

## BAB IX

### RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

#### A. Ringkasan Kegiatan Usaha

##### © 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. Konsep Bisnis

Huta merupakan bisnis pada bidang kuliner yang mengusung tema tradisional dengan sedikit sentuhan modernisasi. Huta didirikan untuk memberikan solusi terhadap masyarakat yang ingin nyemil tanpa takut akan isu kesehatan. Meskipun hadir dengan sedikit sentuhan modernisasi Huta tetap menekankan cita rasa tradisional yang asli.

#### 2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari Huta ialah agar “Menjadi usaha wedang tahu ternama yang memberikan value lebih bagi konsumen.”

Untuk mencapai visi yang telah ditentukan maka Huta memiliki misi sebagai berikut :

- 1) Membagikan informasi akan cemilan yang sehat bagi masyarakat.
- 2) Menggunakan bahan baku alami yang dapat memberi value lebih terhadap konsumen.
- 3) Memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen.

#### 3. Produk

Produk yang akan dijual oleh Huta merupakan wedang tahu dengan cita rasa tradisional dan sedikit keunikan pada topping yang akan ditambahkan, seperti susu dan kacang – kacangan. Untuk awal mulanya produk yang akan dijual hanya ada 1 varian berukuran 400ml. akan tetapi kedepannya diharapkan bahwa akan diciptakan varian-varian baru lainnya dari Huta.





#### 4. Persaingan

Pada bisnis plan yang dibuat ini Huta melakukan analisis pada pesaing. Persaingan dengan dua usaha yang sudah ada lebih dahulu jauh sebelum Huta didirikan. Pesaing tersebut ialah *Healthy Fresh* Kembang Tahu dan *Eatsoy* Jakarta. Huta melakukan analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM) dengan memperoleh hasil di angka 3,4 sementara *Healthy Fresh* Kembang Tahu memperoleh hasil 3,1 dan *Eatsoy* Jakarta memperoleh hasil 2,95. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa Huta memiliki kekuatan untuk mampu bersaing dengan usaha sejenis lainnya.

#### 5. Target dan Ukuran Pasar

Target dan ukuran pasar dari Huta sangatlah luas, dapat menjangkau semua orang dari segala usia, kalangan, dan wilayah. Hal ini dikarenakan produk Huta yang merupakan makanan yang aman, tidak berbahaya, sehat serta berbahan alami, harga jual yang ditentukan juga sangatlah terjangkau, sehingga setiap orang dapat menjadi target pasar dari Huta.

#### 6. Strategi Pemasaran

Memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada dengan memasarkan produk secara online merupakan salah satu strategi yang sangat menguntungkan, karena tidak membutuhkan modal yang besar akan tetapi dapat menjangkau pangsa pasar yang sangat luas. Dengan media *online* yang ada Huta menggunakan strategi pemasaran dengan memberikan informasi tentang makanan sehat, manfaat dari bahan – bahan alami yang digunakan oleh Huta sendiri.

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.



## 7. Tim Manajemen

Bekerja dalam sebuah team berisi 4 orang termasuk dengan *manager* yang bergerak sebagai admin dengan 3 pekerja lainnya yang berada pada bidang produksi. Hari kerja dimulai pada hari Selasa hingga Minggu dengan hari libur pada hari Senin. Jam kerja yang ditentukan yaitu mulai dari jam 1 siang hingga jam 10 malam dengan break atau istirahat selama 1 jam pada jam 6. Untuk bagian admin akan ditangani oleh *manager* langsung. *Manager* selalu memberikan pembelajaran dan motivasi terhadap para pekerjanya.

## 8. Kelayakan Keuangan

Huta melakukan beberapa analisis seperti *Payback Period* (PP) dengan hasil perhitungan bahwa usaha Huta akan balik modal selama 4 tahun 1 bulan dan dapat dikatakan layak karena periode ini masih dibawah 5 tahun. Lalu *Net Present Value* (NPV) dengan hasil Rp 125.232.407 yang berarti layak karena hasil lebih besar dari angka 0. Ada pula *Profitability Index* (PI) yang mendapatkan hasil 1,255743092 dan dikatakan layak karena lebih besar dari angka 1. Serta *Break Even Point* (BEP) yang memperoleh hasil pada tahun 2022 sebesar Rp 286.519.465; tahun 2023 sebesar Rp 299.623.713; tahun 2024 sebesar Rp 313.362.741; tahun 2025 sebesar Rp 327.767.836; dan tahun 2026 sebesar Rp 342.871.843. Hasil ini menunjukkan bahwa usaha Huta layak dijalankan karena nilai penjualan per tahunnya lebih besar dibandingkan dengan nilai BEP per tahun.

## B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Berdasarkan ringkasan usaha yang terdiri dari konsep usaha, visi misi, produk, persaingan, target dan ukuran pasar, strategi pemasaran, tim manajemen,

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.



serta analisis kelayakan yang berisi analisis *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI) dan *Break Even Point* (BEP) dapat dilihat bahwa :

**Tabel 9.1**

**Tabel Rekomendasi Visibilitas Usaha Huta**

ANALISIS	BATAS KELAYAKAN	HASIL ANALISIS	KESIMPULAN
<i>Payback Period</i>	5 Tahun	4 Tahun 1 Bulan	Layak
<i>Net Present Value</i>	NPV > 0	Rp 125.232.407	Layak
<i>Profitability Index</i>	PI > 1	1,255743092	Layak
<i>Break Even Point</i>	Penjualan > BEP	Penjualan per tahun > nilai BEP per tahun	Layak

Sumber : huta

**Tabel 9.2**

**Tabel BEP Rekomendasi Visibilitas Usaha Huta**

TAHUN	PENJUALAN (Rp)	BIAYA TETAP (Rp)	BIAYA VARIABEL (Rp)	<i>BREAK EVEN POINT</i> (Rp)
2022	600.000.000	273.919.772	26.385.000	286.519.465
2023	630.000.000	286.734.166	27.102.042	299.623.713
2024	661.500.000	300.173.271	27.842.603	313.362.741
2025	694.575.000	314.267.994	28.607.606	327.767.836
2026	729.303.750	329.050.782	29.398.016	342.871.843

Sumber : huta

Untuk kolom *Break Even Point* (BEP) pada tabel 9.1, data berupa angka dapat dilihat pada tabel 9.2.

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