



Rencana Bisnis Pendirian Usaha Food Truck Loco di Kelapa Gading

Rikken Prahara Halimsjah

rikken.prahara@gmail.com

Drs Brastoro M.M

Program Studi Administrasi Bisnis Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

ABSTRAK

Rikken Prahara Halimsjah / 71160159 / 2021 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Loco di Kelapa Gading / Dosen Pembimbing : Drs Brastoro M.M.

Penulis membuat rencana bisnis usaha Loco dikarenakan pada umumnya masyarakat akan tertarik ketika melihat sesuatu yang berbeda, belum pernah dilihat ataupun dicobanya sebelumnya sehingga penulis membuka usaha Loco yang menjual makanan Meksiko dan memiliki citarasa yang berbeda dari makanan Meksiko pada umumnya.

Loco memiliki visi “Menjadikan Loco yang lebih baik dan berkualitas dan menjadi pilihan utama dan terpercaya bagi masyarakat Jakarta” yang akan direalisasikan bersamaan dengan berjalannya misi perusahaan.

Loco menyediakan produk berupa makanan Meksiko yang menggabungkan rasa Nusantara seperti rendang, rica-rica, dan maranggi.

Loco menargetkan penjualan pada masyarakat dengan penghasilan menengah keatas.

Perusahaan memiliki pesaing di dalam industri yang sama, oleh karena itu telah dilakukan analisa pesaing dan hasilnya perusahaan memiliki kelebihan dari pesaingnya.

Strategi dalam pemasaran yang baik sangat diperlukan oleh Loco, oleh karena itu Loco akan melakukan berbagai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualannya.

Loco direncanakan membutuhkan sebanyak lima karyawan untuk menjalankan kegiatan operasionalnya.

Investasi awal yang diperlukan oleh Loco sebesar Rp.786.564.745,00. Sumber pendanaan didapat dari orang tua dan mitra. Dari hasil perhitungan analisis *Net Present Value*, *Payback Period*, *Profitability Index*, dan *Break Even Point* perusahaan dinyatakan layak.

Kata Kunci: Rencana Bisnis, usaha Loco, makanan Meksiko.

© 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 mengutip sumbernya.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRACT

Rikken Prahara Halimsjah / 71160159 / 2021 / *Business Plan for Establishing Loco Business in Kelapa Gading* / Advisor : Drs Brastoro M.M

The author made Loco business plan because in general, people tends to develop interest in something different, haven't been seen or tried before so, the author is establishing Loco that sells Mexican food and has a different taste than other Mexican Food in general.

Loco has a vision "to make Loco even better and have higher quality to become customer's first and most trusted choice for people in Jakarta".

Loco provides product in form of Mexican food that combines the taste of Nusantara such as rendang, rica-rica, and maranggi

Loco targets sales to people with higher middle income.

The company has competitors in the same industry, therefore competitor analysis has been carried out and the result is the company has advantages over its competitors.

A good marketing strategy is needed by Loco, therefore Loco will carry out various marketing strategies to increase its sales.

Loco is planned to require as many as five employees to carry out its operational activities.

The initial investment required by Loco is Rp. 786.564.745,00. Sources of funding are obtained from parents and partner. From the calculation of the analysis of Net Present Value, Payback Period, Profitability Index, and Break Even Point, the company is declared feasible.

Keywords: *Business Plan, Loco, Mexican food.*

Pendahuluan

Keunikan adalah hal yang penting dalam sebuah bisnis. Keunikan dari bisnis yang dimaksud penulis diatas adalah sebuah restoran bergerak yang menyajikan makanan dengan cita rasa meksiko. Model bisnis ini dipilih oleh penulis karena konsumen menyukai hal yang baru, mulai dari rasa, tampilan, hingga konsep yang unik untuk dicoba. Hanya sedikit restoran yang telah menyajikan makanan khas Meksiko, yaitu taco dan burrito, dan lebih sedikit lagi yang memiliki konsep *food truck* dan menyajikan makanan khas Meksiko dengan paduan rasa tradisional Indonesia.

Maka dari itu penulis ingin menciptakan sebuah usaha yang dapat menciptakan paduan rasa dari kedua negara sehingga mampu bersaing dengan bisnis restoran konvensional. Karena konsep bisnis yang unik dan menarik, serta modal yang dibutuhkan lebih sedikit daripada bisnis restoran konvensional, serta adanya kemungkinan untuk menciptakan sebuah budaya baru, maka penulis memutuskan untuk memilih usaha ini. Penulis menawarkan cita rasa yang unik, mudah, dan cepat bagi para karyawan, maupun mahasiswa. Khususnya para pecinta kuliner, ataupun *food blogger*.

