



BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF



A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis

Cici Barbar merupakan usaha yang bergerak pada bidang *Food and Beverage* yang menawarkan produk dengan kualitas dan bahan yang berkualitas tinggi, dan cita rasa unik karena pemilik Cici Barbar menginginkan semua konsumen merasa Bahagia setelah memakan dessert box. Pemilihana nama Cici Barbar yang unik karna pemilik dari Cici Barbar memberikan porsi yang barbar sehingga konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh Cici Barbar.

Cici Barbar beroperasi setiap hari senin – sabtu jam 08.00 – 17.00 dan di hari minggu jam 08.00 – 16.00. Setiap karyawan akan di berikan libur sebanyak 12 kali dalam setahun dan karyawan bebas untuk memilih hari libur nya, dengan ketentuan yang sudah diberikan oleh pemilik kepada karyawan nya.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Cici Barbar : menjadikan Cici Barbar sebagai brand terbaik di Indonesia, dikenal secara luas dan mendapat persepsi positif dari berbagai kalangan.

Misi Cici Barbar :

- a. Memberikan pelayanan yang maksimal dalam melayani masyarakat
- b. Membuat olahan makanan yang di sukai oleh seluruh kalangan
- c. Mengutamakan kualitas produk, mulai dari bahan baku sampai proses pengolahan
- d. Terus berinovasi baik dalam produk maupun dari segi pelayanan



- e. Mengembangkan keterampilan dan pengetahuan untuk mencapai performa operasional yang maksimal

3. Produk

Cici Barbar mendirikan usaha *Dessert Box* dan *Klappertaart*. Fokus kami dalam mengembangkan usaha ini adalah membuat konsumen merasa lebih Bahagia dan melepaskan stress setelah seharian bekerja. Cici Barbar juga sudah memperkirakan Kesehatan para konsumen dengan tidak terlalu banyak memberikan gula di dalam *dessert box* dan *klappertaart*, sehingga konsumen bisa tetap enjoy menikmati produk dari Cici Barbar tanpa merasa eneg karna terlalu manis.

4. Persaingan

Setiap usaha pasti memiliki pesaing. Cici Barbar juga mempunyai pesaing yaitu *Ketelicious by Dannie's kitchen* dan *Kuker Hut House of dessert*, *bojong Kulur* yang sudah terlebih dahulu di kenal oleh Masyarakat. Tetapi walaupun demikian Cici Barbar merasa yakin dan percaya diri untuk bisa lebih unggul dengan kualitas dan cita rasa yang unik sehingga kami mampu untuk bersaing dengan competitor lainnya.

5. Target dan Ukuran Pasar

Segmentasi pasar dibagi ke dalam beberapa jenis, yakni segmentasi geografis, demografi, psikografi, dan perilaku (Kotler, Armstrong, 2020). Tahap segmentasi pasar dari Cici Barbar akan dijelaskan sebagai berikut.

a. Segmentasi Geografi

Segmentasi Geografi pelanggan utama Cici Barbar yakni pelanggan yang berdomisili di Cabodetabek, namun dengan adanya kemajuan teknologi Cici Barbar dapat memasarkan

produk melalui media sosial sehingga produk Cici Barbar bisa dikenal secara lebih luas ke seluruh kota di Indonesia.

b. Segmentasi Demografi

Segmentasi Demografi pelanggan Cici Barbar yakni berusia 7-64 tahun baik dengan jenis kelamin laki-laki maupun perempuan yang masih single maupun yang telah berkeluarga, sedangkan dari segi pendapatan segmentasi pasar dari Cici Barbar kisaran pendapatan yakni Rp5.000.000 – 10.000.000,-/bulan dengan beragam pekerjaan mulai dari mahasiswa hingga wiraswasta dari berbagai suku, agama, ras dan nasionalitas.

c. Segmentasi Psikografis

Segmentasi Psikografis pelanggan Cici Barbar yakni pelanggan dengan kelas sosial menengah, segmen ini disesuaikan dengan target pasar yang dituju, sedangkan gaya hidup yang dituju sebagai pelanggan Cici Barbar yakni pekerja kantoran dan ibu rumah tangga yang tidak sempat untuk membuat bekal ke kantor.

d. Segmentasi Perilaku

Segmentasi Perilaku pelanggan Cici Barbar yakni pelanggan dengan pengelompokan konsumen berdasarkan tingkah lakunya terhadap produk yang ditawarkan oleh Cici Barbar, mulai dari sikap dalam melayani pelanggan, memberikan pengetahuan mendasar seputar produk yang ditawarkan, respon / feedback yang diberikan oleh pelanggan, serta penggunaan produk yang terkait dari seorang pelanggan.

