

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF

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

a. 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.

9.1 Ringkasan Kegiatan Usaha

a. Konsep Bisnis

Ide bisnis berasal dari pemikiran terhadap industri restoran karena banyak orang Indonesia khususnya Pontianak yang suka bertemu, bekerja atau memberikan tugas di luar rumah. Maka penulis berkecimpung dalam usaha kedai burger ramen ini, dan penulis mengadopsi konsep tempat berkumpul bersama teman, bersama keluarga, mengerjakan pekerjaan rumah atau bekerja. Penulis juga menyediakan berbagai fasilitas, antara lain Wi-Fi dan board game. Didesain untuk Instagram dan ramah untuk keluarga. Belum ada konsepnya dengan restoran lainnya, *Ramen Burger House* memiliki menu yang berbeda yaitu, menu ini dikembangkan secara inovatif oleh penulis sendiri. Harapannya *Ramen Burger House* akan menjadi pilihan tempat favorit bagi masyarakat di Pontianak.

b. Visi dan Misi Perusahaan

- Visi: Menjadi usaha burger ramen terpercaya di Indonesia
- Misi: Selalu berinovasi untuk menghadirkan menu makanan unik yang berbeda dari kompetitor.
- Bekerjasama dengan pemasok bahan baku dengan kualitas terbaik dan terjamin halal.
- Menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan.
- Mengutamakan etika dan kesopanan dalam melayani pelanggan.



- Membawa kegembiraan bagi pelanggan dalam bentuk makanan.

c. Produk Usaha

Ramen Burger House adalah sebuah usaha di bidang memasak. Hasil Produk *Ramen Burger House* adalah burger ramen dengan macam-macam isian terutama mie, dan menunya hasil inovasi dari pemiliknya sendiri. Adapun layanan yang dimiliki adalah layanan dimana para pelayan dan staf lainnya menyediakan sesuai dengan pesanan pelanggan.

d. Persaingan

Dalam setiap usaha tidak lepas usaha ini, juga memiliki pesaing. Dalam pengamatan ini diidentifikasi beberapa kriteria untuk dipertimbangkan, yaitu kelezatan produk, varian produk, lokasi, harga, merek, kenyamanan tempat dan kesiapan sumber daya manusia. Dengan menggunakan kriteria ini sebagai acuan untuk menilai pro dan kontra dari kompetitor, *Ramen Burger House* memiliki 2 kompetitor yaitu *Kebab Baba Raffi* dan *Big Brothers Burger* yang berada di sekitar tempat restoran *Ramen Burger House* berada. Dibandingkan dengan pesaingnya, *Ramen Burger House* mengungguli kriteria lain dalam hal rasa produk dan variasi produk, harga dan fasilitas.

a. Target dan Ukuran Pasar

Segmen pasar yang ditetapkan oleh *Ramen Burger House* adalah laki-laki dan perempuan di lingkungan kelas menengah berusia antara 15 dan 35 yang tinggal di dekat Pontianak, dari data yang disajikan sebelumnya dijelaskan bahwa ada peluang yang besar untuk membangun bisnis kuliner.



b. Strategi pemasaran

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Strategi pemasaran yang diterapkan *Ramen Burger House* antara lain melalui berbagai media sosial, menawarkan card reward untuk pembelian dengan harga tertentu, jasa food blogger dan influencer juga digunakan untuk mempromosikan makanan yang dijual, dan menawarkan diskon 30% kepada pembeli pemula.

c. Tim manajemen

Ramen Burger House adalah sebuah usaha pemula dan menggunakan organisasi yang simple, dengan manajer membawahi 5 bagian, antara lain juru masak, dapur, kasir, pelayan dan cleaning service. Ada 4 juru masak, 1 dapur, 1 kasir, 1 pelayan dan 2 cleaning service. Setiap unit organisasi tanggung jawab langsung kepada manajer. Tugas manajer adalah mengawasi jalannya operasi bisnis, pengambil keputusan akhir dalam kelangsungan bisnis.

d. Kelayakan Keuangan

Matrik berikut menggambarkan kesimpulan dan menetapkan penilaian bisnis.

Tabel 9. 1

Kesimpulan Kelayakan Usaha *Ramen Burger House*

Hasil Analisis	Minimum Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Hasil Akhir
Payback Period (PP)	5 Tahun	2 Tahun 5 Bulan 3 Hari	Memenuhi
Net Present Value (NPV)	NPV > 0	Rp 498.317.063	Memenuhi
Index Profitability (PI)	1	2,119596836	Memenuhi

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.



Break Even Point (BEP)	Penjualan > Nilai BEP	Penjualan > Nilai BEP dari Tahun kedua	Memenuhi
------------------------	-----------------------	--	----------

Sumber : *Ramen Burger House*

9.2 Rekomendasi Visibilitas Bisnis

Hasil akhir dari analisis finansial yang telah ditentukan atau menunjukkan bahwa bisnis burger ramen ini layak untuk dijalankan.

© 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.