



# RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA RESTORAN

## “MAU BAKMI”

### DI KELAPA GADING, JAKARTA UTARA

Oleh :

Nama : Matheus Sahat Pangidoan Sipahutar

NIM : 76200381

### RENCANA BISNIS

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Kewirausahaan



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

April 2022

© 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.

# PENGESAHAN

## PENGESAHAN

### RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA RESTORAN

#### “MAU BAKMI”

#### DI KELAPA GADING, JAKARTA UTARA

Diajukan oleh

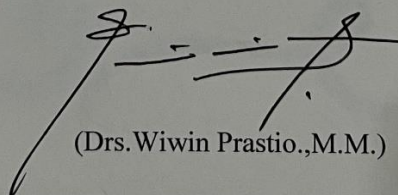
Nama : Matheus Sahat Sipahutar

NIM : 76200381

Jakarta, 12 Februari 2022

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



(Drs. Wiwin Prastio.,M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Agustus 2019

© 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.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat karunia-Nya, penulisan rencana bisnis yang berjudul “Rencana Bisnis Pendirian Usaha Restoran Bakmi di Kelapa Gading, Jakarta Utara” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan rencana bisnis ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam penulisan perencanaan bisnis ini, banyak pihak yang telah membantu dalam memberikan pengarahan, dukungan, serta masukan. Oleh karena itu pada kesempatan ini Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak tersebut, khususnya ditujukan kepada:

1. Drs.Wiwin Prastio.,M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu dalam menyusun rencana bisnis ini.
2. Segenap Dosen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan selama menjalankan studi.
3. Orang tua dan keluarga Penulis yang telah memberikan dukungan, semangat, perhatian, serta doanya secara moril dan materil selama ini.
4. Teman seperjuangan dan sepermainan yang sangat membantu saat mengerjakan rencana bisnis ini dan teman-teman lain atas kebersamaan dan dukungannya.
5. Seluruh staf perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu dalam mendapatkan sumber pengetahuan yang dijadikan acuan dalam penyusunan rencana bisnis.





6. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu Penulis sehingga rencana bisnis ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Dengan segala kerendahan hati, Penulis menyadari bahwa penulisan perencanaan bisnis ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Segala kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan rencana bisnis ini sangat diharapkan. Akhir kata, semoga laporan perencanaan bisnis ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan.

Jakarta, Februari 2022

Penulis,

Matheus Sahat Sipahutar

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

## ABSTRAK

Mathews Sahat Pangidoan Sipahutar / 76200381 / 2022 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha RESTORAN “Mau Bakmi” di Jakarta Utara / Dosen Pembimbing: Drs.Wiwin Prastio, M.M

Mau Bakmi merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang makanan yang memiliki konsep bisnis yaitu sebuah bakmi. Mau Bakmi menjual berbagai variasi makanan yang memiliki cita rasa yang khas dari biasanya. Mau Bakmi akan membuka usahanya di daerah Kelapa Gading, Jakarta Utara.

Mau Bakmi memiliki visi yaitu “Menjadi pelopor restoran cepat saji yang menjual makanan sehat dengan harga terjangkau dan kualitas terbaik serta bisa dikenal oleh masyarakat sebagai restoran makanan bakmi terbaik di Indonesia.” Mau Bakmi juga memiliki misi untuk selalu berinovasi mengembangkan menu dan fasilitas baru yang dapat meningkatkan minat konsumen.

Seperti halnya bisnis yang lain, strategi pemasaran sangat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek yang ditawarkan. Dalam hal ini Mau Bakmi berencana menggunakan sosial media, brosur dan mengadakan acara tertentu di dalam restoran tempat menjalankan usahanya.

Sumber daya manusia sangat dibutuhkan untuk menunjang kegiatan operasional bisnis Mau Bakmi. Saat ini direncanakan karyawan yang direkrut yaitu berjumlah 15 orang.

Investasi awal yang dibutuhkan Mau Bakmi sebesar Rp. 915.192.857,98 yang digunakan untuk cadangan kas, biaya peralatan, biaya perlengkapan, biaya sewa ruko, serta biaya renovasi. Investasi awal ini merupakan hibah orang tua dan modal sendiri. Hasil analisis keuangan menunjukkan bahwa pada BEP nilai *sales* lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Untuk NPV memperoleh nilai sebesar Rp.1.261.741.973,00. Untuk *payback period* diperoleh 2 tahun 5 bulan 15 hari dengan batas maksimal 5 tahun, sedangkan untuk *Profitability Index* menunjukkan hasil lebih dari 1 yaitu 2,37866239 yang berarti proyek diterima. Kesimpulan dari analisis kelayakan keuangan ini adalah bisnis Mau Bakmi layak untuk dijalankan.

## ABSTRACT





Mathews Sahat Pangidoan Sipahutar / 76200381 / 2022 / *Business Plan of restaurant "Mau Bakmi" in North Jakarta / Supervisor: Drs.Wiwin Prastio.,M.M*

*Mau Bakmi is a business that is engaged in the food that has a business concept of a noodle. Mau Bakmi sells a variety of foods that have a distinctive flavor from the usual.*

*Mau Bakmi will open its business in Kelapa Gading area, North Jakarta.*

*Mau Bakmi has a vision of "being a pioneer of fast food restaurants selling healthy food at affordable prices and the best quality and can be recognized by the community as the best noodle food restaurant in Indonesia." Mau Bakmi also has a mission to always innovate to develop new menus and facilities that can increase consumer interest.*

*As with other businesses, marketing strategies are indispensable for raising public awareness of the brands they offer. In this case Mau Bakmi plan to use social media, brochures and holding specific events in the restaurant where the business is running.*

*Human resources are very much needed to support Mau Bakmi's business operations. Currently, there are 15 employees recruited.*

*The initial investment required Mau Bakmi Rp. 915.192.857,98 used for cash reserves, equipment costs, equipment costs, shop rental costs, as well as renovation costs. This initial investment is a grant of parents and their own capital. The results of financial analysis show that the sales value BEP is higher than the cost incurred. For NPV obtained a value of Rp. 1.261.741.973, 00. For payback period obtained 2 years 5 months 15 days with a maximum limit of 5 years, while for the Profitability Index shows the results of more than 1IE 2.37866239 which means the project is accepted. The conclusion of this financial feasibility analysis is the Mau Bakmi business worthy to run.*



JUDUL .....	i
PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1.
A. Ide Bisnis .....	1.
B. Gambaran Usaha .....	4.
C. Besarnya Peluang Bisnis .....	6.
D. Kebutuhan Dana .....	8.
BAB II LATAR BELAKANG PERUSAHAAN .....	9.
A. Data Perusahaan .....	9.
B. Biodata Pemilik Usaha .....	10.
C. Latar Belakang Pemilik Usaha .....	10.
D. Jenis dan Ukuran Usaha .....	11.
BAB III ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING .....	13.
A. Tren dan Pertumbuhan Industri .....	13.
B. Analisis Pesaing .....	14.
C. Analisis PESTEL .....	16.
D. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter .....	20.
E. Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses (CPM) .....	24.
F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis) .....	30.
BAB IV ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN .....	36.
A. Barang Yang Dihasilkan .....	36.
B. Gambaran Pasar .....	39.
C. Target Pasar Yang Dituju .....	44.
D. Strategi Pemasaran .....	46.
E. Strategi Promosi .....	52.
BAB V RENCANA PRODUKSI DAN KEBUTUHAN OPERASIONAL .....	55.
A. Proses Operasi Kerja .....	55.
B. Daftar Peralatan Operasional Kantor yang Dibutuhkan .....	57.

