



BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

9.1 Ringkasan Kegiatan Usaha, mencakup:

a. Konsep bisnis

Penulis akan membuat suatu usaha yang bergerak di bidang *Food and Beverages*. Usaha ini memiliki konsep Nusantara, yang memiliki produk makanan Indonesia khususnya di daerah Jawa. Penulis ingin memberikan *experience* yang berbeda dalam menikmati hidangan ini, dari hal paling simpel seperti kotak penyajian. Kami menyajikan tiap hidangan menggunakan besek yang lalu diberi daun pisang sebagai alas, hal ini merupakan satu hal yang sangat lekat dengan makanan-makanan yang ada di Jawa. Dari hal kecil seperti ini, penulis percaya *experience* menikmati hidangan akan terasa berbeda dibanding menggunakan kotak *rice box* biasanya. Kami juga memberikan kebebasan bagi konsumen untuk *custom* atau memilih sendiri menu lauk yang diinginkan. Penulis percaya dengan semakin berkembangnya jaman, kebudayaan asal Indonesia sendiri tidak boleh dilupakan dan harus tetap dilestarikan.

b. Visi dan Misi perusahaan

Visi :

1. Menjadikan *brand* “Kotak Wareg” sebagai produk yang melekat dengan cita rasa Nusantara dan bisa menjadi *brand* yang tersebar ke mancanegara.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Hak cipta milik BKIK (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Misi :

1. Menjadikan “Kotak Wareg” sebagai produk yang identik dengan makanan khas Indonesia di benak masyarakat
2. Memproduksi makanan yang kaya akan cita rasa Nusantara
3. Membuat masyarakat Indonesia lebih mencintai masakan khas cita rasa Nusantara
4. Menjadikan “Kotak Wareg” dikenal diluar Indonesia sehingga masyarakat asing bisa menikmati produk cita rasa Nusantara

c. Produk yang Ditawarkan

Produk yang ditawarkan Kotak Wareg adalah *rice box* yang berisikan makanan khas daerah Jawa, yang terdiri dari nasi, ayam, dan sambal yang bervariasi. Serta *experience* dan keunikan yang ditawarkannya.

d. Persaingan

Kotak Wareg memiliki pesaing memiliki konsep serupa yaitu adalah Ayam Keprabon Express dan Nasi Kulit Malam Minggu. Ayam Keprabon Express merupakan *brand rice box* yang menjual nasi dengan ayam geprek, sedangkan Nasi Kulit Malam Minggu adalah *brand* yang menjual *rice box* dengan isi nasi dan kulit. Berikut kelebihan dan kelemahan para pesaing Kotak Wareg :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBKKG (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 IBKKG.

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



Tabel 9. 1 Identifikasi Keunggulan dan Kelemahan Pesaing

| <i>Brand</i> | Kelebihan | Kekurangan |
|-------------------------|---|---|
| Ayam Keprabon Express | <ol style="list-style-type: none"> 1. Rasanya enak 2. Promosi aktif 3. Harga terjangkau | <ol style="list-style-type: none"> 1. Porsinya sedikit 2. Pelayanan kurang 3. Semakin lama semakin berkurang kualitasnya |
| Nasi Kulit Malam Minggu | <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga lumayan terjangkau 2. Banyak variasi menu 3. Promosi aktif | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk kurang 2. Porsi sedikit |

Data diolah Oleh : Kotak Wareg, 2022

e. Target dan ukuran pasar

Target pasar Kotak Wareg adalah anak muda sampai orang tua (15-45 tahun), yang memiliki kesibukan dan menyukai hal yang praktis dengan tingkat perekonomian menengah hingga menengah ke atas (harga Kotak Wareg Rp.28.000/porsi).

f. Strategi pemasaran

Kotak Wareg berencana untuk menggunakan metode cost-based pricing, dimana harga akan ditentukan dengan terlebih dulu menghitung biayanya, lalu ditambah dengan persentasi laba yang diinginkan. Sebagai bisnis baru, akan lebih aman bagi Kotak Wareg menggunakan metode ini karena Kotak Wareg baru akan memasuki persaingan dan