6. Strategi Pemasaran

Diferensiasi dalam kualitas produk dibandingkan dengan pesaing lain, yakni adanya penetapan standar pada Cici Barbar dengan pemilihan dan penggunaan bahan baku yang berkualitas dan lulus kelayakan oleh Cici Barbar.





a. Edukasi pelanggan

Pada Cici Barbar, hubungan dengan pelanggan dijaga dan dipertahankan dengan baik, salah satu upaya toko untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan yakni dengan memberikan pelayanan setelah pembelian seperti mengedukasi pelanggan bagaimana menyimpan produk.

b. Konsultasi pelanggan

Cici Barbar juga menawarkan jasa konsultasi pelanggan secara gratis, dimana pelanggan dapat menghubungi Cici Barbar jika terjadi permasalahan seperti kemasan produk cacat/pecah dan kendala lainnya, dimana karyawan Cici Barbar akan membantuk memberikan solusi terbaik untuk pelanggan saat dibutuhkan, hal ini merupakan upaya lain untuk menjaga proposisi nilai yang akan diberikan oleh pelanggan.

7. Tim Management

Cici Barbar merupakan konsep bisnis f&b daring yang berposisi pada tahap pengembangan. Pada tahap pengembangan ini, dibutuhkan sumber daya kunci yang mampu mendorong kinerja perusahaan secara efektif. Sumber daya manusia menjadi faktor penggerak utama kegiatan pada Cici Barbar akan terbagi menjadi bagian pengurus produk, pengurus kanal pemasaran dan juga pengurus pesanan. Kebutuhan tenaga kerja dapat dijelaskan pada tabel 6.1

Tabel 9.1
Rencana Kebutuhan Tenaga Kerja

Departemen	Jumlah TK
Owner	1
Admin Marketing	1
Chef	1
Finance	1



8. Kelayakan Keuangan

a. Kelayakan investasi

Cici Barbar memiliki periode pengembalian atau *payback period* selama 5bulan 9 hari dengan nilai NPV sebesar Rp Rp234.845.200 > 0. Nilai PI atau *profitability index* dari Cici Barbar adalah sebesar 8,644078438.

b. Kelayakan usaha

Kelayakan usaha dilihat dari nilai BEP (unit) yang lebih kecil dari unit terjual per tahun.

Tabel 9.2
Kesimpulan Kelayakan Keuangan Cici Barbar

Analisis	Kriteria Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period</i>	Periode Pengembalian < 5 Tahun	6 Bulan 13 Hari	Layak
<i>Nett Present Value</i>	NPV > 0	Rp578.253.063	Layak
<i>Profitability Indeks</i>	PI > 1	19,82181016	Layak
BEP	Unit Penjualan > Unit BEP	Unit Penjualan > Unit BEP	Layak

Sumber : Cici Barbar

B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Hasil analisis kelayakan keuangan menunjukkan beberapa poin mengenai visibilitas usaha yakni:

1. Hasil analisis *payback period* menunjukkan bahwa Cici Barbar diproyeksikan mencapai titik balik dari modal dalam kurun waktu 6 Bulan 13 Hari. Hal ini menunjukkan secara *break even*, Cici Barbar layak untuk dijalankan dengan periode pengembalian kurang dari 5 tahun.
2. Hasil analisis *nett present value* menunjukkan bahwa Cici Barbar diproyeksikan mendapatkan nilai sebesar Rp. Rp578.253.063 Hasil NPV dengan nilai lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa usaha Cici Barbar layak untuk dijalankan karena mampu menghasilkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.
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



arus kas positif secara nilai waktu. Hasil analisis *profitability indeks* menunjukkan bahwa Cici Barbar diproyeksikan mendapatkan nilai sebesar 19,82181016 Hasil analisis menunjukkan bahwa Cici Barbar layak untuk dijalankan karena mampu menghasilkan profit dengan indeks melebihi 1.

3. Hasil analisis *Break Even Point* menunjukkan bahwa Cici Barbar diproyeksikan mampu mendapatkan nilai BEP per tahun yang berada di bawah nilai penjualan. Hasil BEP menunjukkan bahwa Cici Barbar layak untuk dijalankan karena penjualan mampu melebihi biaya – biaya yang ada dengan nilai $BEP < \text{nilai penjualan}$.

1. Dilarang menyalin 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.