Loco berasal dari bahasa Spanyol yang merupakan bahasa utama di Meksiko dan memiliki arti gila, akan tetapi penulis mengambil arti gila dari sisi positif yang dapat juga diartikan sebagai ungkapan kagum dan sebagai hal yang tidak biasa. Penulis



memberikan nama tersebut karena memiliki harapan para pelanggan dapat terkejut dan kagum dari pertama kali mencoba produk Loco dan bila perlu dapat menjadi pelanggan tetap. Selain itu, Loco diharapkan menjadi salah satu tempat yang menjadi sebuah ikon di Jakarta Utara, dan terus menciptakan inovasi-inovasi lain yang lebih menarik sehingga pelanggan tetap dapat dikejutkan oleh Loco.

Rencana Produk dan Pemasaran

Produk yang ditawarkan oleh Loco adalah makanan Meksiko berupa *taco*, *burrito*, *nachos*, dan *quesadilla* dengan isian atau *filling* citarasa Nusantara seperti rendang, rica-rica, maranggi, dan original.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Loco berupa *endorsement* dan *review* dari *Influencer* dan *Food Blogger* serta diskon pada masa-masa tertentu. Selain itu Loco juga akan menggunakan media sosial dengan sebaik mungkin untuk mencapai calon pelanggan.

Rencana Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia Loco berjumlah lima orang yang terdiri dari pemilik usaha yang merangkap sebagai manajer, kasir, satu *chef full time* dan dua *chef part time*.

Rencana Keuangan

Investasi awal yang dibutuhkan Loco adalah sebesar Rp 379.616.720,-.

Rencana Penjualan di tahun 2022 sebesar Rp 861.645.746 dan diasumsikan mengalami kenaikan setiap tahunnya.

Kesimpulan

Analisis kelayakan usaha dilakukan untuk menilai apakah suatu investasi layak dilakukan pada usaha tersebut atau tidak. Dalam hal ini, Loco menggunakan 4 analisis usaha yaitu *Net Present Value (NPV)*, *Profitability Index (PI)*, *Payback Period (PP)*, dan *Break Even Point (BEP)*. Analisis NPV Loco lebih besar dari 0 yaitu Rp 1.073.006.879,-. *Payback Period* kurang dari 5 tahun yaitu selama 2 tahun 7 bulan 6 hari. *Profitability Index* lebih besar dari 1 yaitu sebesar 3,826553264. dan nilai penjualan diatas nilai *BEP* per tahun. Dari keempat analisis di atas menunjukkan bahwa usaha Loco layak untuk dijalankan.

Pengendalian Resiko

Berikut resiko dan usaha pengendalian resiko Loco :

1. Dalam menghadapi kurangnya dikenal Loco oleh masyarakat, Loco akan melakukan kegiatan pemasaran untuk menyebarluaskan nama Loco dengan memberikan promosi pada hari-hari tertentu, baik *online* maupun *offline*, mengundang *influencer* dan *food blogger* untuk memberikan ulasan positif mengenai Loco



2. Dalam menangani kurangnya variansi menu, Loco akan melakukan eksperimen dan inovasi dalam mengembangkan produknya.
3. Dalam menangani kualitas produk dan layanan dan tidak konsisten, Loco akan SOP dan menegaskannya, dan manajer sekaligus pemilik akan terjun langsung dalam mengawasi pekerjaan karyawan.
4. Dalam menangani masalah pemasok, Loco akan menciptakan alur pemesanan bahan baku sehingga tidak terjadi miskomunikasi dan kekeliruan dalam jumlah pemesanan.
5. Dalam mengatasi resiko kendaraan rusak, Loco akan melakukan kegiatan servis tiap tahunnya untuk menghindari kerusakan pada bagian-bagian tertentu.
6. Dalam mengatasi resiko terjadinya pencurian atau kehilangan, Loco akan menggunakan CCTV pada kendaraan untuk meningkatkan keamanan.

Daftar Pustaka

Buku Teks

Crouhy, M., Galai, D., & Mark, R. (2014). The Essentials of Risk Management, Edisi 2, United States: Mc Graw Hill Education.

David, F. R., & David, F. R. (2017). Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases, Edisi 16, Global Edition, Malaysia: Pearson Education.

Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2017). Business Essentials, Edisi 11, Global Edition, Malaysia: Pearson Education.

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). Principles of Managerial Finance, Edisi 14, Global Edition, United States: Pearson Education.

Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). Principles of Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management, Edisi 10, Global Edition, Malaysia: Pearson Education.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). Entrepreneurship, Edisi 10, Global Edition, New York: Mc Graw HILL Education.

