

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF

A Ringkasan Kegiatan Usaha

Ringkasan kegiatan usaha mencakup :

1. Konsep bisnis.

Konsep *food station* sendiri terinspirasi dari *food truck* yang lahir dan berkembang di Amerika Serikat, dengan pasar utama kaum pekerja imigran. Dalam perkembangannya, *truck* makanan dimodifikasi dengan kreatif.

Kelebihan dari *food truck* sendiri adalah dengan menggunakan mobil sebagai sarana penjualan memudahkan penjual untuk “menjemput bola” dalam artian penjual dapat dengan mudah untuk berpindah tempat dan mencari lokasi yang memiliki prospek baik.

Penulis memilih siomay dengan berbagai level pedas sebagai menu utama. Selain karena rasanya enak, cocok atau digemari oleh berbagai kalangan usia. Proses pembuatan dan penyajian siomay juga tidak membutuhkan waktu yang lama, sehingga sesuai dengan gaya hidup masyarakat Jakarta sekarang yang menginginkan makanan yang praktis, enak, dan cepat.

2. Visi dan Misi perusahaan



1. Dilarang menyalin atau 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.



Visi dari *Food Station* adalah : “Menjadi restoran dengan tema *Food Truck* terbaik di Indonesia yang mengutamakan kualitas rasa, kecepatan dan ketepatan pelayan, dan selalu dekat dengan pelanggan.”

Misi dari *Food Station* adalah sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- 1 Mengutamakan kualitas dalam hal apapun yang dilakukan (pelayanan) dan disajikan (makanan).
 - 2 Memberikan kepuasan terhadap pelanggan, pemilik, karyawan / pegawai.
 - 3 Memperluas jangkauan dalam memasarkan untuk memperoleh target yang ingin dicapai.
 - 4 Mengembangkan inovasi demi kelangsungan dan ketahanan perusahaan.
 - 5 Mengenalkan model bisnis *food truck* terutama *Food Station* di Indonesia.
 - 6 Menciptakan rasa bangga bagi pelanggan ketika berbelanja di *Food Station*.
3. Produk.

Siomay atau siomai adalah salah satu jenis dim sum. Dalam bahasa Mandarin, makanan ini disebut *shaomai*, sementara dalam bahasa Kanton disebut *siu maai*. Kulit siomay adalah serupa dengan kulit pangsit. Makanan ini konon berasal dari Mongolia Dalam. Dalam resep masakan Cina, siomay adalah daging babi cincang yang dibungkus kulit yang tipis dari tepung terigu. Walaupun demikian, siomay juga dibuat dari udang, daging kepiting, atau daging sapi. Siomay dibuat berbentuk silinder, dan di atasnya diberi hiasan seperti telur kepiting, parutan wortel, atau kacang polong. Setelah dimatangkan dengan cara dikukus, siomay dimakan dengan cuka atau kecap asin. Dalam masakan

Hak Cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Indonesia terdapat berbagai jenis variasi siomay berdasarkan daging untuk isi, mulai dari siomay ikan tenggiri, ayam, udang, kepiting, atau campuran daging ayam dan udang. Bahan untuk isi dicampur dengan sagu atau tapioca. Di beberapa daerah, siomay tidak selalu dibungkus dengan kulit dari tepung terigu (kulit pangsit). Siomay biasanya disajikan dengan beberapa jenis bahan pelengkap. Pelengkap siomay yang biasa disajikan antara lain telur ayam rebus dan sayuran seperti kentang, dan kubis. Sebelum dihidangkan, biasanya siomay dan bahan pelengkapnya dikukus agar dapat disajikan dalam kondisi hangat.

Siomay umumnya dihidangkan dengan siraman saus kacang yang dibuat dari kacang tanah yang dihaluskan dan diencerkan dengan air. Bumbu untuk saus kacang ini antara lain cabai merah, bawang putih, gula pasir, asam jawa, bawang putih, garam dapur, dan cuka. Sewaktu disajikan, siomay bisa ditambahkan kecap manis, sambal dan perasan jeruk limau.

Selain Siomay *Food Station* juga menjual menu lain seperti *burger / hotdog*, sosis bakar, dan kentang goreng dengan menu dan harga sebagai berikut:

Tabel 9.1 Produk-Produk *Food Station*

No	Produk	Harga (Rp)
1	Siomay	20.000
2	Burger / Hotdog	15.000
3	Sosis Bakar	10.000
4	Kentang Goreng	10.000

Sumber : Tabel 2.1

4. Pesaing sejati.



Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh penulis baik secara langsung maupun tidak langsung ditetapkanlah beberapa pesaing potensial yang sama-sama menawarkan produk yang sejenis dengan *Food Station*. Berikut pesaing-pesaing dari *Food Station* :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Profil Pesaing I

Nama Perusahaan : Siomay Mami
 Lokasi : Utan Kayu Jakarta Timur (hanya pesan antar)
 Kelebihan : Memiliki berbagai macam rasa original, keju, sosis.
 Kekurangan : Belum memiliki gerai atau tempat makan.

