

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Petra tou Romiou adalah sebuah bisnis yang berkecimpung di industri perhiasan mutiara dengan menawarkan nilai-nilai desain yang simpel, modern, dan unik. Keunggulan dari produk Petra tou Romiou adalah desain perhiasan yang simpel sehingga dapat digunakan untuk acara formal ataupun informal. Bahan material yang digunakan adalah mutiara air tawar *grade* AA dan perak 92,5. Petra tou Romiou memberikan *emotional value* kepada target pasar melalui cerita di balik setiap perhiasan serta nilai tambah yang lain adalah setiap perhiasan mutiara hanya dibuat oleh tangan pengrajin atau *handcrafted*.

Target pasar dari Petra tou Romiou adalah wanita muda yang berumur 18 sampai 22 tahun yang menyukai dan mengikuti perkembangan dunia mode, memiliki pengeluaran yaitu sebesar di atas Rp3.000.000, dan berdomisili di DKI Jakarta. Perencanaan dari bisnis ini didasarkan pada *depth interview*, *alpha test*, dan *focus group discussion*.

Petra tou Romiou berfokus pada penjualan *offline* yaitu melalui bazar atau acara, dimana sebagai strategi jangka pendek untuk meningkatkan *brand awareness*. Hal tersebut dikarenakan wanita muda masih cenderung melakukan pembelian secara *offline* karena dapat melihat perhiasan secara langsung. Media penjualan lainnya adalah *website* yang digunakan untuk meningkatkan penjualan secara *online*.

Modal swadaya dari Petra tou Romiou adalah sebesar Rp 38.200.000, dan tidak memiliki modal pinjaman untuk saat ini. Untuk analisis kelayakan usaha, kelompok menggunakan pendekatan teori pengukuran investasi (*net present value*, *break even point* dan *payback period*). *Net present value* bisnis masih negatif di tahun pertama layaknya seperti *start up business*, tetapi kami menargetkan mendapatkan *net present value* yang positif di tahun keempat. Hal tersebut disesuaikan dengan target pengembangan produk diiringi dengan target peningkatan penjualan setiap tahunnya. Petra tou Romiou harus dapat menjual 27 unit perhiasan setiap bulan untuk mendapatkan titik impas atau *break even point* tiap bulan. *Payback period* Petra tou Romiou adalah selama 44 bulan. Berdasarkan hasil analisis tersebut, dan respon positif dari pasar terhadap perhiasan Petra tou Romiou, dapat dilihat bahwa proyek bisnis Petra tou Romiou ini layak untuk dijalankan.

## EXECUTIVE SUMMARY

Petra tou Romiou is a business project that specialized in pearl jewelry industry that offers values, which are simple, modern, and unique. Our different advantage from competitors is the functionality of the product, which versatile for formal and informal occasion. We use fresh-water pearl grade AA and sterling silver 92,5 as our materials. Petra tou Romiou also offers emotional values for target market based on the background story from each product and handcrafted product.

The target market of Petra tou Romiou is a young women from age 18 to 22 years old, that likes and follows fashion trend, have a total spent above Rp3.000.000, that live in Jakarta. The plan of this business project is based on depth interview, alpha test, and focus group discussion.

In the first year, Petra tou Romiou focus on selling the product by participating in the latest event or bazaar as our short-term strategy to build a brand awareness. The selling activity based on our target market behavior that they likely want to see the product first before the transaction. Other media for selling activity is *website* to increase sales.

The capital from Petra tou Romiou's manager are Rp38.200.000, and didn't have any loan right now. For the feasibility analysis, group use an investment measurement theory (net present value, break even point, and payback period). The net present value

will be negative in first year, however we expect to get a positive net present value in fourth year. To attain the target, product development and higher level of sales target have to be our action every year. Petra tou Romiou have to sell 27 unit per month to achieve break even point per month and it would takes 44 months for company's payback period. From the feasibility analysis above, and the positive response from the market for the products of Petra tou Romiou, we can see that this business project is feasible to run.

