

BAB XI

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

1.1 Ringkasan Kegiatan Usaha

a. Konsep Bisnis

Bemee merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kosmetik yaitu *lip scrub* dan *lip balm*. Penjualan dilakukan melalui media sosial yaitu instagram dan *tiktok* dan juga melalui *e-commerce* yaitu Shopee. Segala jenis transaksi dan pertanyaan serta komplain dari konsumen dapat dilakukan melalui *online*.

b. Visi dan Misi Perusahaan

Bemee memiliki proses untuk mencapai visi yang ditetapkan oleh perusahaan diawal pendiriannya. Berikut ini adalah merupakan proses pencapaian visi *Bemee* yang akan dilakukan oleh kegiatan perusahaan yaitu:

- 1) Pada tahun 2024 – 2025 yaitu kegiatan pencapaian visi memperkenalkan produk usaha kepada masyarakat. Dan melakukan kegiatan promosi produk *lip scrub* dan lip balm *Bemee* di media sosial secara menarik.
- 2) Pada tahun 2026 – 2027 yaitu kegiatan untuk lebih meningkatkan sumber daya manusia yang telah dimiliki oleh perusahaan *Bemee*. Dan melakukan pengembangan produk untuk mengikuti tren yang terjadi pada saat itu. Fokus untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk *Bemee*.
- 3) Pada tahun 2028 yaitu *Bemee* akan terus mempertahankan posisi bisnis pada persaingan pasar. Dan visi akan tercapai.

Bemee memiliki misi yaitu sebagai berikut:





- 1) Selalu melakukan inovasi pada produk *lip scrub* dan *lip balm* secara berkelanjutan.
- 2) Selalu memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan kualitas produk dan pelayanan yang dilakukan sepenuh hati.
- 3) Berupaya untuk terus menawarkan penawaran-penawaran yang menarik untuk konsumen.

c. Produk

Produk yang akan dipasarkan dan ditawarkan oleh *Bemee* adalah kosmetik perawatan bibir yang berguna untuk melembabkan dan menjaga kesehatan bibir. Harga yang ditawarkan oleh *Bemee* dimulai dari Rp. 27.000 untuk *lip scrub* dan harga Rp. 35.000 untuk *lip balm Bemee*.

Penjualan akan dilakukan melalui e-commerce yaitu *Shopee* dan media sosial yaitu *Instagram*, *Tiktok* dan *Whatsapp*.

a. Persaingan

Dalam persaingan terdapat *Emina* dan *Noera*. Berdasarkan dari hasil dan analisis dari *Competitive Profile Matrix (CPM)*, yaitu poin tertinggi didapat oleh *Emina* dengan angka 2,795 dan *Noera* yang memperoleh angka 2,925. *Bemee* memperoleh angka 3,484, kekuatan

Bemee terletak pada harga produk, variasi produk, promosi dan kualitas bahan produk.

Sedangkan kelemahan dari *Bemee* yaitu reputasi produk yang masih belum dikenal oleh orang banyak karena produk masih terbilang baru, dan kualitas layanan yang masih belum dapat dinilai dengan baik karena belum melakukan kegiatan produksi dan pemasaran untuk melayani konsumen.

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.



b. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar dari *Bemee* yaitu terutama wanita yang berusia dari 13-50 tahun, dimana perawatan bibir *lip scrub* dan *lip balm* dapat digunakan oleh semua umur akan tetapi anak dibawah 13 tahun belum dapat memahami dari fungsi produk dan cenderung belum menghasilkan uang sendiri. Dan masyarakat saat ini memiliki kepedulian pada perawatan tubuh dan kesehatan bibir mereka.

c. Strategi Pemasaran

Dalam melakukan pembangunan awareness konsumen, *Bemee* harus melakukan pemasaran agar target pasar yang dituju tercapai. Sehingga *lip scrub* dan *lip balm Bemee* yang ditawarkan kepada pasaran dapat mengenal produk dari *Bemee*. Dan berikut ini adalah strategi pemasaran yang digunakan oleh *Bemee*, yaitu

1) Periklanan

Iklan yang akan dilakukan *Bemee* yaitu melalui sosial media dengan tujuan membangun kesadaran terhadap masyarakat untuk mengenal produk *Bemee* kepada masyarakat agar mengetahui dan tertarik dengan *Bemee*. Dengan menggunakan *beauty influencer* dan *Tiktokers* untuk mempromosikan *Bemee*.

2) Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung ini digunakan untuk membangun hubungan jangka panjang dan membangun relasi dengan konsumen. Dengan memberikan informasi yang terbaru atau adanya informasi promo yang akan diadakan *Bemee* melalui *whatsapp* dengan menghubungi nomor yang pernah berkunjung dan mengisi data pada lapak *Bemee*.

Hak-hak yang dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak 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.

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



d. Tim Manajemen

Bemee merupakan bisnis dengan struktur organisasi yang sederhana. Dengan penulis sebagai *manager* dan *staf online shop* yang membawahi langsung 4 orang karyawan, yaitu 1 *marketing online shop* yang bertugas untuk menangani kegiatan promosi dan penjualan di media sosial, 2 staf produksi yang bertanggung jawab untuk melakukan kegiatan produksi produk dan 1 *cleaning service* yang bertanggung jawab akan menjaga kebersihan dibangunan *Bemee*.

e. Kelayakan Keuangan

Penilaian kelayakan usaha *Bemee* untuk didirikan dapat diketahui melalui indikator-indikator sebagai berikut.

Tabel 1.1
Kesimpulan Kelayakan Usaha

Keterangan	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period</i> (PP)	< 5 Tahun	1 Tahun 9 Bulan	Layak
<i>Net Present Value</i> (NPV)	> 0	Rp 2.243.651.047	Layak
<i>Profitability Index</i> (PI)	> 1	33,61	Layak
<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	> 14,73 %	162%	Layak
<i>Break Even Point</i> (BEP)	Penjualan > BEP	Penjualan > BEP	Layak

Sumber: Tabel 7.26, Tabel 7.27, dan Tabel 7.28, data diolah

f. Rekomendasi Vasibilitas Usaha

Kemajuan teknologi sangat dimanfaatkan oleh *Bemee* dalam melakukan kegiatan usahanya. Karena *Bemee* melakukan penjualan dan promosi melalui *online* yaitu media sosial dan *e-commerce*. Dengan adanya kemajuan teknologi, maka mempermudah *Bemee* dalam melakukan penjualan dan promosi memalalui *online*. Sehingga *merk* dan produk *Bemee* dapat dijangkau oleh masyarakat luas tanpa harus terkendala oleh jarak. Selain itu, biaya modal awal yang harus dikeluarkan juga *relative* lebih kecil karena tidak harus mempunyai toko fisik dan promosi akan dilakukan melalui media sosial juga memiliki biaya yang lebih rendah

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
 Himpunan Mahasiswa Jurusan Informatika Kwik Kian Gie
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Di rangkai menjadi bagian atau seluruhnya tulis ini tanpa izin IBIKKG.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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.