Profil Pesaing II

Nama Perusahaan : Siomay Pink
 Lokasi : Jalan Tentara Pelajar No. 48, Senayan, Jakarta
 Kelebihan : Promosi kuat dan sudah terkenal
 Kekurangan : Harga terlalu mahal

Tabel 9.2

Tabel Perbandingan Pesaing

Kategori	<i>Food Station</i>	Siomay Mami	Siomay Pink
Merek Produk	Belum dikenal	Cukup dikenal	Sangat dikenal
Harga	Terjangkau	Mahal	Sangat Mahal
Kualitas Layanan	Baik	Baik	Baik

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.



Keragaman Produk	Beragam	Beragam	Kurang Beragam
Promosi	Kurang Gencar	Cukup Gencar	Sangat Gencar
Cita Rasa	Enak	Enak	Standard
Penataan Counter	Menarik	-	Menarik
Lokasi	Strategis	Strategis	Strategis

Sumber : Tabel 3.2

5. Target pasar.

Target *Food Station* adalah penduduk usia 15 sampai 25 tahun yang berdomisili di DKI Jakarta, dengan target pelajar, mahasiswa, dan karyawan. Untuk wilayah cakupan *Food Station* tidak menutup kemungkinan untuk dikembangkan lagi mengingat kemampuan dari *Food Truck* yang dapat berpindah-pindah.

6. Strategi Pemasaran.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh *Food Station* menggunakan :

a. Media sosial

Food Station akan melakukan promosi penjualan melalui *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan *path*, karena *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan *path* merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh target pasar *Food Station* dan digunakan oleh hampir seluruh masyarakat pada umumnya. Langkah ini dipilih karena tidak ada biaya yang dikeluarkan untuk memperkenalkan perusahaan, namun banyak target pasar yang didapat karena besarnya jumlah *member* dari situs di atas.

Untuk itu agar *Food Station* lebih dikenal publik maka akan sangat aktif bersuara di media sosial baik itu memberitahukan informasi mengenai promosi, lokasi tempat berdagang, varian menu, dan lain lain. Selain itu kita juga memanfaatkan aplikasi-aplikasi update lokasi yaitu dengan konsumen yang sedang berada di *Food Station*



dan berbagi lokasi dengan teman-temannya ketika sedang berada di *Food Station* dan memberikan diskon bagi pengunjung yang melakukan update lokasi tersebut.

b. Brosur

Untuk memperkenalkan produk *Food Station* kepada masyarakat, salah satunya melalui media cetak. Media cetak yang digunakan adalah brosur. Brosur berguna untuk menginformasikan keunggulan produk yang akan ditawarkan kepada konsumen yang didesain semenarik mungkin.

Brosur akan disebar di sekolah, kampus, perkantoran, dan menyelipkan brosur di setiap transaksi pembelian oleh konsumen.

c. *Word of mouth*

Salah satu bentuk promosi yang paling efektif adalah *word of mouth promotion*, media promosi ini dilakukan oleh para konsumen, setelah itu akan tersebar dengan sendirinya ke orang-orang melalui penyampaian pesan dari mulut ke mulut. Pesan tersebut dapat tertanam dalam pikiran seseorang bahwa *Food Station* menyediakan Siomay yang enak dan berkualitas dengan konsep yang berbeda. Untuk mendukung promosi ini, perusahaan akan memberikan layanan dan fasilitas terbaik secara kualitas dan kenyamanan yang berorientasi utama pada kepuasan pelanggan.

d. Promosi penjualan

Food Station akan memberikan diskon atau potongan harga sebesar 10% di bulan pertama pembukaan. Hal ini dilakukan sebagai promosi agar konsumen tertarik membeli dan lebih mengenal produk *Food Station*. Selain itu *Food Station* juga akan memberikan diskon untuk pembelian dalam jumlah nominal tertentu.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



7. Kelayakan Keuangan.

Kesimpulan Kelayakan Investasi

Food Station

Analisis	Batas	<i>Food Station</i>	Kesimpulan
<i>Net Present Value</i>	0	349.643.805	Layak
<i>Internal Rate of Return</i>	13.01%	43.02%	Layak
<i>Payback Period</i>	5 tahun	2 tahun 2 bulan 4 hari	Layak

Sumber: Tabel 7.26

Dari hasil penilaian kelayakan investasi menunjukkan bahwa perusahaan layak untuk dijalankan karena nilai NPV positif selama 5 tahun sebesar Rp 349.643.805. hasil NPV positif ini menunjukkan hasil investasi lebih besar dari tingkat pengembalian yang diminta. Penilaian investasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dilakukan dengan menghitung *Internal Rate of Return* yaitu sebesar 43.02% lebih dari 13.01% yang berdasarkan tingkat suku bunga pinjaman. Bisnis ini juga mampu memperoleh investasi awalnya kembali dalam kurun waktu 2 tahun 2 bulan 4 hari.



Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.