1. Ditaring menyutip 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.

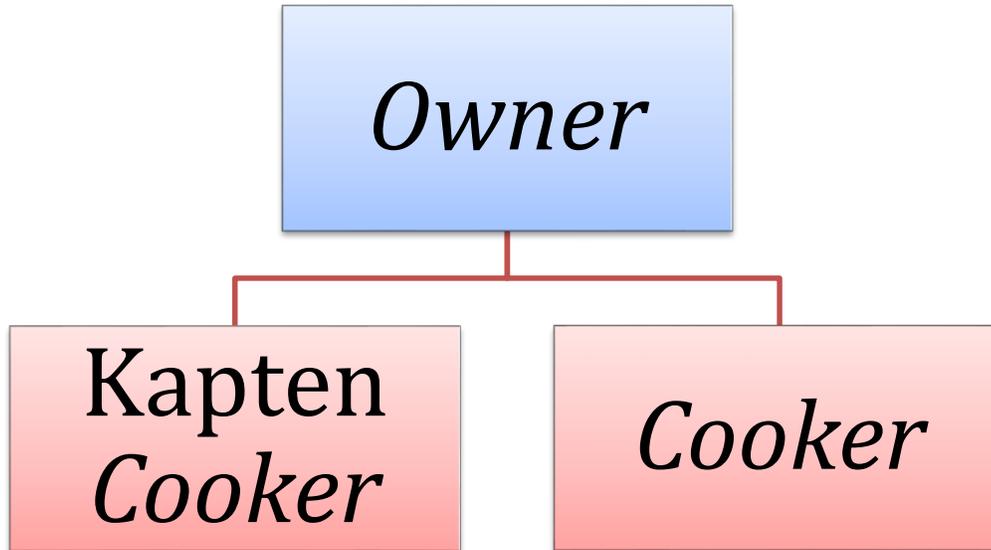
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



masih dalam tahap mencari tahu secara riil bagaimana pelanggan mempersepsikan produk-produk Kotak Wareg

g. Tim Manajemen

Gambar 9. 1 Struktur Organisasi Perusahaan Kotak Wareg



Tim manajemen Kotak Wareg terdiri dari *Owner* sebagai pemilik usaha, kemudian memimpin 2 *staff* di bawahnya yaitu *Kapten Cooker* dan *Cooker* sebagai yang memegang kegiatan operasional usaha.

h. Kelayakan keuangan

Untuk mengetahui kelayakan keuangan dari perusahaan Kotak Wareg, penulis membuat 3 analisa kelayakan bisnis yaitu *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), dan *Break Even Point* (BEP). Berikut merupakan hasil analisa perusahaan Kotak Wareg :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 9. 2 Analisa Kelayakan Kotak Wareg

| Analisis Kelayakan | Batas Kelayakan | Hasil Analisis | Kesimpulan |
|----------------------------|-----------------|-------------------------|------------|
| <i>Payback Period</i> | 5 Tahun | 1 tahun 0 bulan 12 hari | Layak |
| <i>Net Present Value</i> | Lebih dari 0 | Rp. 480.287.258 | Layak |
| <i>Profitability Index</i> | Lebih dari 1 | 30,7370 | Layak |
| <i>Break Even Point</i> | Penjualan > BEP | Penjualan > BEP | Layak |

9.2 Rekomendasi Visibilitas Usaha

Analisis kelayakan usaha merupakan alat untuk menguji kelayakan investasi yang ditanamkan pada rencana bisnis. Analisis kelayakan usaha yang digunakan “Kotak Wareg” adalah *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), dan *Break Even Point* (BEP), dari data tersebut penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan perhitungan *Payback Period* (PP), Kotak Wareg akan mencapai titik balik modal dalam jangka waktu yang cukup singkat yaitu 1 tahun 0 bulan 12 hari. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan Kotak Wareg layak untuk dijalankan karena titik balik modal tidak mencapai 5 tahun.
2. Berdasarkan perhitungan *Net Present Value* (NPV), Kotak Wareg mendapat nilai Rp. 480.287.258 yang berarti usaha Kotak Wareg layak untuk dijalankan karena nilai NPV yang lebih dari 0.

