



## BAB IX

### RINGKASAN EKSEKUTIF/REKOMENDASI

© Hak cipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Ringkasan Kegiatan Usaha

Dari seluruh bagian rencana bisnis yang telah dibahas, dapat diringkas dalam 8 bagian pokok, yaitu:

##### 1. Konsep Bisnis

Bakmi GR merupakan restoran yang memiliki menu utama bakmi berukuran tebal dengan tekstur yang keras atau renyah dengan tambahan *topping* kulit ayam yang renyah pula. Berbeda dengan bakmi kebanyakan yang terasa asin, Bakmi Garing Renyah ini lebih terasa manis dengan perpaduan asin dan gurih. Hal ini menjadi faktor pembeda dan faktor kenikmatan dari usaha bakmi lainnya yang sudah ada.

Selain menu bakmi, Bakmi GR juga menawarkan varian makanan lainnya, seperti nasi goreng, bakmi goreng, dan berbagai menu lainnya untuk mencegah jenuhnya konsumen. Bakmi yang dijual dan pilihan menu-menu lainnya menggunakan bahan-bahan berkualitas dan dimana proses pembuatan dan bahan-bahanya adalah halal.

Tidak hanya sebagai tempat makan, Bakmi GR juga cocok untuk berbagai kegiatan seperti *hang out* bersama teman dan keluarga, merayakan ulang tahun, rapat atau *meeting*, dan berbagai kegiatan lainnya karena Restoran Bakmi GR juga mengutamakan kenyamanan dan kebersihan tempat usaha. Fasilitas televisi, Wi-Fi, dan *snack* gratis juga disediakan untuk kenyamanan konsumen.

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 IBIKGG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



## 2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi : Menjadi restoran bakmi ternama dan terbaik dalam produk berkualitas dan pelayanan terbaik.

b. Misi :

- (1) Menawarkan makanan dengan harga terjangkau dan bersaing.
- (2) Menyajikan makanan dengan pengendalian kualitas, rasa dan pelayanan yang terbaik.
- (3) Menyajikan makanan yang memiliki keunikan dan rasa yang khas.

c. Tujuan :

Tujuan memiliki 3 klasifikasi sesuai dengan jangka waktunya, antara lain:

- (1) Tujuan jangka pendek : Bakmi GR dapat bersaing dengan restoran lainnya yang sudah terlebih dahulu ada dan dapat memperoleh pangsa pasar yang cukup signifikan, serta dikenal oleh masyarakat Kelapa Gading.
- (2) Tujuan jangka menengah : Memiliki basis pelanggan dan loyalitas pelanggan, menjaga dan mempertahankan kualitas dan pelayanan serta berinovasi menciptakan varian produk baru
- (3) Tujuan jangka panjang: : Menjadi restoran yang dikenal oleh masyarakat luas dan mempunyai berbagai cabang di berbagai daerah yang strategis dengan mampu mempertahankan kualitas dan pelayanan yang diberikan di setiap daerah.

## 3. Produk/Jasa

Produk Bakmi GR adalah berbagai macam makanan seperti bakmi, nasi dan lain-lain yang dibuat dengan menggunakan bahan berkualitas tanpa pengawet dan juga menyajikan berbagai macam minuman siap saji. Daftar Produk makanan dan minuman Bakmi GR dapat dilihat pada tabel 2.2 dan 2.2 dalam bab 2.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



#### 4. Persaingan

Persaingan dalam industri kuliner sangat ketat dikarenakan hambatan untuk masuk ke Industri Kuliner sangat kecil sehingga banyak pesaing – pesaing yang mudah untuk masuk ke dalam dunia industri kuliner. Pesaing utama dari Bakmi GR adalah Bakmi Naga dan Bakmi Gajah Mada dikarenakan produk yang dijual antara Bakmi GR dengan pesaingnya sejenis. Dari analisis *Competitive Profile Matrix* ( CPM ), Bakmi GR memperoleh poin sebesar 3,35, sedangkan untuk Bakmi Gajah Mada memperoleh poin sebesar 3,46 ( diatas Bakmi GR ) dan Bakmi Naga memperoleh poin sebesar 2,87 ( dibawah Bakmi GR ).

Bakmi GR memiliki kekuatan dibanding pesaing yaitu dalam rasa makanan, harga makanan, dan kebersihan lokasi usaha. Sedangkan untuk kelemahan Bakmi GR sehingga belum mengalahkan nilai yang diperoleh Bakmi Gajah Mada adalah nama atau *brand* usaha yang belum dikenal, promosi yang diberikan, dan lokasi usaha.

#### 5. Target dan Ukuran Pasar

Target utama dari Bakmi GR tidak terfokus untuk kalangan tertentu baik dari segi usia, jenis kelamin, maupun status sosial, karena produk dari Bakmi GR cocok dan bisa dikonsumsi oleh siapa saja. Bakmi GR merupakan restoran untuk pelanggan yang ingin mencoba varian menu bakmi yang berbeda dari pesaing-pesaing lainnya

#### 6. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran Bakmi GR terdiri dari

- Brosur, yang berguna untuk menginformasikan lokasi usaha untuk memudahkan konsumen datang ke lokasi usaha serta memberikan informasi produk apa saja yang ditawarkan dan keunikan dari produk tersebut. Brosur

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



akan disebar di daerah sekitar pemukiman dan pada Mall-mall di daerah Kelapa Gading dan Sunter agar diketahui oleh para calon konsumen.

- C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
    - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
- Spanduk agar pelanggan yang melewati lokasi usaha mengetahui keberadaan dan promosi apa yang ditawarkan oleh Bakmi GR
  - Media sosial seperti *Instagram*, dan *Facebook*. Selain itu Google ads juga menjadi salah satu media promosi yang digunakan karena mengingat tingginya tingkat pengguna internet, sehingga Restoran Bakmi GR menjadi mudah untuk dicari dan ditemukan oleh masyarakat.
  - Diskon atau potongan harga sebesar 20% untuk 1 bulan pertama khusus untuk produk bakmi untuk menarik perhatian dan minat pelanggan untuk mencoba produk dari Bakmi GR.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 7. Tim Manajemen

Tim Manajemen Bakmi GR terdiri dari Manajer, Juru Masak, dan Asisten Juru Masak, Pelayan, Kasir, dan *Cleaning Service*. Untuk manajer sendiri akan diisi oleh penulis sendiri yang nantinya akan membawahi 13 karyawan yaitu Juru Masak sebanyak 2 orang, Asisten Juru Masak sebanyak 2 orang. Pelayan sebanyak 7 orang, Kasir sebanyak 1 orang, dan *Cleaning Service* sebanyak 2 orang. Pembelian bahan baku dan promosi restoran juga diatur oleh Manajer.

## 8. Kelayakan Keuangan

Penulis telah melakukan berbagai macam analisis keuangan untuk menentukan apakah usaha Bakmi GR layak untuk dijalankan. Analisis keuangan yang dilakukan yaitu nilai BEP, *net present value* ( NPV ), *internal rate of return* ( IRR ), dan *payback period* ( PP ). Hasilnya diperoleh bahwa pada BEP nilai Sales lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan, untuk NPV didapat nilai sebesar Rp 345.134.605, untuk IRR diperoleh nilai sebesar  $26,55\% < 11,36\%$ ,

sedangkan untuk *Payback Period* diperoleh dalam 3 tahun 3 bulan 1 hari dengan

**C** batas maksimal 5 tahun. Kesimpulan dari analisis kelayakan keuangan ini adalah bisnis Bakmi GR layak untuk dijalankan.

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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.