**BAB IX**

**RINGKASAN EKSEKUTIF/ REKOMENDASI**

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

Home Mart merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang ritel modern dengan konsep supermarket bangunan. Dengan prinsip harga yang murah dan belanja lebih nyaman, menjadikan bisnis ritel berkonsepkan supermarket ini menjadi daya tarik dalam industri ritel modern. Konsep bisnis ini dibuat untuk memudahkan konsumen berbelanja dalam satu tempat dengan menyediakan keragaman produk yang bahan bangunan dan perlengkapan rumah yang bervariasi dan dengan harga terjangkau.

1. **Visi dan Misi Perusahaan**
2. Visi

Menjadi tempat pusat ritel terbaik bagi para konsumen dengan berorientasi selalu kepada pemenuhan kebutuhan masyarakat akan bahan bangunan dan perlengkapan rumah mereka, pelayanan terbaik serta kenyamanan konsumen dalam berbelanja.

1. Misi
2. Menyediakan produk-produk berkualitas dengan pilihan yang lengkap & terbaru dengan harga yang terjangkau.
3. Menghadirkan pelayanan yang unggul dangan bersikap ramah, baik dan sopan santun kepada konsumen.
4. Terus mengalami perkembangan ke arah yang lebih baik lagi dalam segi operasional lewat inovasi dan teknologi.
5. **Produk**

Produk yang dijual dituju kepada pembeli akhir (*end user*) untuk kemudian digunakan, tetapi tidak menutup kemungkinan produk yang ditawarkan digunakan oleh instansi tertentu dan digunakan untuk keperluan mereka baik usaha atau keperluan pribadi mereka. Jenis produk yang ditawarkan ialah seperti semen, cat, paku, keramik, pipa, kran, alat listrik, engsel pintu, pegangan pintu, baut sekrup, alat tukang, bor & mata bor, jenis-jenis tang, gembok, obeng, meteran, fasilitas kebersihan dan alat elektornik.

1. **Persaingan**

Beberapa pesaing utama bagi Home Mart didaerah tersebut adalah SM Supermarket Bangunan dan TB Gemilang. Dari analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM), Home Mart memperoleh point sebesar 3,41, SM memperoleh poin sebesar 3,1, dan TB. Gemilang memperoleh poin sebesar 2,84. Home Mart memiliki keunggulan di kualitas produk dan pelayanan, lokasi yang cukup strategis, keberagaman produk yang lebih lengkap, serta tempat parkir yang luas.

1. **Target dan Ukuran Pasar**

Home Mart menargetkan semua rentang usia 10 tahun sampai usia lanjut dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan tanpa ada perbedaan ras, suku, budaya, pendidikan, serta agama yang berdomisili di Negara Indonesia khususnya wilayah Sako Kenten, Palembang, Sumatera Selatan.

1. **Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran yang diteapkan oleh Home Mart adalah membagikan brosur diskon bulanan kekompleks perumahan warga dan memasang banner diskon serta perluasan brand Home Mart melalui kartu nama. Evaluasi terhadap metode pemasaran akan dilakukan secara berkala untuk mengetahui sejauh mana efektifitas dari media promosi yang digunakan.

1. **Tim Manajemen**

Home Mart memiliki struktur organisasi sederhana dengan jabatan tertinggi adalah Direktur (*owner*) dan langsung dibawahi oleh Kepala Toko yang sementara masih dipegang oleh *owner*, kemudian langsung membawahi Kasir, Kepala Toko dan Logistik serta pramuniaga. Home Mart membutuhkan total tenaga kerja untuk melakukan kegiatan operasional sehari-hari adalah sebanyak 12 orang. Mereka semua memiliki tugas dan tantangan masing-masing yang harus diselesaikan setiap harinya.

1. **Kelayakan Keuangan**

Dari berbagai analisis kelayakan usaha yang telah dilakukan oleh Home Mart, diperoleh hasil sebagai berikut. Pada analisis *Break even Point*, nilai penjualan lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Untuk *Net Present Value*, didapat sebesar Rp 1.280.488.078,24 yaitu bersifat positif. PI dengan nilai diatas 1 yaitu 1,078 dan *Payback Period* selama 1 tahun 10 bulan 4 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Kesimpulan dari analisis kelayakan usaha keuangan tersebut adalah usaha Home Mart layak untuk dijalankan.

1. **Rekomendasi Visibilitas Usaha**

Home Mart perlu lebih banyak lagi belajar hal-hal baru terutama dalam dunia bisnis ritel serta harus mau bergerak dinamis menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar. Hal yang harus sangat diperhatikan adalah memberi pelayanan yang baik terhadap konsumen, memberi promosi yang beradaptasi dengan teknologi yang selalu menyesuaikan target pasar yang dituju, menjaga keberagaman produk agar tetap lengkap serta menjalin hubungan baik dengan karyawan dan memberi motivasi agar dapat melaksanakan tugas dengan baik.

Penulis memiliki rencana kedepannya untuk usaha ritel Home Mart yaitu dengan selalu memberikan kemudahan bagi para masyarakat dalam menjangkau Home Mart yaitu dengan contoh konkrit ialah melalui web dan aplikasi Home Mart. Melalui proses yang modern ini membuat promosi Home Mart semakin efektif serta selalu mengikuti perkembangan teknologi disekitarnnya dan akan selalu dapat dijangkau oleh masyarakat. Kedepannya penulis juga memiliki rencana demi mengikuti perkembangan teknologi, Home Mart akan menjadi pelopor konsep *self order* system dengan cara memasang *self order* kiosk dllnya. Semua rekomendasi dan perencanaan yang telah disebutkan diharapkan untuk membuat Home Mart semakin berkembang ke arah yang lebih maju dalam menjangkau dan berhubungan dengan para konsumen yang kemudian secara langsung akan mempengaruhi penjualan dan peningkatan intregitas Home Mart.