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.



C.	Daftar Perlengkapan Operasional Kantor yang Dibutuhkan .....	58.
D.	Nama Pemasok .....	60.
E.	Deskripsi Rencana Operasi.....	63.
F.	Rencana Alur Produk.....	70.
G.	Rencana Alur Pembelian .....	72.
H.	Lay Out Bangunan Tempat Usaha .....	74.
<b>BAB VI RENCANA ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA .....</b>		<b>79.</b>
A.	Kebutuhan Jumlah Tenaga Kerja .....	79.
B.	Proses Rekrutmen dan Seleksi Tenaga Kerja .....	80.
C.	Uraian Pekerjaan (Job Description) .....	83.
D.	Spesifikasi dan Kualifikasi Jabatan .....	86.
E.	Struktur Organisasi Perusahaan. ....	89.
F.	Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan .....	90.
<b>BAB VII RENCANA KEUANGAN .....</b>		<b>92.</b>
A.	Sumber dan penggunaan Dana .....	92.
B.	Biaya Pemasaran Tahunan .....	92.
C.	Biaya Administrasi dan Umum .....	93.
D.	Biaya Tenaga Kerja.....	94.
E.	Biaya Penyusutan Peralatan .....	95.
F.	Biaya Pemeliharaan .....	97.
G.	Biaya Sewa Gedung/Bangunan .....	98.
H.	Biaya Utilitas .....	99.
I.	Biaya Peralatan dan Perlengkapan.....	104.
J.	Proyeksi Keuangan .....	110.
K.	Analisis Kelayakan Investasi .....	119.
L.	Break Even Point (BEP) .....	127.
<b>BAB VIII ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA.....</b>		<b>128.</b>
A.	Dampak Terhadap Masyarakat Sekitar .....	128.
B.	Dampak Terhadap Lingkungan.....	131.
C.	Analisis Resiko Usaha .....	132.
D.	Antisipasi Resiko Usaha .....	134.
<b>BAB IX RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI .....</b>		<b>136.</b>
A.	Ringkasan Kegiatan Usaha.....	136.
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>142.</b>

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.





**© 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.

**DAFTAR TABEL**



Tabel 1.1 Tingkat Konsumsi Mie Instan d Indonesia .....	7.
Tabel 1.2 Kebutuhan Dana Restoran “Mau Bakmi” .....	8.
Tabel 2.1 Kriteria UMKM (dalam Rupiah) .....	11.
Tabel 3.1 Perbandingan Dengan Kompetitor .....	26.
Tabel 3.1 Competitive Profile Matrix .....	26.
Tabel 3.2 Matriks SWOT Mau Bakmi.....	33.
Tabel 4.1 Ramalan Penjualan Mau Bakmi Dalam Satu Bulan (Porsi) .....	39.
Tabel 4.2 Ramalan Penjualan Minuman Bulan Januari.....	40.
Tabel 4.3 Ramalan penjualan Mau Bakmi selama 1 tahun (dalam porsi) .....	41.
Tabel 4.4 Anggaran Penjualan Mau Bakmi selama (1 Tahun) .....	42.
Tabel 5.1 Daftar Peralatan restoran “Mau Bakmi” (Dalam Rupiah) .....	58.
Tabel 5.2 Time Schedule Rencana Operasi “Mau Bakmi” .....	69.
Tabel 6.1 Rencana Kebutuhan Tenaga Kerja Mau Bakmi .....	79.
Tabel 6.2 Rencana Perhitungan Balas Jasa Karyawan Tahun 2021 (dalam Rp).....	91.
Tabel 7.1 Biaya Pemasaran “Mau Bakmi” tahun 2022 .....	93.
Tabel 7.2 Biaya Pemasaran “Mau Bakmi” tahun 2021-2025 (dalam Rp).....	93.
Tabel 7.3 Proyeksi Biaya Tenaga Kerja Tahun 2021-2025 (dalam Rp).....	94.
Tabel 7.4 Proyeksi Biaya Penyusutan Peralatan Tahun 2021-2025 (dalam Rp).....	96.

Hak cipta dimiliki oleh IBI KGG (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 IBIKGG.

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



Tabel 7.5	Proyeksi Biaya Pemeliharaan Tahun 2021-2025 .....	97.
Tabel 7.6	Proyeksi Biaya Sewa Ruko “Mau Bakmi” Tahun 2021-2025 (dalam Rp).....	98.
Tabel 7.7	Biaya Air Tahun 2021-2023 (dalam Rp) .....	100.
Tabel 7.8	Biaya Listrik Tahun 2019 (dalam Rp) .....	101.
Tabel 7.9	Proyeksi Biaya Listrik Tahun 2021-2025 (dalam Rp) .....	102.
Tabel 7.10	Proyeksi Biaya Telepon Tahun 2021-2025 (dalam Rp).....	103.
Tabel 7.11	Daftar Peralatan restoran Mau Bakmi (Dalam Rupiah).....	104.
Tabel 7.12	Daftar Perlengkapan Mau Bakmi Tahun 2019 (Dalam Rupiah) .....	107.
Tabel 7.13	Proyeksi Biaya Perlengkapan Tahun 2021-2025 (dalam Rp).....	109.
Tabel 7.14	Laporan Laba-Rugi “Mau Bakmi” Tahun 2021-2025 (Dalam Rp) .....	111
Tabel 7.15	Proyeksi Laporan Arus Kas “Mau Bakmi” .....	114.
Tabel 7.16	Proyeksi Neraca “Mau Bakmi” Tahun 2021-2025 (dalam Rp).....	117.
Tabel 7.17	Net Present Value “Mau Bakmi” Tahun 2021-2025.....	121.
Tabel 7.18	Internal Rate of Return “Mau Bakmi” Tahun 2021-2025 .....	123.
Tabel 7.19	Payback Period “Mau Bakmi” (dalam Rp).....	125.
Tabel 7.20	Analisis Break Even Point “Mau Bakmi” Tahun 2021-2025.....	127.

Hak cipta milik IBIKKG (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.

### DAFTAR GAMBAR



Gambar 3.2 Model 5 Kekuatan Michael Porter .....	21.
Gambar 4.1 Logo “Mau Bakmi” .....	38.
Gambar 5.1 Alur Proses Pembelian Produk Makanan “Mau Bakmi” .....	56.
Gambar 5.2 Alur Produk “Mau Bakmi” .....	70.
Gambar 5.3 Alur Pembelian Bahan Baku Melalui Telepon .....	73.
Gambar 5.4 Alur Pembelian Bahan Baku Langsung di Tempat/Toko Pemasok .....	74.
Gambar 5.5 Denah Restoran Mau Bakmi Lantai 1 .....	75.
Gambar 5.6 Denah Restoran Mau Bakmi (Lantai 2) .....	76.
Gambar 5.7 Denah Restoran Mau Bakmi (Lantai 3) .....	77.
Gambar 6.1 Struktur Organisasi “Mau Bakmi” .....	89.

