



BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF ATAU REKOMENDASI

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. RINGKASAN KEGIATAN USAHA

1. Konsep Bisnis

Acara merupakan kegiatan yang sering dilakukan oleh seluruh masyarakat, mulai dari acara pernikahan, acara *gathering*, acara kumpul keluarga, acara peresmian suatu, acara ulang tahun dan lain-lain. Musik menjadi salah satu pemanis dalam suatu kegiatan, karena dengan adanya musik dapat membuat acara tersebut tidak terasa sepi. Untuk itu *Creativin Entertainment* hadir dan siap untuk memberikan kesan yang baik terhadap kegiatan yang akan dilakukan, dengan pemusik, penyanyi yang berjiwa muda dan kreatif dapat membuat acara menjadi terasa lebih hidup dan membuat para tamu undangan merasa nyaman dalam acara tersebut. Selain daripada musik, *Creativin* juga menyediakan Master Ceremony (MC) atau biasa disebut pemandu acara dapat menjadikan acara tersebut lebih teratur dan terarah, dan juga dapat menghidupkan suasana acara tersebut menjadi lebih berkesan, karena SDM yang dipilih oleh *Creativin Entertainment* sendiri berdasarkan kriteria yang memiliki jiwa *entertaining* dan selalu mengikuti perkembangan jaman yang ada, dan sound system yang akan ditawarkan juga sudah terpilih dari pengalaman yang sudah dimiliki dalam mengelola sound system acara baik *indoor* maupun *outdoor*.

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.



2. Visi Dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi dari *Creativin Entertainment* sebagai berikut:

Visi

Menjadi penyedia jasa vendor hiburan yang inovatif, kreatif unggul dan terpercaya untuk masyarakat, dan memberikan kesan kerja sama yang saling menguntukan atas kedua belah pihak.

Misi

1. Membuat acara menjadi lebih romantis dan berkesan
2. Menjadi Vendor yang dapat memberikan pelayanan dan kualitas terbaik sesuai dengan permintaan
3. Memberikan kesan menarik terhadap client yang bekerja sama
4. Menjadi vendor yang dapat menjangkau semua segmen pasar dengan kualitas terbaik.

3. Jasa

Creativin Entertainment adalah bisnis vendor hiburan yang menyediakan peralatan hiburan seperti musisi, band, penyanyi, *master ceremony* dan *sound system* dengan tujuan untuk membantu membuat suatu acara menjadi lebih berkesan dan tidak membosankan, jasa yang akan dihasilkan adalah pelayanan mengiringi lagu, menyanyikan lagu sesuai dengan tema dari acara tersebut sekaligus mengiringi dengan musik mulai dari awal acara sampai akhir acara. Dengan adanya jasa ini membuat para tamu undangan merasa nyaman berada dalam acara tersebut, selain dari suasana tidak terlalu hening, membuat para tamu undangan bisa bernyanyi bersama-sama sambil menikmati makanan dan acara yang sedang berlangsung. *Creativin Entertainment* juga akan menawarkan

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



mini show case kepada konsumen untuk pembelian paket love coustic 2 , cupid pack, dan Creativin pack, yang dimana mini show case ini adalah sebuah pertunjukan drama yang dibungkus dengan lagu-lagu dan humor sesuai dengan permintaan dari konsumen. *Sound system* yang akan ditawarkan pun sudah memenuhi standart kelayakan, karena sound system yang akan dipilih sudah berkualitas, dengan soundman yang sudah ahli dalam bidang mengurus *sound system acara indoor* maupun *outdoor*.

4. Persaingan

Creativin Entertainment mengambil 2 (dua) sampel pesaing dari 14 pesaing yang diambil dari daerah Jakarta dan Bekasi. Dari 14 dari tabel 3.3 *Creativin Entertainment* mengambil pesaing yaitu *Good Try Musik Entertainment* dan *Tujuh Entertainment*. Berdasarkan hasil CPM (Competitive Profile Matrix) pada tabel 3.6 , *Creativin Entertainment* mendapatkan total score 3.24 , sedangkan *Tujuh Entertainment* mendapatkan total score 3.38, dan dari *Good Try Musik Entertainment* mendapatkan score 3.23. Dari hasil score tersebut *Creativin Entertainment* mendapatkan posisi ke-2 (dua) dengan score 3.24, sedangkan *Tujuh Entertainment* berada di posisi ke-1 (satu) dan *Good Try Musik Entertainment* berada pada posisi ke-3 dengan score 3.23. Total score tersebut diambil dari penilaian tentang kelemahan dan kelebihan dari masing-masing perusahaan. Dengan adanya penilaian tersebut membuktikan bahwa *Creativin Entertainment* mampu dapat bersaing dengan pesaing yang sudah ada , dengan keunggulan yang dimiliki oleh *Creativin Entertainment* seperti pelayanan, kantor lokasi, harga, dan konten media sosial akan mampu mendapatkan perhatian dari calon konsumen walaupun merupakan bisnis rintisan baru.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



5. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar yang dimiliki oleh bisnis *Creativin Entertainment* merupakan seluruh manusia yang berusia 17 tahun – 40 tahun, yang dimana target pasar dari bisnis ini adalah seluruh kegiatan rangkaian acara, baik pernikahan, gathering, sangjit, ulang tahun, dan acara lainnya yang membutuhkan pemusik dan *master ceremony*. Target pasar dari *Creativin Entertainment* sendiri bisa *event organizer* ataupun pembeli langsung.

6. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang akan diambil oleh *Creativin Entertainment* adalah strategi pemasaran langsung, dan melalui media digital. Pada tabel 4.7 merupakan periklanan yang dilakukan oleh *Creativin Entertainment*, dengan memanfaatkan sosial media seperti Instagram, youtube, dan tiktok akan membantu untuk menjangkau pasar yang lebih luas, seperti Instagram adds, yang dimana dengan melakukan Instagram adds, bisnis kita akan sampai kepada konsumen yang sering mencari vendor hiburan, dan sudah ketentuan dari algoritma Instagram itu sendiri, radio adlibs juga menjadi salah satu iklan yang diambil oleh perusahaan karena dengan beriklan diradio dapat menjangkau segmentasi pasar dari perusahaan *Creativin Entertainment*. Dan melakukan sponsorship kepada influencer dengan memberikan paket termahal yang dimiliki oleh *Creativin Entertainment* dan memberikan pelayanan yang maksimal guna mendapatkan *exposure* dari pengikut *influencer* tersebut.

7. Tim Manajemen

Karena *Creativin Entertainment* merupakan bisnis rintisan baru, oleh karena itu perusahaan mengambil struktur organisasi yang sederhana dimana hanya memiliki 4 orang. 4 orang itu terdiri dari *Chief Marketing Officer*, Divisi

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



Kreatif, *Chief Operational Officer*, dan Office boy seperti yang sudah dijelaskan di tabel 6.1 . Masing-masing bidang memiliki peran untuk menjalankan kegiatan operasi bisnis sesuai dengan standart operasi kerja yang sudah ada di *Creativin Entertainment*. Waktu yang ditentukan dalam manajemen tim *Creativin Entertainment* sendiri hari senin-sabtu , dengan jam mulai 09.00am-19.00pm, dan dapat bekerja flexible sesuai dengan penerimaan penjualan atau jam yang dibutuhkan.

8. Kelayakan Bisnis

Dalam menjalankan kegiatan usaha bisnis, kelayakan bisnis merupakan factor penting sebelum mengeksekusi bisnis tersebut, untuk itu diperlukannya analisis proyeksi keuangan, untuk itu berdasarkan hasil dari analisis keuangan yang tertera pada bagian J pada Bab 7 rencana keuangan, adapun hasil dari kelayakan bisnis pada *Creativin Entertainment* sebagai berikut :

Tabel 9. 1 Analisi Kelayakan Usaha *Creativin Entertainment*

Analisa	Batas Kelayakan	Hasil Analisa	Kesimpulan
PP	5 tahun	3 Tahun 1 Bulan	Memenuhi syarat
NPV	NPV > 0	Rp.30,986,635.36	Memenuhi syarat
PI	1	2.75844565	Memenuhi syarat
BEP	Penjualan > Nilai BEP	Rp851,913,442.38	Memenuhi syarat

Sumber : Tabel 7.26 , Tabel 7.27 , Tabel 7. 29

B. REKOMENDASI VISIBILITAS USAHA

Kesimpulan dari pembahasan keseluruhan yang ada dalam perencanaan pembangunan bisnis *Creativin Entertainment*, dapat dikatakan bahwa *Creativin Entertainment* merupakan bisnis yang layak untuk dijalankan.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie