

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Ringkasan kegiatan usaha mencakup:

1. Konsep Bisnis

Manusia membutuhkan makanan sebagai sumber energi agar dapat melakukan aktivitas kesehariannya. Kata ‘kuliner’ saat ini sedang sangat populer di kalangan konsumen. Makanan yang penampilannya menarik diharapkan memiliki rasa yang lezat. Oleh karena itu, Ngohyang Yuk ingin mengingatkan kembali kalangan dewasa ini, bahwa selain jajanan-jajanan yang ada di luar sana, terdapat pula salah satu masakan Cina yang telah banyak dijual di Indonesia.

Ngohiong merupakan masakan Cina yang sangat lezat dan sangat menonjolkan cita rasa. Penampilannya juga dapat ditata sedemikian rupa supaya sebanding dengan rasanya yang menggugah selera. Yang membuat Ngohyang Yuk berbeda dari ngohiong lainnya ialah kelezatan, aroma, dan bahan-bahan atau *ingredients* yang berkualitas karena merupakan buatan sendiri. Ngohiong yang hendak dijual dapat dinikmati sebagai makanan ringan atau *snack*, maupun penambah lauk-pauk di rumah.

Penulis memilih nama Ngohyang Yuk yang berarti “mari menggoyang lidah dengan lezatnya ngohiong buatan Ngohyang Yuk”. Rencana untuk membuka bisnis Ngohyang Yuk ingin diimplementasikan melalui bazaar yang

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



saat ini sedang tren di mal, seperti Mal Kelapa Gading. Penjualan di mal besar akan terasa aman dan nyaman bagi pelanggan untuk datang dan membeli.

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

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari Ngohyang Yuk adalah “Menjadikan Ngohyang Yuk sebagai merek makanan ringan terfavorit dan paling berkualitas di Indonesia.”

Di bawah ini adalah misi dari usaha Ngohyang Yuk:

- a. Menerapkan standarisasi pada kualitas produk Ngohyang Yuk dari segi rasa dan bahan produksi serta melakukan inovasi secara berkala.
- b. Melayani pelanggan dengan tenaga kerja Ngohyang Yuk yang ramah dan cepat tanggap.
- c. Melakukan pengenalan merek dan produk Ngohyang Yuk secara berkala dengan teknologi informasi yang mendukung.
- d. Menjalin hubungan baik dengan karyawan dan pemasok.
- e. Menjalankan seluruh rangkaian bisnis dengan nilai kejujuran dan tanggung jawab.

3. Produk

Ngohyang Yuk menawarkan ngohiong yang dimakan dengan cara yang berbeda dari biasanya. Ngohiong yang akan dijual pada *bazaar* adalah ngohiong yang sudah dipotong-potong dan digoreng. Ngohiong akan diletakkan pada wadah mangkuk yang terbuat dari kertas (*paper bowl*) berlapis kertas penyerap minyak sehingga tidak terlalu berminyak. Pembeli juga dapat menambahkan 2 jenis *topping* yaitu saus sambal dan mayones. Ngohyang Yuk juga menyediakan ngohiong yang belum dipotong dan belum digoreng untuk dibawa pulang oleh pembeli sehingga bisa dipotong dan digoreng sendiri di rumah. Ngohyang Yuk menawarkan 2 pilihan

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.



protein-mix, yaitu daging udang campur daging ayam (Birdy Prawn) atau daging udang campur daging babi (Fatty Prawn). Berikut ini ialah variasi produk yang ditawarkan oleh Ngohyang Yuk.