**Ha cipta m ilia IBI KGG (Instit ut B isn is dan In formatika Kw ik Kian Gie)**

**Instit ut B isn is dan In formatika Kw ik 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 IBIKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



## BAB I

### PENDAHULUAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Ide Bisnis

Manusia sebagai makhluk hidup memiliki kebutuhan primer, yaitu sandang (pakaian), pangan (makan dan minum), serta papan (tempat tinggal). Makanan merupakan salah satu kebutuhan manusia yang mutlak dan harus dipenuhi. Dewasa ini, makan bukan hanya sebagai kebutuhan, tetapi juga sebagai gaya hidup, dan bahkan hobi. Hal ini menyebabkan munculnya kesadaran dari para pebisnis bahwa industri di bidang kuliner dibutuhkan dan diminati dengan pangsa pasar yang cukup menjanjikan, sehingga bisnis kuliner berkembang dengan sangat cepat. Pesatnya perkembangan industri kuliner tidak menjamin keberhasilan dan kesuksesan bagi semua pendirinya. Agar suatu usaha dapat berhasil pada industri kuliner di zaman sekarang ini, tidak hanya rasa dan harga saja yang menjadi penentu suksesnya suatu produk dan bisnis. Konsep usaha yang kuat, strategi, dan perhitungan yang baik juga menjadi faktor penting. Banyak usaha kuliner baik kecil, menengah maupun besar tidak mampu bertahan melewati tahun kedua saat usahanya mulai berjalan.

Bakmi merupakan makanan yang sudah ada sejak lama dan dikenal oleh seluruh dunia. Bakmi diperkirakan sudah ada sejak 4.000 tahun yang lalu. Di negara manapun kita pasti hampir dapat selalu menemukan makanan berbahan dasar mi. Hal ini menunjukkan bakmi merupakan makanan yang digemari dan cocok bagi siapa saja dan dimana saja. Bentuk nya yang khas dengan bahan-bahan dasar yang mudah didapat membuat bakmi dikonsumsi di seluruh dunia. Kandungan

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.



karbohidrat yang cukup tinggi dan bersifat mengenyangkan juga merupakan alasan banyaknya orang yang mengonsumsi bakmi. Bakmi juga dapat digunakan sebagai pengganti makanan pokok masyarakat Indonesia seperti nasi, jagung, sagu, dan lain-lain.

Melihat tingginya minat masyarakat terhadap bakmi, penulis memanfaatkan peluang tersebut dengan membuka bisnis Restoran Bakmi yang selanjutnya akan penulis sebut dengan mau Bakmi, yaitu restoran yang memiliki menu utama bakmi berukuran tebal dengan tekstur yang keras atau renyah dengan tambahan topping kulit ayam unik yang renyah pula. Berbeda dengan bakmi kebanyakan yang terasa asin, menu bakmi garing ini lebih terasa manis dengan perpaduan asin dan gurih. Hal ini menjadi faktor pembeda dan faktor kenikmatan dari usaha bakmi lainnya yang sudah ada.

Selain menu bakmi, restoran Mau Bakmi juga menawarkan varian makanan lainnya, seperti nasi goreng, bakmi goreng, dan berbagai menu lainnya untuk mencegah jenuhnya konsumen. Bakmi yang dijual dan pilihan menu-menu lainnya menggunakan bahan-bahan berkualitas dan dimana proses pembuatan dan bahan-bahannya adalah halal.

Tidak hanya sebagai tempat makan, Mau Bakmi juga cocok untuk berbagai kegiatan seperti hang out bersama teman dan keluarga, merayakan ulang tahun, rapat atau meeting, dan berbagai kegiatan lainnya karena Restoran Mau Bakmi juga mengutamakan kenyamanan dan kebersihan tempat usaha.

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



## Gambaran Usaha

### 1. Bidang Usaha

Bidang usaha yang digeluti oleh Mau Bakmi adalah usaha kuliner makanan sehat. Tentunya penulis memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai dengan memilih bidang usaha ini. Berikut adalah tujuan-tujuan tersebut:

- a. Mengedukasi masyarakat akan pentingnya makanan sehat bagi tubuh manusia.
- b. Memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan makanan sehat dengan waktu penyajian yang cepat serta harga yang cukup terjangkau.
- c. Menambah pengalaman dan ilmu pengetahuan kewirausahaan dan bisnis dalam melakukan kegiatan usaha.

### 2. Visi

Visi adalah suatu pandangan jauh ke depan yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan demi keberhasilannya. Menurut David dan David (2015:29), pernyataan visi adalah pernyataan yang harus mampu menjawab pertanyaan dasar seperti “Perusahaan akan menjadi apa?”. Visi dari sebuah perusahaan tidak lain berisi gambaran impian yang ingin dicapai oleh perusahaan di masa depan, tentunya dengan mampu menangkap peluang dan bersiap menghadapi tantangan yang mungkin terjadi.

Dalam membuat rumusan visi, perusahaan dapat menentukan batas waktu yang diinginkan untuk mencapai tujuannya. Oleh karena itu, untuk

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



membuat pernyataan visi yang tepat sebaiknya persyaratan visi harus terpenuhi. Persyaratan visi tersebut antara lain:

- a. Berorientasi pada masa depan;
- b. Dibuat berdasarkan kondisi atau tren saat ini;
- c. Mengekspresikan kreativitas;
- d. Mempunyai harapan standar yang tinggi, ide, serta harapan tinggi bagi karyawan;
- e. Menggambarkan keunikan bisnis dalam kompetisi.

Berdasarkan persyaratan-persyaratan di atas, Mau Bakmi dapat menentukan visi perusahaannya, yaitu “Menjadi pelopor restoran cepat saji yang menjual makanan sehat dengan harga terjangkau dan kualitas terbaik serta bisa dikenal oleh masyarakat sebagai restoran makanan sehat terbaik di Indonesia.”

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### **3. Misi**

Menurut David dan David (2015:29), misi tidak lain adalah sebuah pernyataan maksud yang membedakan suatu organisasi dari organisasi lainnya yang serupa. Pernyataan misi haruslah mampu menjawab pertanyaan “Apakah bisnis kita?”. Pernyataan misi tentunya sangatlah penting dalam menetapkan tujuan dan merumuskan strategi.

Berdasarkan teori-teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa misi perusahaan mencakup hal-hal yang harus dilakukan oleh perusahaan agar visi yang telah ditetapkan dapat tercapai. Misi dari Mau Bakmi adalah:





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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. Menjual produk dan pelayanan yang berkualitas kepada setiap konsumen;
- b. Mempekerjakan Sumber Daya Manusia yang berpengalaman dan berkualitas;
- c. Selalu berinovasi mengembangkan menu dan fasilitas baru yang dapat meningkatkan minat konsumen;
- d. Senantiasa menyesuaikan diri terhadap perkembangan zaman dan selera masyarakat di Indonesia;
- e. Peka terhadap peluang-peluang yang ada dan mampu untuk memaksimalkannya dengan baik.

#### **4. Tujuan Perusahaan**

Keberhasilan suatu bisnis sangatlah dipengaruhi oleh kemampuan seorang pebisnis dalam menentukan tujuan yang ingin dicapai dalam bisnisnya karena tujuan yang tepat akan sangat berguna dalam menentukan prioritas, menciptakan dan memilih strategi dan perencanaan bisnis yang tepat dan efektif, menekankan koordinasi, membantu pengorganisasian, serta menjadi alat motivasi, pengendalian, dan evaluasi yang efektif.

Menurut David dan David (2015:41), definisi dari tujuan adalah hasil tertentu di mana suatu organisasi berupaya capai dalam mengejar misi dasarnya. Tujuan perusahaan dibagi menjadi dua, yaitu tujuan jangka panjang dan tujuan jangka pendek. Tujuan jangka pendek merupakan tujuan-tujuan yang jangka waktu pencapaiannya kurang dari satu tahun. Sedangkan tujuan

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.



jangka panjang merupakan kebalikan dari tujuan jangka pendek, yaitu tujuan-tujuan yang jangka waktu pencapaiannya di atas satu tahun, biasanya lima tahun atau lebih.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tujuan jangka pendek dari Mau Bakmi adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan kepuasan dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan serta memberikan kualitas makanan dan pelayanan terbaik;
- b. Mau Bakmi dapat dikenal oleh konsumen sebagai salah satu restoran yang menyajikan makanan cepat saji yang sehat dan bergizi dengan harga yang terjangkau dan kualitas terbaik.

