

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

9.1. Ringkasan Kegiatan Usaha

a. Konsep Binsis

Pandemi COVID-19 yang menyerang seluruh lapisan masyarakat di tahun 2020 menjadi salah satu tantangan beberapa pemilik bisnis dengan marketplace yang berdiri pada zaman tersebut untuk melakukan transisi ke metode bisnis yang lebih menguntungkan bagi calon customer dalam konteks sanitasi dan kesehatan. Salah satu sektor kritikal utama yang menjadi perhatian pemerintah dalam perizinan mobilitas untuk keperluan bisnis dalam periode COVID-19 adalah sektor bahan baku pertanian dan hasil bumi. Mengingat bahwa jenis produk seperti sayur, buah, beras, dan berbagai macam hasil tani lainnya adalah kebutuhan yang paling primer untuk masyarakat. Halefit Indonesia memiliki tujuan utama untuk memberikan kemudahan bagi calon customer dalam memenuhi kebutuhan primer tersebut, serta turut membantu beberapa sektor lain dalam prosesnya. Memberikan solusi berupa kemudahan kepada customer dalam memenuhi kebutuhan pangan rumahan sehari-hari adalah tujuan utama dari bisnis ini.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Halefit Indonesia adalah: “Meningkatkan taraf dan kualitas hidup masyarakat Indonesia melalui peningkatan kualitas, sanitasi, dan penerapan konsep high-standart quality control di setiap rantai pasokan produk hasil pertanian.”

Misi dari Halefit Indonesia:

- 1) Memaksimalkan quality control pada tahap penanganan produk yang dijual oleh perusahaan.
- 2) Mengembangkan dan selalu meningkatkan taraf sanitasi dan kesehatan dari supply chain dan pemeliharaan produk.
- 3) Memberikan kemudahan teknikal bagi calon customer sehingga memaksimalkan efisiensi kegiatan bisnis bagi kedua belah pihak.
- 4) Membantu UMKM sekitar dalam mengembangkan taraf bisnisnya sehingga dapat menjadi salah satu media peningkatan level bisnis UMKM sekitar,
- 5) Mengembangkan bisnis retail yang dimiliki kepada penyedia produk dengan membangun supply chain produk skala besar untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat diluar jangkauan geografis bisnis secara retail.
- 6) Mengusahakan penyediaan produk yang sudah lolos standar kesehatan nasional, serta membantu pelaku UMKM lain dengan produk sejenis untuk mencapai standar kualitas yang ditentukan oleh negara.

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.



c. Produk / Jasa

Halefit Indonesia merupakan sebuah bisnis online yang bergerak di bidang industri perdagangan hasil pertanian. Produk utama perusahaan adalah sayur dan buah-buahan segar. Selain itu, perusahaan juga menawarkan jasa pemesanan dalam system *online* dengan bekerjasama dengan berbagai *platform e-commerce* yang ada.

d. Persaingan

Dalam industri perdagangan hasil pertanian, 2 contoh pesaing dari Halefit Indonesia adalah Sayurbos dan All Fresh. Berdasarkan pengolahan data kuesioner yang dilakukan oleh perencana bisnis dan analisis serta observasi terhadap kedua pesaing tersebut, Halefit Indonesia memiliki nilai indeks *Competitive Profile Matrix* (CPM) 3,292. Posisi pertama ditempati oleh Sayurbox dengan nilai total 3,566, dan All Fresh berada di posisi terakhir dengan nilai total 2,567.

e. Target dan Ukuran Pasar

Segmentasi geografis dari Halefit Indonesia adalah masyarakat yang berdomisili di kota Jakarta. Segmentasi usia adalah masyarakat dengan rentan usia 25-65 tahun. Segmentasi demografis Halefit Indonesia mengambil target pasar semua jenis kelamin, mencakup semua agama. mencakup semua ras, mencakup semua profesi, memiliki penghasilan tetap diatas UMP Jakarta (Rp 4.900.000,00), dan termasuk kedalam generasi *Baby*

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.

Boomers, X dan Y. segmentasi psikografis Halefit Indonesia tertuju kepada masyarakat yang suka berbelanja produk mentah dan mengolah sendiri dirumah. Sedangkan segmentasi perilaku/*behavioural* tertuju kepada masyarakat yang berstatus *regular users*.

f. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran utama yang dilakukan oleh Halefit Indonesia adalah *personal selling*. Strategi *personal selling* yang diterapkan oleh Halefit Indonesia berfokus pada komunikasi yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan dari media sosial yang ada. Lingkungan penjualan yang ingin dimasuki oleh Halefit Indonesia adalah *agent selling*, yaitu berfokus pada desentralisasi produk yang beragam kepada berbagai *platform e-commerce* untuk meningkatkan potensi *traffic* dan eksposur produk perusahaan terhadap masyarakat.

