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. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis

Perkembangan dunia binis di Jakarta semakin marak terjadi. Salah satu bisnis yang banyak digeluti para pengusaha adalah bisnis makanan karena beranggapan bahwa usaha tersebut adalah usaha paling menjajikan. Hal ini dikarenakan bahwa makanan merupakan kebutuhan primer manusia yang harus dipenuhi setiap individu. Cara pemenuhan kebutuhan primer tersebut berbeda-beda oleh setiap individu. Pemenuhannya bisa dengan memilih makanan yang cepat saji atau memilih makanan dengan melalui proses pemasakan yang lama.

Sibuknya penduduk kota Jakarta membuat makanan cepat saji lebih laku dikarenakan setiap individu dapat mengonsumsi makanan dengan lebih cepat tanpa harus menunggu waktu yang lama.

Rice bowl merupakan salah satu bisnis makan cepat saji yang baru saja berkembang di Jakarta dan banyak diminati oleh penduduk Jakarta sehingga itulah alsan penulis ingin berencana untuk membuat bisnis makanan yang bertemakan Rice bowl.

The Wan akan menjadi salah satu restoran cepat saji yang memiliki cita rasa yang tinggi, serta mengikuti trend masa kini yang sedang berkembang. Menu makanan yang kami hadirkan tentunya merupakan inovasi dari produk-produk rice bowl yang sudah terdahulu sehingga tidak

menimbulkan kesan membosankan dan terlalu umum. Packaging yang kami sediakan tentunya juga akan kami buat seunik mungkin sehingga memiliki kesan tersendiri bagi pelanggan kami. Target pasar yang ingin dicapai paling utama adalah kaum muda yang tentunya pengguna social media dan internet karena bisnis ini diutamakan dilakukan secara online melalui aplikasi seperti go-food, grab-food, dan lain-lainnya.

2. Visi dan Misi Perusahaan

VISI

Menjadi penyedia makanan cepat saji berbahan daging dengan bentuk menu rice bowl yang terbaik di Indonesia.

Untuk Mencapai visi yang telah dimiliki maka sebagai pemilik usaha harus memiliki misi untuk mencapai visi yang telah ada.

MISI

1. Menghadirkan inovasi rasa baru di setiap hidangan
2. Mempunyai komitmen untuk menyajikan masakan dengan citra rasa yang tinggi dan berkualitas
3. Menghadirkan pelayanan yang unggul bagi setiap konsumen
4. Mempunyai bahan baku berkualitas dari pemasok yang terpecaya

3. Produk/ Jasa

Produk yang kami tawarkan adalah produk makanan cepat saji berbentuk rice bowl, packaging dari rice bowl ini berupa mangkok plastik yang berisikan nasi, daging ayam/sapi, telur.

The Wan juga menyediakan pembelian daging slice atau wagyu fresh dengan cara pelanggan menimbang sendiri daging yang akan dipilihnya,

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

kemudian setelah itu harga akan diitung per gram daging yang sudah ditimbang, ini merupakan keunikan yang kami miliki yang belum ada pada bisnis ricebowl ditempat lain.

4. Persaingan

Persaingan di Industri kuliner tergolong tinggi karena terutama pemain industri kuliner yang ada telah berkecimpung di bisnis ini cukup lama dan sudah cukup besar. Pesaing utama The Wan adalah Yoshinoya dan juga Kun Kunw Bowl. Berikut adalah sekilas hasil pengamatan yang dilakukan yang dapat dilihat pada Tabel 9.1 yang berasal dari Tabel 3.1

Tabel 9.1

Perbandingan Pesaing

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Yoshinoya	1. Memiliki brand yang kuat 2. Memiliki cabang yang banyak 3. Sudah dikenal luas oleh masyarakat Indonesia 4. Memiliki standarisasi yang tinggi	1. Kurangnya inovasi rasa 2. Harga terlampau lebih mahal 3. Design Packaging kurang menarik 4. Belum menyediakan layanan tanpa turun 5. Quality control yang kurang baik

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

	5. Selalu menghadirkan promo menarik	dikarenakan terlalu banyak cabang.
Kun Kun Bowl	1. Menyajikan butter rice sebagai keunggulan dari rice bowl yang dijual. 2. Harga yang ditawarkan tergolong terjangkau dengan porsi makanan yang disajikan	5. Menu yang dihadirkan terbilang sedikit 6. Pelayanan kasir yang agak lambat 7. Tidak menyediakan tempat yang banyak untuk makan ditempat

5. Target dan Ukuran Pasar

Untuk target pasar yang kami tuju tidak memiliki spesifik khusus dikarenakan produk kami bisa masuk ke semua kategori dari segi usia, jenis kelamin, gaya hidup, dan lain-lainnya,itu dikarenakan makanan merupakan kebutuhan primer bagi manusia sehingga kesimpulannya target pasar produk kami adalah untuk umum.

6. Strategi Pemasaran

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

1. Media Sosial

Salah satu media yang akan digunakan oleh The Wan dalam memasarkan bisnisnya adalah media sosial. Media sosial dipilih sebagai media pemasaran yang utama karena biaya promosinya yang murah dan memiliki pengguna yang banyak. Di era globalisasi sekarang, kecanggihan teknologi diimbangi dengan penggunaan internet yang semakin berkembang. Cara yang digunakan dalam pemasarannya adalah *endorsement* ataupun *paid partnership* dengan para *influencer.*

2. Promo diskon

Memberikan promo diskon yang menarik atau memberikan gratis ongkos kirim pada pembelian

7. Tim Manajemen

The Wan memiliki struktur organisasi yang sangat sederhana. Di dalam struktur organisasi hanya terdiri dari 3 orang. 1 orang sebagai asisten juru masak,1 orang lagi menjadi juru masak, sedangkan yang terakhir merupakan pemilik, yang memiliki tugas mengawasi setiap kinjerja dari pemasar, asisten juru masak, dan juru masak yang ada serta memegang kendali keuangan yang berlangsung.

8. Kelayakan keuangan

The Wan telah melakukan berbagai macam analisis keuangan, yaitu *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Indeks* (PI), dan *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Break Even Point* (BEP). Dari berbagai analisis usaha tersebut, dapat dirangkum menjadi tabel berikut:

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

Tabel 9.2

Analisis Kelayakan Usaha

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
Payback Period	5 Tahun	3 tahun 7 bulan 4 hari	Layak
Net Present Value	NPV>0	653.865.444	Layak
Profitability Index	PI≥1	2,804154946	Layak
Internal Rate of Return	11,34%	40,51%	Layak
Break Even Point	Penjualan>BEP	Penjualan>BEP	Layak

Sumber data yang diolah

B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Jadi, berdasarkan analisis kelayakan usaha yang telah dilakukan oleh The Wan dapat disimpulkan bahwa bisnis ini layak dijalankan.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.