

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep bisnis

Fish Baik merupakan sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang industri makanan. *Fish Baik* membuat berbagai varian rasa produk yaitu rasa rendang, rumput laut, sambel matah, seblak, keju, pedas manis dan asin gurih (original). serta kemasan yang unik dan menarik sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Lokasi *Fish Baik* berada di Jl Nusantara II Blok G No 15 Sunter Agung, Jakarta Utara.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari *Fish Baik* adalah menjadi salah satu pabrik olahan Snack ikan ternama di Indonesia dan luar negeri.

Misi dari *Fish Baik* adalah :

- Menyediakan Produk *Snack* ikan yang menarik, bervariasi dan beragam
- Menjual produk – produk yang berkualitas tinggi
- Melayani pelanggan dengan dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan maupun pemasok
- Terus berinovasi dalam variasi berbagai *Snack* ikan.

B. Produk / Jasa

Makanan ringan *Fish Baik* terbuat dari ikan berkualitas tinggi dan memiliki berbagai rasa, seperti rendang, rumput laut, sambel matah, seblak, keju, pedas manis, dan asin gurih serta memiliki dua ukuran yaitu *single pack* dan *family pack*.



1. Pesaing

Dilakukan analisis terhadap dua pesaing *Fish Baik* yaitu Maichi, Raja Ngemil, Si Petek dan Win Snack untuk mengumpulkan informasi tentang pesaing yang ada. Analisis yang diperlukan meliputi harga, layanan, promosi, merek kemasan produk, kualitas produk, dan varian produk. Kriteria tersebut dievaluasi dan dimasukkan ke dalam CPM, dan hasilnya menyimpulkan bahwa *FishBaik* memiliki keunggulan dalam pelayanan kemasan dan kualitas produk, yang merupakan hal yang baik untuk dapat bersaing.

2. Target dan ukuran pasar

Target pasar *Fish Baik* ini adalah pria dan wanita mulai dari anak-anak, dewasa, remaja dan manula dengan segmen menengah ke bawah.

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran *Fish Baik* ini menggunakan sosial media seperti Instagram, facebook, WhatsApp serta marketplace tokopedia, dan website. Dengan strategi tersebut menjadi efektif dan efisien serta dapat dengan mudah memperkenalkan produk *Fish Baik* karena sosial media jangkauannya sangat luas

4. Tim Manajemen

Fish Baik merupakan bisnis dengan struktur organisasi sederhana, dimana manajer langsung membawahi tiga bagian divisi yaitu Administrasi dan Keuangan 1 orang, , marketing 1 orang, dan operasional 1 orang. Sehingga total karyawan yang dimiliki *Fish Baik* berjumlah 4 orang.

5. Kelayakan Keuangan

Penulis telah melakukan sejumlah analisis keuangan untuk menentukan apakah bisnis *Fish Baik* ini layak untuk diinvestasikan atau tidak. Analisis keuangan yang dilakukan yaitu Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Profitability Index (PI), dan Break Even Point (BEP)



Tabel 9. 1

Kesimpulan Kelayakan Usaha *Fish Baik*

Keterangan	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period (PP)</i>	5 Tahun	2 tahun 0 bulan 24 hari	-
<i>Net Present Value (NPV)</i>	> 0	Rp440.443.526	Layak
<i>Profitability Index (PI)</i>	> 1	3,67	Layak
<i>Break Event Point (BEP)</i>	Penjualan > BEP	Penjualan > BEP	Layak

Sumber : Data diolah oleh Fish Baik

C. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Hasil dari ringkasan bisnis dan analisis kelayakan bisnis yang dilakukan untuk *Snack Fish Baik* adalah sebagai berikut:

1. *Snack Fish Baik* akan menerima pengembalian investasi dalam waktu 2 tahun 0 bulan 24 hari menurut perhitungan Payback Period (PP).
2. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa Net Present Value (NPV) adalah Rp440.443.526 yang menunjukkan bahwa *Snack Fish Baik* layak untuk dilaksanakan karena NPV lebih besar dari 0.
3. Usaha *Snack Fish Baik* layak dijalankan karena PI lebih dari 1, karena Profitability Index (PI) *Snack Fish Baik* berjumlah 3,67.
4. Break Even Point (BEP) *Snack Fish Baik* layak karena jumlah penjualan melebihi BEP (penjualan > BEP) dan meningkat setiap tahun.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa bisnis *Snack Fish Baik* adalah bisnis yang layak untuk dijalankan dan direkomendasikan untuk dilakukan.