**BAB IX**

**RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI**

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

*Fantastic Cosmetic* adalah bisnis yang bergerak di bidang distributor yang menjual produk kosmetik dari Korea Selatan. Berlokasi di Jakarta Barat namun penjualan tidak terbatas di wilayah Jakarta saja tetapi di seluruh Indonesia. Beberapa merek yang akan dijual yaitu *Cosrx, Somebymi, Leegeeham, dan Too Cool for School*. Merek ini sudah cukup terkenal di Korea Selatan dan di beberapa negara Asia.

1. Visi dan Misi Perusahaan
2. Visi

“ Menjadi Distributor Kosmetik Terbesar di Indonesia.”

1. Misi
2. Menyediakan produk kosmetik yang sebagian besar dari Korea dengan harga bersaing.
3. Mengedepankan kepuasan pelanggan dan menjaga hubungan baik dengan mitra bisnis.
4. Menciptakan lingkungan kerja yang kondusif agar anggota perusahaan nyaman berkerja.
5. Produk / Jasa

Produk yang dijual *Fantastic Cosmetic* adalah produk kosmetik Korea, baik *skin care* maupun *make up*. *Fantic* juga menjual beberapa peralatan kecantikan seperti kuas *make up* dan *hair iron*.

1. Persaingan

Persaingan di industri kosmetik tergolong tinggi karena terutama pemain industri kosmetik yang ada telah berkecimpung di bisnis ini cukup lama dan sudah cukup besar. Pesaing utama *Fantic* adalah MDKOKO dan Sakura *Girl*. Dari analisis Competitive Profile Matrix (CPM), *Fantastic Cosmetic* memiliki poin 3,05. Poin tersebut lebih tinggi dari Sakura *Girl* dengan poin 2,85. Namun lebih rendah dari kompetitor kuat yaitu MDKOKO dengan poin 3,20. *Fantic* memiliki kekuatan di pelayanannnya yang lebih cepat dibandingkan dengan pesaingnya, selain itu didukung juga dengan promosi yang menarik, harga yang murah, lokasi yang cukup strategis, kelengkapan informasi mengenai produk, dan keamanan pengemasan. Sedangkan kelemahan yang dimiliki *Fantic*yaitu kurang banyaknya variasi produk, reputasi yang belum terbentuk, serta kurangnya pengalaman dalam mengoperasikan bisnis.

1. Target dan Ukuran Pasar

Targeting adalah proses mengevaluasi keatraktifan sebuah segmen dan memilih satu atau lebih segmen untuk dimasuki. Target pasar *Fantastic Cosmetic* adalah wanita yang berusia 20-35 tahun yang berdomisili di Indonesia dengan ketertarikan di bidang kosmetik dan ingin berbisnis kosmetik.

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran *Fantic* terdiri dari:

1. Media Sosial
2. Loyalty Point
3. Word of Mouth
4. Kartu Nama (Personal Selling)
5. Tim Manajemen

Tim dalam terdiri dari 5 bagian yaitu manajer, administrasi, keuangan, operasional, pemasaran. Untuk kegiatan manajemen akan dilakukan oleh seorang manajer yang akan membawahi 10 karyawan. Manajer memiliki tanggung jawab yang besar, dimana harus mengontrol proses bisnis dan seluruh divisi yang ada agar sesuai dengan target yang direncanakan dan yang menentukan keputusan akhir dalam melakukan suatu tindakan kerja.

1. Kelayakan Keuangan

Fantastic Cosmetic telah melakukan berbagai macam analisis keuangan, yaitu *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), dan *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Break Even Point* (BEP). Dari berbagai analisis usaha tersebut, dapat dirangkum menjadi tabel berikut:

**Tabel 9.1**

**Analisis Kelayakan Usaha**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Analisis** | **Batas Kelayakan** | **Hasil Analisis** | **Kesimpulan** |
| *Payback Period* | 5 Tahun | 2 tahun 0 bulan 16 hari | Layak |
| *Net Present Value* | NPV>0 | 1.304.045.424,36 | Layak |
| *Profitability Index* | PI≥1 | 1, 3604 | Layak |
| *Internal Rate of Return* | 11,01% | 29,1 % | Layak |
| *Break Even Point* | Penjualan>BEP | Penjualan>BEP | Layak |

Sumber: *Fantastic Cosmetic*, 2018

1. **Rekomendasi Visibilitas Usaha**

Jadi, berdasarkan analisis kelayakan usaha yang telah dilakukan oleh *Fantastic Cosmetic* dapat disimpulkan bahwa bisnis ini layak dijalankan.