g. Tim Manajemen

Rencana kebutuhan tenaga kerja Halefit Indonesia adalah sebanyak 5 orang. Pembagian jenis jabatan terdiri dari branch manager sebanyak 1 orang, pekerja toko/gerai sebanyak 1 orang, bagian pembelian sebanyak 1 orang, bagian keuangan dan akuntansi sebanyak 1 orang, serta bagian pemasaran, desain dan dokumentasi produk sebanyak 1 orang. Waktu jam kerja pegawai Halefit Indonesia adalah sebanyak 5 hari untuk branch manager, bagian pembelian, bagian keuangan, dan bagian pemasaran. Waktu jam kerja bagi pekerja toko adalah 6 hari. Jam operasional

© 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.

toko adalah jam 8 pagi sampai dengan jam 6 sore, dan jam kerja karyawan selain pekerja toko adalah jam 8 pagi sampai dengan jam 5 sore. Jam kerja yang ditentukan oleh perusahaan adalah 9 jam per hari, dengan waktu istirahat dari jam 12:00 – 13:00. Total jam kerja dalam 1 minggu adalah 40 jam bagi branch manager, bagian pembelian, bagian keuangan, dan bagian pemasaran dan 54 jam bagi pekerja toko.

h. Kelayakan Keuangan

1) Kelayakan Investasi

Analisis kelayakan investasi Halefit Indonesia dilakukan dengan analisis *Net Present Value*, *Profitability Index* dan analisis *Payback Period*. Hasil analisis *Net Present Value* Halefit Indonesia menyimpulkan bahwa bisnis layak untuk dijalankan, karena nilai NPV Halefit Indonesia yang berada di angka Rp 449.928.134, atau lebih besar dari 0. Di sisi lain, hasil analisis *Profitability Index* Halefit Indonesia juga menyimpulkan bahwa bisnis layak untuk dijalankan, dengan indeks profitabilitas 1,84, atau lebih besar daripada 1. Hasil analisis *Payback Period* Halefit Indonesia dapat diperoleh dalam waktu 3 tahun, 3 bulan dan 15 hari.

2) Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha Halefit Indonesia diperoleh dari analisis *Breakeven Point* (BEP). Pada tahun 2024, untuk mencapai *breakeven*, Halefit Indonesia harus mencatatkan penjualan sebesar Rp394.608.967. Pada tahun 2025, untuk

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.

mencapai *breakeven*, Halefit Indonesia harus mencatatkan penjualan sebesar Rp490.917.140. Pada tahun 2026, untuk mencapai *breakeven*, Halefit Indonesia harus mencatatkan penjualan sebesar Rp513.327.117. Pada tahun 2027, untuk mencapai *breakeven*, Halefit Indonesia harus mencatatkan penjualan sebesar Rp545.087.569. Pada tahun 2028, untuk mencapai *breakeven*, Halefit Indonesia harus mencatatkan penjualan sebesar Rp570.282.141. Hasil dari analisis ini adalah Halefit Indonesia layak untuk dijalankan, karena penjualan perusahaan memenuhi target BEP tahunan.

9.2. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Tabel 9.1

Tabel BEP Rekomendasi Visibilitas Usaha
Halefit Indonesia

Tahun	Penjualan	Variable Cost	Fixed Cost	BEP
2024	Rp1.142.029.929	Rp688.832.800	Rp394.608.967	Rp394.608.967
2025	Rp1.617.398.784	Rp964.168.865	Rp490.917.140	Rp490.917.140
2026	Rp1.940.878.541	Rp1.143.535.931	Rp513.327.117	Rp513.327.117
2027	Rp2.329.054.249	Rp1.358.325.191	Rp545.087.569	Rp545.087.569
2028	Rp2.794.865.099	Rp1.615.545.915	Rp570.282.141	Rp570.282.141

Sumber: Halefit Indonesia, 2023

Tabel 9.2

Tabel BEP Rekomendasi Visibilitas Usaha
Halefit Indonesia

Analisis	Hasil Analisis	Syarat Kelayakan Usaha	Keterangan
NPV	Rp542.165.182	> 0	Layak
PP	3 Tahun 1 Bulan 17 Hari	< 5 Tahun	Layak
PI	2,02	> 1	Layak
Kesimpulan			Layak

Sumber: Halefit Indonesia, 2023





9.3. Bagian Akhir

Demikian rencana bisnis Halefit Indonesia ini dibuat. Sekali lagi, saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing kegiatan penulisan rencana bisnis ini, sehingga dapat terlaksana dengan baik. Harapan bagi Halefit Indonesia adalah supaya proses Pembangunan bisnis dan kegiatan bisnis yang dijalankan dapat berlangsung dengan lancar, dan sesuai dengan rencana yang sudah dibuat. Saya menyadari bahwa rencana bisnis ini masih memiliki banyak kekurangan dan kekeliruan. Oleh karena itu, saya berharap dosen pembimbing, dosen penguji, dan semua pihak lain yang telah menanamkan materi berkaitan dengan rencana bisnis ini bisa membantu saya dalam memberikan kritik dan saran yang membangun demi terwujudnya perencanaan usaha yang baik dan lancar.

© 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.