Tujuan jangka panjang dari Mau Bakmi adalah sebagai berikut:

- a. Membuka cabang baru di luar kota;
- b. Membuat inovasi dalam hal menu makanan dan fasilitas baru berdasarkan trend;
- c. Menjadikan Mau Bakmi menjadi restoran terbesar di Indonesia.

### C Besarnya Peluang Bisnis

Restoran Mau Bakmi dalam produksinya menggunakan banyak bahan baku seperti tepung, beras, daging ,telur, cabai, garam , dan lain-lain. Harga bahan baku ini bisa naik sewaktu-waktu ketika terjadi inflasi. Tidak hanya itu, inflasi juga dapat mempengaruhi tingkat permintaan konsumen akan produk Mau Bakmi . Hal ini dapat menjadi ancaman.



Selain inflasi, tingkat permintaan konsumen juga dapat dipengaruhi oleh

③ pertumbuhan pendapatan masyarakat. Berikut pada halaman selanjutnya merupakan grafik konsumsi mi instan di dunia.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

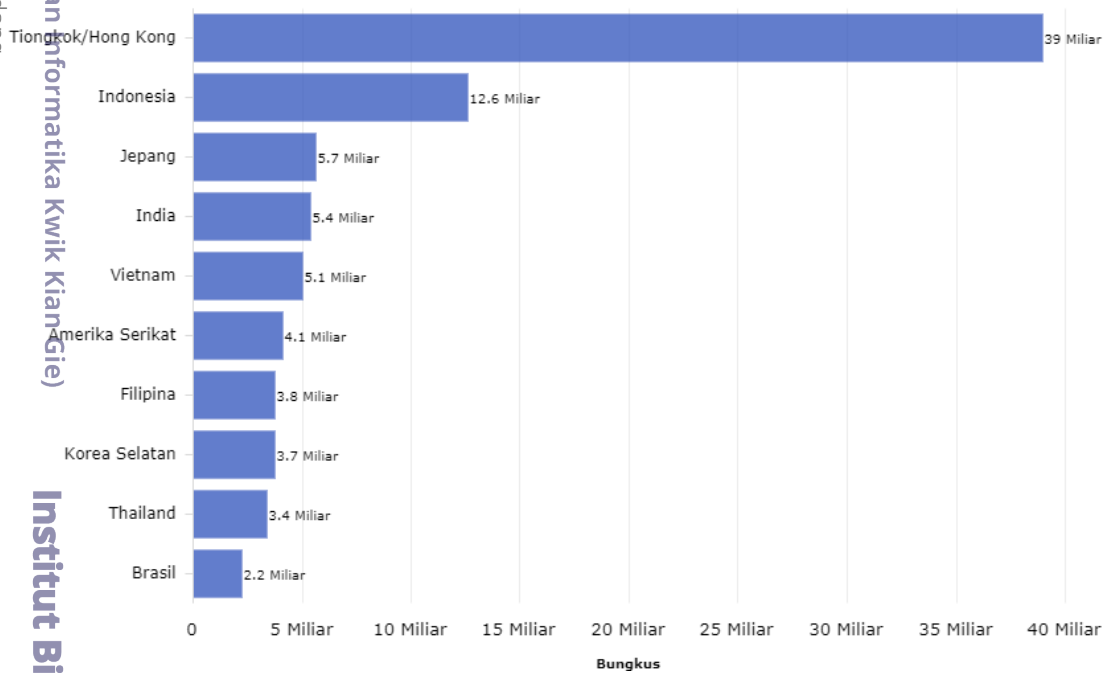
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

**Tabel 1.1**

**Tingkat Konsumsi Mie Instan di Indonesia**

10 Negara dengan Konsumsi Mie Instan Terbesar (2017)



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/09/24/berapa-konsumsi-mie-istan-indonesia>

Berdasarkan pada Tabel 1.1 di atas, Berdasarkan data World Instant Noodles Association (WINA) konsumsi mie instan di seluruh dunia pada 2017 mencapai 100 miliar bungkus (porsi) naik 2,7% dari tahun sebelumnya. Adapun



konsumsi mie instan Indonesia pada tahun lalu mencapai 12,63 miliar bungkus

atau sekitar 12,6% dari total konsumsi dunia serta berada di urutan terbesar kedua di dunia. Sementara negara dengan konsumsi mie instan terbesar di dunia tahun lalu masih dipegang Tiongkok/Hong Kong, yakni mencapai 38,97 miliar bungkus atau lebih dari tiga kali lipat konsumsi Indonesia. Sedangkan Jepang berada di urutan ketiga dengan konsumsi 5,66 miliar bungkus. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat antusiasme masyarakat Indonesia terhadap makanan mi cukup tinggi, dan Restoran Mau Bakmi mempunyai peluang yang besar dan cukup baik di Indonesia.

### Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana dalam yang diperlukan dalam mendirikan usaha Mau Bakmi sebesar Rp. 915.192.857,98 -. Keseluruhan dana bersumber dari pinjaman orang tua, dan keluarga dengan tanpa dikenakan biaya bunga dan jangka waktu pengembalian.

Berikut adalah tabel berisi uraian kebutuhan dana untuk mendirikan usaha restoran Mau Bakmi.

**Tabel 1.2**

### **Kebutuhan Dana Restoran “Mau Bakmi”**

No.	Keterangan	Jumlah
1	Kas Awal	Rp 100.000.000,00
2	Peralatan	Rp 123.171.700,00
3	Perlengkapan	Rp 64.021.157,98
4	Biaya Renovasi dan Dekorasi	Rp 80.000.000,00
5	Biaya Sewa	Rp110.000.000,00

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.



6	Biaya Bahan Baku	Rp 438.000.000,00
	<b>Total</b>	<b>Rp 915.192.857,98</b>

Sumber : Mau Bakmi, 2019

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.

## BAB II

### LATAR BELAKANG PERUSAHAAN

#### A. Data Perusahaan

1. Nama Perusahaan : Mau Bakmi
2. Bidang Usaha : Kuliner
3. Jenis Produk / Jasa : Makanan
4. Alamat Perusahaan : Jl. Boulevard Raya Blok RA1 No. 5-6,  
Kelapa Gading, Jakarta Utara.
5. No.telp / HP : 085886076781
6. Alamat E-mail : Maubakmi@gmail.com
7. Bank Perusahaan : Bank Central Asia (BCA)
8. Bentuk Badan Hukum : Perseorangan
9. Mulai Berdiri : Januari 2021



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**B. Biodata Pemilik Usaha**

1. Nama : Matheus Sipahutar
2. Jabatan : Pemilik
3. Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 13 November 1994
4. Alamat : Jalan Alia 6 No 2 Harapan Jaya, Bekasi.
5. Telepon : 085886076781
6. Email : Matiussipahutar11@gmail.com
7. Pendidikan Terakhir : Calon Sarjana Strata 1 (Sarjana Administrasi Bisnis).