Husnan, S., & Muhammad, S (2014). Studi Kelayakan Proyek Bisnis, Edisi 5, Yogyakarta: UPP STIM YKPN

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing, Edisi 17, Global Edition, Italy: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management, Edisi 15, Global Edition, United States: Pearson Education.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). Management, Edisi 14, United States: Pearson Education. Saiman, L. (2014). Kewirausahaan : Teori Praktik dan Kasus-Kasus, Edisi 2, Jakarta: SalembaEmpat.



Weygandt, J. K., Paul, & Kieso, D. (2016). Financial Accounting, Edisi 3, IFRS Edition, United States : John Wiley & Sons, Inc.

Sumber Internet

Badan Pusat Statistika (2020), Indeks Harga Konsumen dan Inflasi Bulanan Indonesia, diakses pada Desember 2020, <https://www.bps.go.id/statistictable/2009/06/15/907/indeks-harga-konsumen-dan-inflasibulanan-indonesia-2006-2020.html>

Badan Pusat Statistika (2020). Pendapatan per Kapita Indonesia Capai Rp 59 Juta Pada 2019, diakses pada November 2020, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/05/pendapatan-per-kapitaindonesia-capai-rp-59-juta-pada-2019#>

Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (2019), Penduduk, Laju Pertumbuhan Penduduk, Menurut Provinsi/Kabupaten/Kota/Kecamatan 2010-2019, diakses pada November 2020, <https://jakarta.bps.go.id/indicator/12/124/1/3-1-1-penduduk-laju-pertumbuhanpenduduk-menurut-provinsi-kabupaten-kota-kecamatan.html>

Bank Central Asia (2020). Produk Simpanan Tahapan BCA, diakses pada Januari 2021, <https://www.bca.co.id/id/Individu/Produk/Simpanan/tahapan>

Bank Central Asia (2020). Suku Bunga Dasar Kredit, diakses pada Februari 2021, <https://www.bca.co.id/individu/sarana/kurs-dan-suku-bunga/suku-bunga-dasar-kredit>

Bank Indonesia (2019), Kriteria UMKM, diakses pada November 2020, <http://bi.go.id/id/tentangbi/uubi/documets/UU20Tahun2008UMKM.pdf>

Bank Indonesia (2020). Laporan Inflasi, diakses pada Januari 2021, <https://www.bi.go.id/id/statistik/indikator/data-inflasi.aspx>

Dimas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (2018). Izin Mendirikan Usaha Food Truck diakses pada Desember 2020, <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5ad48355ca1c5/izin-mendirikanusaha-ifoood-truck-i/>

Kementerian Perindustrian Indonesia (2019), Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun, diakses pada Oktober 2020, <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-SektorKampiun->

Kusuma, H. (2020). Strategi Pemerintah Kejar Target Pertumbuhan Ekonomi 5% di 2021, diakses pada Desember 2020, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5193159/strategi-pemerintah-kejartarget-pertumbuhan-ekonomi-5-di-2021>

Manggala, Y. (2018), Usaha Kuliner di Indonesia Dinilai Lebih Berkembang, diakses pada Desember 2020, <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/03/01/p4wqrs284-usahakulinerdi-indonesia-dinilai-lebih-berkembang>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.
2. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
3. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pajak (2016), Cara Daftar NPWP Online, Online-pajak.com, diakses pada Desember 2020, <https://www.online-pajak.com/daftar-npwp-online-wajib-pajak-orangpribadi>

P,Boyke (2019), Harapan Ekonomi RI, Pertumbuhan Industri Makanan Minuman Diprediksi Tumbuh Tinggi, diakses pada Desember 2020, <https://www.wartaekonomi.co.id/read305107/harapan-ekonomi-ri-pertumbuhanindustri-makanan-minuman-diprediksitumbuhtinggi#:~:text=Berdasarkan%20data%2C%20pada%20triwulan%20I,ini%20menca%203%2C9%25>.

PT Aetra Air Jakarta (2021). Info Tarif Biaya Pelanggan, diakses pada Februari 2021, https://aetra.co.id/info_pelanggan/info_tarif_biaya

SEva (2020). DKI Naikkan UMP Jadi Rp 4,4 Juta Bagi Perusahaan Tak Terdampak Pandemi, diakses pada Januari 2021, <https://news.detik.com/berita/d-5236574/dki-naikkan-ump-2021-jadi-rp-44-juta-bagiperusahaan-tak-terdampak-pandemi>

Peraturan Pemerintah dan Undang-Undang

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*, Lembaran Negara RI Tahun 2008, No. 93. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2004. *Undang-Undang No. 40 Tahun 2004 Tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional*, Lembaran Negara RI Tahun 2004, No 150. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2015. *Peraturan Pemerintah No. 78 Tahun 2015 Tentang Pengupahan*, Lembaran Negara RI Tahun 2015, No. 237. Sekretariat Negara. Jakarta.