Tabel 9.1
Ngohyang Yuk
Harga Produk

No.	Jenis Ngohiong	Harga (dalam Rupiah)			
		<i>Small</i> (10 potong)	<i>Medium</i> (12 potong)	<i>Large</i> (15 potong)	<i>Frozen /</i> <i>Setengah Jadi</i> (+/- 15 potong)
1.	<i>Birdy Prawn</i>	35.000	40.000	52.000	40.000
2.	<i>Fatty Prawn</i>	40.000	45.000	58.000	45.000

Sumber: Tabel 5.1

4. Pesaing Sejati

a. Ngohiang Sob

Jenis Produk : makanan ringan berbahan daging

Produk Unggulan : Ngohiong

Segmentasi Harga : *low to middle class*

b. Ho Ciak

Jenis produk : makanan ringan berbahan daging

Produk unggulan : Stick Ngohiong

Segmentasi Harga : *middle class* ke atas

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



Tabel 9.2

Ngohyang Yuk

Tabel Perbandingan Pesaing

Kunci Sukses	Ngohyang Yuk	Ngohiang Sob	Ho Ciak
Harga Produk	Terjangkau (Rp 35.000,- / lonjong)	Murah (Rp 28.000,- / lonjong)	Mahal (Rp 10.000,- / stik)
Lokasi	Sangat Strategis (di dalam mal)	Kurang Strategis (hanya menerima pesanan secara online)	Sangat Strategis (di dalam mal)
Kesehatan Produk	Sehat (Tanpa bahan pengawet)	Sehat (Tanpa bahan pengawet)	Kurang Sehat
Pelayanan	Baik	Cukup baik	Baik
Iklan dan Promosi	Kurang Gencar	Cukup Gencar	Gencar
Citra Merek	Baik	Cukup Baik	Baik

Sumber: Tabel 3.4

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

5. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar Ngohyang Yuk adalah konsumen wanita berusia 15 sampai 50 tahun dengan pendidikan tingkat SMP ke atas, yang bertempat tinggal di sekitar daerah Kelapa Gading, Sunter, dan Kemayoran, termasuk anak remaja dan ibu-ibu muda. Ngohyang Yuk menjalankan bisnisnya melalui *event bazaar* pusat perbelanjaan di kota Jakarta, sehingga tidak menutup kemungkinan bagi Ngohyang Yuk untuk melakukan ekspansi bisnisnya ke luar kota selain Jakarta.

6. Strategi Pemasaran

Dalam melakukan kegiatan pemasaran, Ngohyang Yuk berencana untuk menggunakan beberapa macam cara promosi, yaitu:

a. *Public Relation and Publicity*

Cara promosi yang digunakan Ngohyang Yuk adalah melalui media sosial.

Di zaman ini, promosi melalui media sosial semakin marak karena



penggunanya pun semakin banyak. Facebook, Instagram, Twitter, Path dan Snapchat akan menjadi media promosi yang sering dimanfaatkan Ngohyang Yuk dalam mempromosikan bisnisnya. Hal ini dikarenakan bahwa mayoritas masyarakat menggunakan kelima media sosial tersebut lebih sering dibandingkan dengan media sosial lainnya. Promosi melalui media sosial ini merupakan langkah pertama dalam rangka memperkenalkan Ngohyang Yuk kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan biaya yang perlu dikeluarkan untuk promosi melalui media sosial hanya membutuhkan biaya pulsa yang cukup murah.

b. *Advertising*

Cara promosi lain yang dilakukan Ngohyang Yuk adalah menyebarkan brosur. Ngohyang Yuk akan membagikan brosur di daerah sekitar kampus-kampus besar, perkantoran, perumahan, dan tempat perbelanjaan, terutama saat *booth* Ngohyang Yuk dibuka. Brosur yang dibagikan pun harus dibuat dengan menarik, sehingga tidak hanya dapat memperkenalkan Ngohyang Yuk kepada masyarakat, namun juga mengajak calon pelanggan untuk mencicipinya.

