KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF

A. Konsep Bisnis

Ide bisnis Crunchy berawal dari kesadaran penulis akan besarnya peluang melakukan bisnis makanan ringan. Setelah melihat besarnya perkembangan bisnis kopi di Indonesia khususnya ibu kota Jakarta dan besarnya perkembangan jasa transportasi *online*, gaya hidup dan kecenderungan konsumen berubah menjadi semakin konsumtif. Ide bisnis Crunchy lahir dari melihat kebiasaan baru bagi para pekerja untuk membeli makanan ringan sebagai cemilan.

B. Visi dan Misi Perusahaan

Visi yaitu menjadi penyedia makanan ringan yang memiliki kualitas dan rasa terbaik di Indonesia.

Sedangkan misi dari Crunchy adalah:

1. Menggunakan bahan baku yang berkualitas tinggi dan ramah lingkungan.
2. Memberikan pelayanan yang terbaik dalam kegiatan usahanya.
3. Terus melakukan inovasi-inovasi yang bertujuan untuk memuaskan keinginan konsumen.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

C. Produk / Jasa

Crunchy adalah usaha makanan ringan berupa gorengan (bala-bala, tahu, tempe, dan cireng) dengan berbagai varian rasa seperti *salted egg, BBQ, chilli, seaweed*. Konsumen dapat memilih sendiri jumlah, jenis, serta varian rasa apa saja yang diinginkannya. Agar konsumen dapat lebih mudah mengkonsumsinya, maka gorengan yang dipilih nanti akan dipotong-potong terlebih dahulu.

D. Persaingan

Didalam lokasi usaha, yaitu Gajah Mada *Street Food*, pesaing yang menjual jenis usaha yang sama hanya satu, yaitu Tahu Kriuk "Yes". Sedangkan disekitar lokasi usaha, ada CangCireng yang menjadi pesaing lain bagi Crunchy. Namun, secara berkeseluruhan di Gajah Mada *Street Food*, banyak jenis usaha makanan lain yang dapat menjadi pesaing bagi Crunchy.

E. Target dan Ukuran Pasar

Target yang telah ditetapkan oleh Crunchy adalah orang-orang yang suka mengkonsumsi cemilan berupa gorengan, dan juga para konsumen yang makan di Gajah Mada *Street Food*.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

F. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang direncanakan Crunchy adalah:

1. Melakukan promosi melalui sosial media seperti *Instagram*, dan *facebook*.
2. Mengeluarkan promo-promo baik secara langsung maupun promo bersama dengan penyedia jasa transportasi *online*.
3. Menggunakan *packaging* yang ramah lingkungan sebagai salah satu keunggulan dari Crunchy.

G. Tim Manajemen

Sebagai usaha yang baru dimulai dan masih berskala kecil, struktur organisasi yang dimiliki oleh Crunchy masih sangat sederhana dan sangat kecil. Jumlah pegawai yang dimiliki Crunchy hanya tiga orang, dengan rincian satu orang sebagai staf keuangan, dan dua orang lainnya sebagai staf dapur.

H. Kelayakan Keuangan

Menurut Husnan dan Muhammad (2014 : 4), "Yang dimaksud dengan studi kelayakan proyek bisnis adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek bisnis (biasanya merupakan proyek bisnis investasi) dilaksakan dengan berhasil". Rincian kelayakan keuangan dari bisnis Crunchy adalah sebagai berikut:

1. Payback Period = 3 Tahun 11 Bulan 28 Hari
2. Net Present Value = Rp71,667,608.02 > 0

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Profitability Index = 1.179859 > 1

4. Break Even Point = Rp 325,785,638

Tabel 9.1

Analisis Kelayakan Usaha Crunchy

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisa	Kesimpulan
Payback Period	5 Tahun	3 Tahun 11 Bulan 28 Hari	Layak
Net Present Value	NPV > 0	Rp71,667,608.02	Layak
Profiatbility Index	1	1.179859	Layak
Break Even Point	Penjualan > Nilai BEP	Penjualan > BEP Pertahun	Layak

Sumber: Crunchy, 2019.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie