BEP)	Penjualan > Nilai BEP	Penjualan > Nilai BEP/tahun	Layak

Sumber : KacaKita

B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Dapat disimpulkan dari keseluruhan perencanaan bisnis dan analisis kelayakan keuangan dan investasi menunjukkan bahwa usaha KacaKita layak untuk dijalankan

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.