7. Tim Manajemen

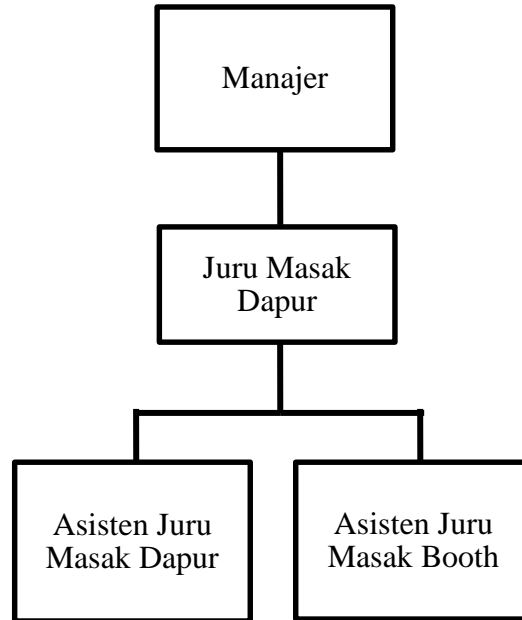
Berikut ini adalah struktur organisasi Ngohyang Yuk.

© 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.

Gambar 9.1
Ngohyang Yuk
Struktur Organisasi



Sumber: Gambar 6.1

Berikut ini adalah tugas pokok dan fungsi dari tenaga kerja Ngohyang

Yuk:

- a. Manager
 - (1) Merencanakan kegiatan operasional, pemasaran, dan pengembangan usaha.
 - (2) Membagi tugas dan pekerjaan kepada para karyawan.
 - (3) Mengarahkan dan mengkoordinasikan kegiatan kepada karyawan agar terlaksana.
 - (4) Mengawasi jalannya kegiatan usaha, membandingkan, serta memperbaiki jika terjadi penyimpangan.
- b. Juru masak dapur
 - (1) Merencanakan menu makanan baru.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang





- (2) Mengolah bahan baku menjadi hidangan.
- (3) Mengajarkan dan melatih asisten juru masak.
- (4) Melakukan pengecekan terhadap bahan baku.
- c. Asisten juru masak dapur
 - (1) Membantu juru masak dapur membuat hidangan.
 - (2) Membersihkan peralatan dan perlengkapan memasak.
- d. Asisten juru masak pada *booth*
 - (1) Memotong dan menggoreng hidangan setengah jadi menjadi siap saji.
 - (2) Mempersiapkan *booth*.

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

Tabel 9.3
Ngohyang Yuk
Ringkasan Analisis Kelayakan Usaha
(dalam Rupiah)

Instrumen Analisis	Hasil Analisis	Batasan Minimal	Keterangan
<i>Break Even Point</i>	479.902.426,10	< pendapatan	Layak
<i>Net Present Value</i>	142.405.069,70	> 0	Layak
<i>Internal Rate of Return</i>	21,71%	> 13,01%	Layak
<i>Payback Period</i>	3 tahun 4 bulan 21 hari	< 5 tahun	Layak

Sumber: Tabel 7.23

Menurut hasil penilaian kelayakan usaha yang telah dilakukan, usaha Ngohyang Yuk layak untuk dijalankan karena nilai *Break Even Point* yang diperoleh masih berada di bawah pendapatan yang diterima oleh Ngohyang Yuk setiap tahunnya. Sebaliknya, apabila nilai *Break Even Point* lebih besar daripada pendapatan, maka usaha tersebut tidak layak untuk dijalankan. Nilai *Net Present Value* positif selama 5 tahun adalah sebesar Rp 142.405.069,70. Hasil *Net Present Value* positif ini menunjukkan bahwa hasil investasi lebih besar dari tingkat pengembalian yang diminta. Selanjutnya, penilaian investasi perusahaan dalam

menghasilkan keuntungan dilakukan dengan menghitung *Internal Rate of Return*, yang menghasilkan 21,71%. Hasil ini lebih dari 13.01% yang berdasar pada tingkat suku bunga pinjaman. Usaha Ngohyang Yuk diperkirakan mampu memperoleh investasi awalnya kembali dalam jangka waktu 3 tahun 4 bulan 21 hari.

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.