**C. Latar Belakang Pemilik Usaha**

Matheus Sahat Pangidoan Sipahutar adalah calon pemilik dari Mau Bakmi, biasa dipanggil di kalangan teman satu institusi dengan sebutan matheus. Matheus adalah anak dari Bapak Jamindo Sipahutar dan Ibu Tince L Toruan. Matheus adalah anak tunggal.

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.



Riwayat Pendidikan Bima sebagai berikut, mengenyam Pendidikan taman kanak-kanak di TK Pesona Anggrek dan SD di SD Harsia Bekasi, lalu melanjutkan ke jenjang lebih tinggi di SMP MOGGALANA Bekasi, lalu melanjutkan pendidikannya di SMAN 4 Bekasi, dan terakhir melanjutkan ke perguruan tinggi sekaligus calon sarjana administrasi bisnis strata 1 di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**D. Jenis dan Ukuran Usaha**

Ukuran suatu usaha ditentukan oleh berbagai faktor, salah satunya adalah jumlah aset dan pendapatan. Berikut adalah tabel 2.1 yang berisi kriteria UMKM :

**Tabel 2.1**  
**Kriteria UMKM (dalam Rupiah)**

No	Uraian	Kriteria	
		Asset	Omzet/Tahun
	Usaha Mikro	Maks 50.000.000	Maks 300.000.000
	Usaha Kecil	> 50 juta – 1 Miliar	> 300 juta – 2,5 Miliar
	Usaha Menengah	> 1 Miliar - 10 Miliar	> 2,5 Miliar - 50 Miliar

Berdasarkan Undang – Undang no. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Bab IV pasal 6 menguraikan tentang kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah sebagai berikut :

1. Kriteria Usaha Mikro :

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.



a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 ( lima puluh juta rupiah ) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

**C**

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

b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 ( tiga ratus juta rupiah )

2. Kriteria Usaha Kecil :

a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 ( lima puluh juta rupiah ) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 ( lima ratus juta rupiah ) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha

b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 ( tiga ratus juta rupiah ) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 ( dua milyar lima ratus juta rupiah )

3. Kriteria Usaha Menengah adalah :

a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 ( lima ratus juta rupiah ) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 ( sepuluh milyar rupiah ) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha

b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 ( dua milyar lima ratus juta rupiah ) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 ( lima puluh milyar rupiah )

4. Kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, dan ayat (2) huruf

a, huruf b, serta ayat (3) huruf a, huruf b, nilai nominalnya dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur dengan Peraturan Presiden.

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.





Berdasarkan uraian dari UU no.20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tersebut maka usaha Restoran Mau Bakmi tergolong dalam usaha kecil karena kekayaan bersih di atas Rp 50.000.000,00. dan pendapatan tahunan yang lebih besar dari Rp 300.000.000,00

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.

### BAB III

#### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Dalam menjalankan sebuah usaha, tentunya perusahaan akan menghadapi persaingan dengan perusahaan-perusahaan lain yang ada di dalam industri yang sama atau serupa. Industri-industri dapat diklasifikasikan berdasarkan karakteristik ekonomi, situasi persaingan, dan prospek perkembangannya di masa yang akan datang. Perubahan dalam berbagai bidang seperti teknologi, ekonomi, pasar, dan persaingan akan bergerak secara cepat atau lambat. Dalam rangka menyesuaikan diri terhadap perubahan dan membentuk pertahanan dalam persaingan, analisis industri dan persaingan sangatlah dibutuhkan oleh perusahaan. Analisis industri biasanya berisi perbandingan yang menjawab pertanyaan “Apakah industri ini



cukup menjanjikan atau tidak?”. Informasi yang didapat dari analisis industri tentunya akan dijadikan salah satu dasar pertimbangan apakah bisnis ini dapat bersaing dan layak untuk dijalankan.

## A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Industri makanan merupakan salah satu industri yang selalu berkembang dan “tidak pernah mati”, tidak hanya di Indonesia tapi juga seluruh dunia. Hal tersebut disebabkan karena industri ini menawarkan produk yang merupakan salah satu kebutuhan pokok yang paling penting bagi manusia. Akan tetapi hal ini juga dilirik oleh banyak pengusaha di dunia, sehingga jumlah usaha makanan menjadi sangat banyak dan persaingan di dalam industri ini dapat dikatakan cukup ketat. Saat ini masyarakat tidak hanya melihat kualitas makanan dari harga dan rasanya saja, namun juga kadar nutrisi, pelayanan, keunikan konsep, promosi potongan harga, hingga estetika dari penyajian makanan serta desain tempat dari restorannya, dan lain-lain. Oleh sebab itu perusahaan-perusahaan makanan berlomba untuk menjadi yang terbaik dan selalu mengeluarkan inovasi baru agar dapat bersaing, bertahan, dan berkembang di dalam industri ini.

Di Indonesia sendiri, perkembangan industri makanan sangatlah pesat. Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto mengatakan kementeriannya mencatat, pada triwulan II 2018, pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 8,67 persen atau melampaui pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,27 persen.

(<https://bisnis.tempo.co/read/1127039/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-867-persen-triwulan-ii-2018/full&view=ok>, 2018).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



## B. Analisis Pesaing

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Keberhasilan dari sebuah perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan dari perusahaan tersebut untuk bersaing dengan perusahaan lain yang merupakan pesaingnya. Menurut David dan David (2015:59), pesaing adalah perusahaan-perusahaan yang menawarkan produk dan jasa sejenis di pasar yang sama. Persaingan merupakan hal yang wajar dan pasti akan dihadapi oleh setiap pebisnis. Salah satu hal yang harus dilakukan perusahaan untuk dapat bersaing adalah berinovasi. Oleh karena itu, para pebisnis harus senantiasa mengeluarkan ide-ide inovasi yang kreatif dalam mengembangkan bisnisnya. Selain itu, seorang pebisnis juga harus mampu menganalisa kekurangan dan kelebihan dari para pesaingnya agar tidak kalah saing dan mampu mengungguli persaingan di dalam industri yang digeluti.

Perusahaan membutuhkan informasi-informasi mengenai data perusahaan pesaing guna merencanakan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk bersaing secara efektif. Selain itu, diperlukan juga perbandingan produk, harga, saluran distribusi, dan promosi yang dilakukan perusahaan dengan pesaing terdekat. Data-data tersebut berguna untuk membantu perusahaan mengetahui keunggulan maupun kelemahan bersaingnya.

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 Mau Bakmi. Berikut adalah pesaing-pesaing utama dari Restoran Mau Bakmi :

#### 1. Profil Pesaing I

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.



Nama Perusahaan : Bakmi Gajah Mada (Bakmi GM).

Lokasi : *Food court* Mall Kelapa gading 3.

Kelebihan : Sudah berdiri lama dan memiliki popularitas tinggi.

Kekurangan : Rasa dan varian menu kurang menarik.

## 2. Profil Pesaing II

Nama Perusahaan : Bakmi Naga.

Lokasi : Gading Walk, Mall Kelapa Gading.

Kelebihan : Sudah terkenal dan memiliki varian menu yang banyak.

Kekurangan : Pelayanan kurang baik, kebersihan kurang terjaga.

## C. Analisis *Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal* (PESTEL)

Analisis PESTEL adalah analisis terhadap lingkungan eksternal (di luar perusahaan) untuk melihat hal-hal yang dapat menjadi peluang bagi perkembangan perusahaan, serta hal-hal yang dapat menjadi ancaman bagi jalannya bisnis. Dengan kata lain, analisis PESTEL berguna untuk mengetahui berbagai resiko dan juga potensi yang ada di sekitar lingkungan eksternal perusahaan tersebut.

