

RINGKASAN EKSEKUTIF

Kondisi pasar Indonesia yang semangat kewirausahaannya sedang berkembang dalam beberapa tahun terakhir telah melahirkan banyak pengusaha muda. Tidak sedikit pengusaha muda tersebut didukung oleh pendidikan kewirausahaan yang ditawarkan oleh banyak perguruan tinggi di Indonesia untuk selanjutnya terjun ke dunia bisnis yang dapat dikatakan sangat kompetitif.

Pasar yang dituju oleh para *educated entrepreneurs* ini mendorong mereka untuk terus berkembang tidak hanya dari segi produk, namun juga cara mempresentasikan produknya. Berdasarkan riset internal, didapatkan temuan bahwa kalangan *educated entrepreneurs* ini memiliki kepercayaan bahwa *brand image* merupakan salah satu hal yang paling menentukan dalam melakukan pembelian produk. Pada sisi lain, dalam memenuhi kebutuhan presentasi produk, para pengusaha muda ini menghadapi banyak masalah, terutama diakibatkan oleh minimnya informasi dan besarnya biaya yang dibutuhkan.

Berangkat dari temuan ini, LUCIDS melihat adanya potensi bisnis yang dapat memberikan jawaban atas kebutuhan para *educated entrepreneurs* ini. Berdasarkan atas fakta yang ditemukan LUCIDS, besaran pasar yang dituju memiliki potensi yang cukup menggiurkan, hal ini sehubungan dengan penambahan jumlah pengusaha sebanyak sekitar 190.000 orang dari tahun 2013 hingga Februari 2014¹.

¹ (<http://www.ciputraentrepreneurship.com/entrepreneurship/jumlah-wirausaha-di-indonesia-naik-jadi-442-juta-orang>)

Sebagai jawabannya, LUCIDS hadir sebagai sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang kontraktor yang memenuhi kebutuhan presentasi produk bagi pengusaha muda terpelajar. Layanan yang ditawarkan oleh LUCIDS terbagi menjadi 2 atas barang dan jasa. Untuk layanan produk, LUCIDS menawarkan pemenuhan kebutuhan pembuatan stan atau alat peraga serta kemasan. Layanan jasa yang ditawarkan sendiri meliputi konsultasi dan desain terhadap produk yang dipesan tersebut.

Untuk menangkap potensi pasar yang dituju, LUCIDS telah mempersiapkan strategi *low-cost focus*. Strategi ini dipilih LUCIDS atas kondisi pasar yang dituju LUCIDS yaitu *educated entrepreneurs* yang bersifat spesifik. Berhubung keterbatasan kemampuan bayar dari target pasar yang dituju, LUCIDS percaya penekanan biaya serendah mungkin dijadikan strategi andalan internal LUCIDS dalam mendapatkan *margin* keuntungan minimum sebesar 20% dengan tetap menyediakan kualitas yang bersaing.

Berdasarkan atas indikator keuangan seperti neraca laba rugi, proyeksi keuangan 5 tahun, dan arus kas LUCIDS yang selalu positif, serta didukung dengan ROA yang mencapai 74%, serta ROE rata-rata 78%, ditambah dengan proyeksi periode pengembalian modal selama 0,64 tahun (atau setara dengan 8 bulan), LUCIDS dapat dikatakan sebagai perusahaan yang *investment-worthy* dan dapat berjalan dengan berkelanjutan (*sustainable*).

EXECUTIVE SUMMARY

The condition of Indonesia's market which its entrepreneurship spirit has been growing fast in recent years has hatched a lot of young entrepreneurs in the industry. It's not just a small number of them, whom are supported by the entrepreneurship formal education offered by universities to be involved in the very competitive business world in the future.

However, the market factual condition pushes these educated entrepreneurs to hardly innovate not just on the product lines, but also the way of presenting their products. Based on our internal research, we found that those educated entrepreneurs sphere have a strong belief that brand image is one of the most crucial thing for customers in transactions. On the other hand, fulfilling their need of making a good presentation of their products is not an easy thing to do, specially caused by the scarcity of information source and the cost it takes to do so.

This fact leads LUCIDS in seeing a good proportion of potential business to fulfill the needs of these educated entrepreneurs society. Based on the business growth statistics that LUCIDS found, the amount of market that LUCIDS aims at offers a great cravery of business potential. This belief is based on the incremental of new entrepreneur in Indonesia as many as about 190.000 people just in exactly a year since 2013 to 2014.²

² (<http://www.ciputraentrepreneurship.com/entrepreneurship/jumlah-wirausaha-di-indonesia-naik-jadi-442-juta-orang>)

As the result, LUCIDS arises as a contractor business entity which specializes in fulfilling of young educated entrepreneurs need of product presentation. In the industry, LUCIDS divides their menu into product presentation manufacturing and services. As the part of product presentation manufacturing, LUCIDS offers the manufacturing of it's customers' booth and packaging. Besides, LUCIDS provides a service range of product presentation consultancy and design making.

In order to grab the market potential which LUCIDS aims at, LUCIDS has prepared a low-cost focus strategy. This strategy is chosen based on the situation of specific target market LUCIDS aims at. In relation to the willingness and ability to pay of LUCIDS' target market, LUCIDS believes that cost suppression can be our core strategy in order to widen the minimum profit margin of 20% while keeps on precisely maintaining the quality standard LUCIDS promises.

Based on LUCIDS financial indicator such as Income statement, 5 year financial projection and the consistent positive cash balance, LUCIDS can be classified as an sustainable business entity. Besides, the projection of 74% ROA and ROE rate of 78%, even supported by the payback period of 0.64 years (equivalent of about 8 months), LUCIDS is considered as an investment-worthy firm.