



BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF

9.1 Ringkasan Kegiatan Usaha

a. Konsep Bisnis

Shampo Brosman adalah bisnis yang bergerak di bidang perlengkapan hewan yang menawarkan produk kebersihan anjing dan kucing., penulis memiliki daya tarik bisnis ini karena orang tua penulis sudah menjalankan bisnis yang memiliki bidang yang sama yaitu bisnis di bidang fauna. Bisnis orang tua penulis adalah usaha yang bergerak di perlengkapan hewan yaitu ikan, burung, anjing, dan kucing. Bisnis yang di jalankan orang tua penulis sudah bergerak dari tahun 2001, melihat ada peluang yang baik di bidang perlengkapan hewan khususnya sabun pembersih anjing dan kucing, menuliskan memutuskan untuk merancang ide bisnis Shampo Anjing dan Kucing Brosman, alasan berlokasi di Jawa Barat dikarenakan rumah yang dekat dengan penulis yang hanya menempuh jarak 15 menit jika berjalan kaki dari rumah penulis.

b. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Usaha Shampo Brosman adalah Menjadi Brand Shampo anjing dan kucing yang dipercaya masyarakat akan kualitas dan manfaatnya.

Misi Usaha Shampo sebagai berikut :

- 1) Menjadi produk unggulan serta memiliki kualitas yang selalu konsisten.
- 2) Membangun hubungan yang baik dengan pedagang *retail* dan konsumen.
- 3) Memberikan produk unggulan baru sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan pasar.



- 4) Membangun Citra Brand yang baik dengan selalu mendengarkan keluhan pedagang *retail* dan konsumen tentang produk “*Brosman*”

c. Produk

Produk sabun pembersih yang ditawarkan penulis adalah shampo anjing dan kucing yang memiliki 3 kriteria yaitu untuk hewan peliharaan yang memiliki masalah dengan jamur, masalah dengan kutu, dan yang tidak memiliki masalah sama sekali dimana shampo yang ketiga ini dapat dipakai sehari hari tanpa indikasi . Shampo anjing dan kucing “*Brosman*” memiliki 3 wangi; *Fresh Lemon, Sweet Apple, dan Strawberry Milk*.

d. Persaingan

Setiap berkembangnya ide bisnis maka akan adanya kompetitor yang ingin bersaing upaya mendapatkan keuntungan. Usaha *Shampo Brosman* memiliki pesaing yang sudah lebih dulu memasarkan produk nya yaitu *Fresh* dan *Clever Solutions*. Kedua kompetitor ini memiliki kesamaan produk yang dijual, tetapi tidak saling memiliki kualitas yang sama. Dilihat dari angka CPM , Produk *Shampo Brosman* memiliki angka yang lebih tinggi yaitu (3,29), kemudian produk pesaing *Fresh* (2,46) dan *Clever Solution* (2,33).

e. Target dan Ukuran Pasar

Usaha *Shampo Brosman* menargetkan ke padang *retail* dan konsumen langsung dengan rentang usia 15-50 tahun , sebagai mana usia 15 tahun sudah cukup mengerti untuk melakukan pembelian melalui online di *e-commerce*.

f. Strategi Pemasaran

Strategi bisnis yang dilakukan penulis berupa membangun brand yang kuat melalui *social media* dan *e-commerce* seperti Instagram, Shopee, dan Tokopedia. Melakukan penetrasi pasar *retail* dengan strategi *marketing* yang menarik, melakukan evaluasi,

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 IBKKG.

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



mengikuti perkembangan pasar dan memperluas jaringan bisnis dengan berkerja sama dengan *Pet Shop* yang ada di Jakarta.

g. Sumber Daya Manusia

Jumlah tenaga kerja di *Usaha Shampo Brosman* pada saat awal memulai bisnis adalah 3 orang. Terdiri dari manajer, produksi, dan *packaging atau labelling*. Semua yang bekerja di *Usaha Shampo Brosman* mendapatkan pelatihan dan arahan sebelum menjalankan tugasnya masing – masing.

h. Kelayakan Bisnis

Setelah dilakukan perhitungan proyeksi keuangan berdasarkan pada BAB VII sebagai gambaran mengenai perputaran keuangan sebuah perusahaan. Untuk pendirian bisnis *Usaha Shampo Brosman* memerlukan kebutuhan dana awal sebesar Rp291,665,000. Analisis yang dilakukan oleh *Usaha Shampo Brosman* yakni *Payback Period (PP)*, *Net Present Value (NPV)*, *Profitability Index (PI)*, dan *Break Even Point (BEP)* yang dapat dijelaskan pada table berikut :

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period</i>	5 tahun	3 Tahun 6 Bulan 21 Hari	Layak
<i>Net Present Value</i>	$NPV > 0$	64.622.900	Layak
<i>Profitability Index</i>	$PI > 0$	1,734551466	Layak
<i>Break Even Point</i>	Penjualan > BEP	Penjualan > Nilai BEP Pertahun	Layak

Hak cipta dilindungi Undang-Undang
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.



9.2 Rekomendasi Visibilitas Usaha

Melihat adanya peluang yang besar, *Usaha Shampo Brosman* akan terus bergerak dalam jangka panjang, melihat permintaan konsumen yang akan terus berkembang, dilain sisi Usaha Shampo Brosman akan terus memberikan inovasi produk dan memberikan varian wangi baru untuk jenis produk pembersih. Dinilai dari segi keuangan, *Usaha Shampo Brosman* dapat terbilang layak di jalankan dengan indikator *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), dan *Break Even Point* (BEP).

Maka kesimpulan yang didapat dari *Usaha Shampo Brosman* layak dijalankan sebagai berikut :

- a. *Payback Period* (PP) : 3 tahun 6 bulan 21 Hari
- b. *Net Present Value* (NPV) : 64.622.900
- c. *Profitability Index* (PI) : 1,734551466
- d. *Break Even Point* (BEP) : Penjualan > Nilai BEP