Fred R. David (2007:77) mengelompokkan faktor-faktor *PESTLE* sebagai kekuatan eksternal yang dibagi ke dalam lima kategori:

1. *Economic forces* (2007:79)

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.



*“Economic forces have a direct impact on the potential attractiveness of*

**C** *various strategies. For example, when interest rates rise, funds needed for capital expansion become more costly or unavailable. Also, when interest rates rise, discretionary income declines, and the demand for discretionary goods falls. When stock price increase, the desirability of equity as a source of capital for market development increase. Also, when the market rises, customer and business wealth expands”.* (Kekuatan ekonomi mempunyai dampak langsung terhadap ketertarikan potensial dari beberapa macam strategi. Sebagai contoh, ketika suku bunga naik, pendanaan yang dibutuhkan untuk ekspansi modal menjadi lebih memakan biaya atau tidak tersedia. Selain itu pendapatan diskresioner menurun, dan permintaan terhadap barang diskresioner jatuh. Ketika harga saham mengalami kenaikan, tingkat keinginan untuk menggunakan ekuitas sebagai sumber modal untuk pengembangan pasar meningkat juga, lalu juga ketika pasar mengalami peningkatan, pelanggan dan kekayaan bisnis akan meluas.

2. *Social, cultural, demographic, and environment forces (2007:8)*

*“Social, cultural, demographic, and environment changers have a major impact upon virtually all product, services, markets, and costumers, small, large, for-profit and nonprofit organization in all industries are being staggered and challenged by the opportunities and threats arising from changes in social, cultural, demographic, and environment variables.”* (Perubahan sosial, kebudayaan, demografis dan lingkungan mempunyai dampak besar terhadap hampir seluruh produk, jasa, pasar, konsumen, organisasi besar, dan kecil baik yang bersifat mencari keuntungan maupun tidak dalam seluruh industri akan

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.



terpengaruh oleh peluang dan ancaman yang muncul dari perubahan pada variabel-variabel sosial, budaya, demografis dan lingkungan.

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

### 3. *Political, government, and legal forces* (2007:84)

*“Federal, state, local, and foreign governments are major regulators, deregulators, subsidizers, employers, and costumers of organizations. Political, governmental, and legal factors, therefore, can represent key opportunities or threat for both small and large companies. For industries and firms that depend heavily on government contracts or subsidies, political forecasts can be the most important part of an external audit. changes in patent laws, antitrust legislation, tax rates, and lobbying activities can affect firms significantly”*

(Pemerintahan federal, negara, lokal dan asing adalah regulator, deregulator, subsidi, penyedia lapangan pekerjaan, dan pelanggan terbesar dari organisasi-organisasi yang ada. Politik, pemerintahan, dan faktor legal dapat menjadi kunci peluang atau ancaman kepada perusahaan besar dan kecil. Untuk industri-industri dan perusahaan yang sangat bergantung pada subsidi dan kontrak dengan pemerintah, prakiraan politik dapat menjadi bagian terpenting dari audit eksternal. Perubahan pada hukum paten, legislasi *antitrust*, tingkat pajak, dan aktifitas melobi dapat mempengaruhi perusahaan-perusahaan secara signifikan.

### 4. *Technological forces* (2007:87)

*“Technological forces represent major opportunities and threat that must be considered in formulation strategies. Technological advancement can dramatically affect organization’ product, services, markets, suppliers, distributors, competitors, customers, manufacturing processes, marketing*

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.



*practices, and competitive position. Technological changes can reduce or eliminate cost barriers between business, create shorter production runs, create shortages in technical skill, and result in changing values and expectations of employees, managers, and costumers.”* ( Kekuatan teknologi mewakili peluang dan ancaman utama yang harus dipertimbangkan dalam formulasi strategi. Kemajuan teknologi dapat secara dramatis mempengaruhi produk, jasa, pasar, pemasok, distributor, pesaing, pelanggan, proses manufaktur, praktik manajemen, dan posisi pesaing organisasi. Perubahan teknologi dapat mengurangi atau menghilangkan biaya penghalang antara bisnis, membuat arus produksi lebih pendek, mengurangi kekurangan kemampuan teknis, dan mempunyai hasil yaitu merubah nilai dan ekspektasi dari pegawai, manajer, dan pelanggan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

##### 5. *Competitive forces*

*“Collecting and evaluating information on competitors is essential for successful strategy formulation. Identifying major competitors is not always easy because many firms have divisions that compete in different industries.”*

Mengumpulkan dan mengevaluasi informasi pesaing-pesaing penting dalam formulasi strategi yang sukses. Mengidentifikasi pesaing utama tidak selalu mudah karena banyak perusahaan yang mempunyai beberapa divisi yang bersaing dalam industri yang berbeda-beda.

**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.



Berikut ini akan dibahas pengaruh faktor yang merupakan bagian dari PESTLE, yaitu *Political, Economic, Sociological, Technological, Legal, dan Environment* terhadap Mau Bakmi.

### 1. Politik

Restoran Mau Bakmi terikat dengan Peraturan pemerintah dalam menjalankan usahanya. Mau Bakmi yang masuk dalam kategori usaha kecil harus menaati Undang-Undang no 20 tahun 2008 mengenai kriteria usaha dengan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah). Restoran Mau Bakmi saat ini memiliki izin usaha perdagangan (SIUP) kecil. Perubahan jenis usaha dapat terjadi sewaktu-waktu jika ada peraturan dari Menteri Perdagangan untuk perubahan klasifikasi SIUP.

### 2. Ekonomi

Restoran Mau Bakmi dalam produksinya menggunakan banyak bahan baku seperti tepung, beras, daging ,telur, cabai, garam , dan lain-lain. Harga bahan baku ini bisa naik sewaktu-waktu ketika terjadi inflasi. Tidak hanya itu, inflasi juga dapat mempengaruhi tingkat permintaan konsumen akan produk Mau Bakmi . Hal ini dapat menjadi ancaman.

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.





## D. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Porter Five

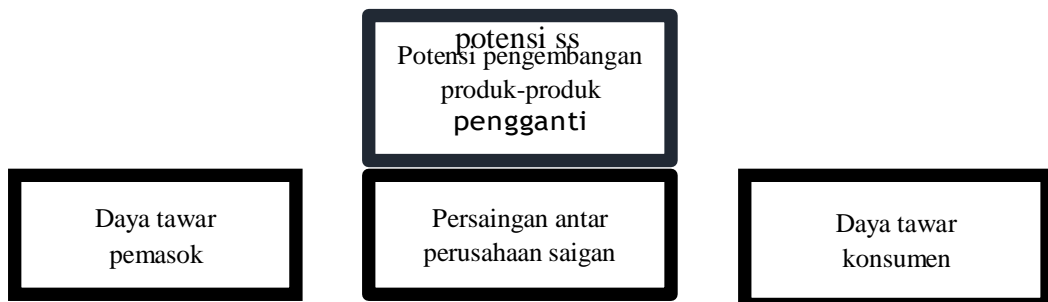
### C Hak cipta milik IBIKKG (Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Forces Business Model)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Fred R.David (2009:145) menyebut Model Lima Kekuatan Porter sebagai pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri. *Five Forces Model* memberikan gambaran tentang bersaing dengan pesaing– pesaing potensial kita, yakni pesaing yang akan masuk, para pemasok atau *supplier*, para pembeli atau konsumen, dan produsen dari produk–produk pengganti ( substitusi produk ). Sehingga kita harus mengetahui bahwa ada lima kekuatan yang menentukan karakteristik yaitu intensitas persaingan sejenis, ancaman masuknya pesaing baru, kekuatan tawar menawar pemasok, daya tawar-menawar konsumen, dan potensi produk pengganti. Berikut adalah Model kekuatan Porter pada gambar 3.2.

Gambar 3.2

Model 5 Kekuatan Michael Porter



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.

Potensi masuknya  
pesaing baru

Sumber: Manajemen Strategi, Fred R.David (2009)

Berdasarkan pada gambar 3.2 di atas, akan dijelaskan kelima kekuatan tersebut, disertai dengan penerapan kelima ancaman tersebut ke dalam bisnis.

#### 1. Persaingan antar perusahaan saingan (2009:148)

Persaingan antar perusahaan saingan merupakan yang paling berpengaruh dalam lima kekuatan positif. Strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dikatakan dapat berhasil jika mampu menciptakan keunggulan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Strategi yang diterapkan suatu perusahaan bisa ditanggapi dengan langkah balasan, seperti penurunan harga, peningkatan kualitas, penambahan fitur, penyediaan layanan, dan penambahan iklan.

Mau Bakmi akan bersaing dengan restoran lain yaitu Bakmi Gajah Mada dan Bakmi Naga. Tingkat persaingan cukup tinggi dikarenakan masing-masing restoran memiliki kelebihan dan kekuatan tersendiri. Restoran Mau Bakmi unggul dalam kualitas dan rasa produk serta harga yang terjangkau sehingga dapat dinikmati oleh berbagai kalangan.

Di sisi lain, Bakmi Gajah Mada unggul dengan popularitas dan nama yang sudah sangat terkenal. Sedangkan Bakmi Naga unggul dalam variasi produk nya yang banyak. Mau Bakmi sendiri akan menonjol dari para pesaingnya dengan menyajikan produk berkualitas dan unik namun dengan harga yang terjangkau dan pelayanan terbaik.





2. **Ⓢ** Potensi Masuknya pesaing baru (2009:149)

Mudahnya pesaing baru untuk masuk ke dalam suatu industri tertentu menyebabkan intensitas persaingan antar perusahaan akan meningkat. Hambatan yang ada bagi masuknya perusahaan baru adalah seperti kebutuhan untuk mencapai skala ekonomi secara cepat, kebutuhan untuk menguasai teknologi dan trik-trik praktis, kurangnya pengalaman, loyalitas konsumen yang kuat, preferensi merek yang kuat, persyaratan modal yang besar, kurangnya saluran distribusi yang memadai, kebijakan regulatif pemerintah, kurangnya akses ke bahan mentah, kepemilikan paten, lokasi yang kurang menguntungkan, dan serangan balik dari perusahaan diam-diam berkubu.

Mau Bakmi beserta kedua restoran lainnya bergerak dalam industri makanan mi yang proses produksinya tidak terlalu sulit sehingga munculnya pesaing baru merupakan hal yang sering terjadi. Mau Bakmi mengusahakan untuk memiliki keunggulan pada kualitas produk dan pelayanan serta promosi yang menarik sehingga mampu untuk mempertahankan loyalitas konsumen sehingga mereka tidak mudah beralih ke pesaing baru atau pesaing sejenis.

3. Potensi pengembangan produk pengganti (2009:149)

Di setiap usaha restoran dan industri makanan, terdapat ancaman munculnya produk pengganti. Ancaman produk pengganti terhadap produk Mau Bakmi muncul mengingat Mi merupakan makanan yang mudah untuk dibuat dengan bahan baku yang mudah didapat. Namun ancaman ini dapat diatasi karena produk-produk yang ditawarkan Mau Bakmi memiliki keunikan seperti tekstur mi yang

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



renyah yang memiliki ke-khasan tersendiri yang membuat produk pengganti sulit untuk bersaing.

4. Daya tawar konsumen (2009:150)

Daya tawar konsumen dalam industri kuliner bisa dibilang cukup tinggi. Hal ini disebabkan banyaknya usaha-usaha kuliner dari skala kecil, menengah, maupun besar baik yang yang sejenis maupun tidak sejenis. Oleh sebab itu Mau Bakmi harus mempertahankan loyalitas konsumen dengan memberikan harga bersaing dan kualitas terbaik.

5. Daya tawar pemasok

Mau Bakmi dalam menjalankan usahanya menggunakan bahan baku dan bahan pembantu yang cukup umum dan mudah didapat. Hal ini menyebabkan daya tawar pemasok cukup rendah karena bahan-bahan dapat diperoleh dimana saja, dalam daerah Kelapa Gading pun banyak berbagai pemasok yang bisa dipilih dengan harga yang bersaing.

**E. Analisis Faktor Kunci Sukses ( *Competitive Profile Matrix* (CPM))**

Pengetahuan tentang posisi perusahaan terhadap pesaing dan kemampuan perusahaan diperoleh dari pihak internal maupun eksternal perusahaan. Apabila



pengetahuan yang dimiliki dapat dikelola dengan baik dan efektif, maka keunggulan kompetitif perusahaan diperoleh. Salah satu faktor eksternal yang penting untuk diperhatikan adalah pesaing. Alat yang digunakan oleh manajemen strategi yang mampu membantu manajemen untuk menyeldiki dan memetakan posisi pesaing utama dibandingkan dengan perusahaan adalah Matriks Profil Kompetitif (CPM).

Menurut Fred R. David (2009:160), "CPM mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus mereka dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan sampel."

Tabel CPM berisi *Critical Success Factor (CSF)* atau faktor penentu keberhasilan yang merupakan faktor-faktor terpenting yang mempengaruhi keberhasilan organisasi. Faktor ini diambil berdasarkan analisis khusus dari penentu keberhasilan industri terkait. Faktor penentu keberhasilan ini merupakan ringkasan informasi dari hasil evaluasi kondisi internal perusahaan yang kemudian ditarik unsur yang memiliki pengaruh terbesar dengan perusahaan yang merupakan kekuatan dan kelemahan dari perusahaan itu sendiri serta perusahaan pesaing utama dalam industri. Faktor-faktor yang menjadi *Critical Success Factor* (Faktor Penentu Kesuksesan) yang digunakan pada analisis CPM Mau Bakmi, Bakmi Naga, dan Bakmi Gajah Mada adalah cita rasa, harga, lokasi, variasi produk, promosi, kualitas pelayanan, kebersihan, loyalitas konsumen, dan desain tempat. Keseluruhan faktor tersebut

didapat oleh penulis berdasarkan survei melalui kuisisioner yang dikumpulkan oleh penulis.

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.



Setiap faktor kunci yang ada diberikan sejumlah nilai bobot (*weight*), dimana semakin besarnya nilai ini menunjukkan bahwa semakin besar juga pengaruhnya. Total nilai dari seluruh pembobotan harus berjumlah satu. *Rating* merupakan penilaian dari satu sampai empat untuk masing-masing perusahaan, angka satu menunjukkan bahwa perusahaan tidak memiliki kontrol yang baik terhadap faktor tersebut, dan angka empat yang menunjukkan perusahaan memiliki kontrol yang sangat baik terhadap faktor tersebut. *Score* merupakan pengkalian antara *weight* dan *rating* dari masing-masing perusahaan. Perusahaan yang memiliki jumlah *score* yang tertinggi adalah perusahaan yang unggul.

Berikut pada halaman selanjutnya adalah tabel CPM antara Mau Bakmi, Bakmi Gajah Mada, dan Bakmi Naga.

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.



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 3.1**  
**Competitive Profile Matrix (CPM)**  
**Mau Bakmi, Bakmi Gajah Mada, dan Bakmi Naga**

Faktor Keberhasilan	Bobot	Mau Bakmi		Bakmi Gajah Mada		Bakmi Naga	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
1. Cita Rasa Produk	0,13	3	0,39	3	0,39	2	0,26
2. Harga	0,11	3	0,33	1	0,11	1	0,11
3. Lokasi	0,10	2	0,20	3	0,30	3	0,30
4. Varian Produk	0,10	3	0,30	2	0,20	1	0,10
5. Promosi	0,10	1	0,10	3	0,30	3	0,30
6. Kualitas Pelayanan	0,13	3	0,39	1	0,13	1	0,13
7. Kebersihan	0,13	3	0,39	2	0,26	2	0,26
8. Loyalitas Konsumen	0,10	1	0,10	3	0,30	3	0,30
9. Desain Tempat	0,10	1	0,10	2	0,20	2	0,20
<b>TOTAL</b>	1,00		<b>2,30</b>		<b>2,19</b>		<b>1,96</b>

Sumber : Kuisisioner Mau Bakmi 2019, data diolah.



Berdasarkan tabel 3.1 pada halaman sebelumnya, akan dijelaskan mengenai

faktor-faktor kunci keberhasilan dan bobot yang didapat oleh ketiga restoran tersebut.

Cita rasa merupakan faktor terpenting dalam usaha kuliner. Cita rasa makanan merupakan inti dan hal utama yang ditawarkan oleh usaha kuliner dan yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap kesuksesan suatu bisnis kuliner. Karena tanpa cita rasa yang enak, konsumen akan dengan mudah beralih ke restoran lainnya. Mau Bakmi diberikan peringkat 3 dalam cita rasa karena berdasarkan hasil survei penulis dengan mencoba menu pada masing-masing restoran, produk Mau Bakmi dianggap yang terbaik dari kedua pesaing tersebut.

Selain cita rasa, hal terpenting yang jadi pertimbangan konsumen adalah harga. Harga yang tidak pas akan membuat konsumen menjadi enggan dan ragu dalam membeli produk yang ditawarkan. Harga suatu produk harus sesuai dengan kualitas dan kuantitas yang diperoleh. Mau Bakmi diberikan peringkat 3 oleh penulis karena harga yang ditawarkan merupakan yang terbaik sesuai porsi dan makanan yang didapat.

Lokasi usaha yang strategis sangat penting dalam menjangkau konsumen. Wilayah yang strategis akan memungkinkan potensi calon konsumen yang lebih banyak. Mau Bakmi diberikan peringkat 2 dan masih kalah oleh Bakmi Gajah Mada yang mempunyai lokasi paling strategis yaitu pada *food court Mall Kelapa Gading*.

Varian produk yang banyak akan mencegah konsumen jenuh terhadap produk yang ditawarkan. Varian produk yang banyak juga bisa menjangkau lebih banyak konsumen yang mempunyai preferensi jenis makanan yang berbeda-beda. Restoran Mau Bakmi diberikan peringkat 3 dan paling tertinggi dari Bakmi Gajah Mada dan Bakmi Naga dengan varian menu terbanyak. Mau Bakmi sebagai usaha baru



mencoba berfokus pada beberapa varian menu yang tidak terlalu banyak untuk menyempurnakan kualitas. Penambahan variasi produk akan dilakukan kemudian setelah semua produk yang ditawarkan sekarang dapat ditangani dengan baik.

Promosi dibutuhkan untuk menciptakan kertertarikan dan menarik minat konsumen untuk membeli produk. Mau Bakmi diberikan peringkat 1 dan masih kalah dengan kedua pesaing yang lain, karena metode promosi yang digunakan belum begitu penting.

Pelayanan produk merupakan faktor yang menentukan apakah pelanggan tersebut akan kembali lagi dan menjadi pelanggan yang loyal. Sekalipun suatu usaha mempunyai kualitas produk yang baik dan harga yang murah, jika pelayanan yang diberikan tidak baik, misalnya pelanggan menunggu terlalu lama dalam membeli sebuah produk, maka akan membuat pelanggan beralih ke pesaing yang lain. Mau Bakmi memperoleh peringkat 3 dan tertinggi dari Bakmi Gajah Mada dan Bakmi Naga karena kecepatan dan sistem order yang diterapkan kurang baik dan cenderung mengantri sangat lama.

Kebersihan suatu bisnis kuliner mempunyai pengaruh besar terhadap kelangsungan bisnis tersebut. Kebersihan yang tidak terjaga dapat membuat konsumen tidak kembali lagi, merusak reputasi bisnis, dan bahkan bisa berujung pada penutupan usaha oleh pemerintah. Di faktor kebersihan, Mau Bakmi mendapat peringkat tertinggi yaitu 3. Pesaing lainnya mendapat skor lebih rendah karena berdasarkan survey penulis, seringkali kondisi meja pada kedua restoran pesaing kurang bersih dan terasa lengket akibat handuk atau lap meja yang tidak dijaga kebersihannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.



Usaha yang sukses ditandai dengan loyalitas konsumen yang tinggi, yang selalu kembali dan tidak beralih ke pesaing. Loyalitas konsumen yang kuat dapat mempertahankan eksistensi sebuah usaha bisnis. Dalam hal ini Bakmi Gajah Mada mempunyai skor tertinggi dikarenakan Bakmi Gajah mada sudah berdiri sekitar 42 tahun lamanya, sehingga mempunyai pelanggan loyal yang cukup banyak jumlahnya.

Desain tempat yang baik dan menarik akan membuat konsumen merasa nyaman dan menciptakan ketertarikan untuk datang dan mencoba produk yang ditawarkan oleh restoran. Dalam segi desain tempat, restoran Mau Bakmi mendapat skor terendah yaitu 1 karena memang desain tempat Mau Bakmi cenderung sempit karena bertempat di dalam ruko di banding antara restoran Bakmi Gajah Mada dan Bakmi Naga yang bertempat di dalam Mall.

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.



## F. Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* ( SWOT ) / SWOT

### Matrix

#### A. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal (SWOT Analysis)

Fred R. David (2009:327) menggambarkan SWOT sebagai sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manager mengembangkan empat jenis strategi; Strategi SO (kekurangan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman).

Strategi SO memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Strategi ST menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi WT merupakan taktik *defensive* yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghadapi ancaman eksternal. Berikut adalah penjelasan SWOT dari Restoran Mau Bakmi:

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**1. Strength**

- a. Rasa yang unik yang ditawarkan restoran Mau Bakmi yaitu bakmi berukuran besar dengan *topping* kulit ayam yang renyah yang berbeda dari pesaing-pesaing.
- b. Lokasi Strategis yang dekat dengan pemukiman penduduk yang memungkinkan untuk mendapatkan pelanggan dalam jumlah besar.
- c. Harga yang ditawarkan terjangkau dan bersaing
- d. Pelayanan yang baik dicapai dengan jumlah yang tenaga kerja yang cukup dan kinerja staf yang baik untuk memastikan pelayanan yang diberikan restoran Mau Bakmi memuaskan.
- e. Fasilitas lengkap seperti koneksi internet *Wi-Fi* gratis untuk pelanggan, televisi dan kamar mandi.

**2. Weaknesses**

- a. Pemain baru di bidang restoran. Mau Bakmi merupakan usaha restoran yang baru dirintis.
- b. Tidak memiliki cabang. Sebagai usaha yang baru didirikan, restoran Mau Bakmi belum memiliki cabang untuk memperluas pangsa pasarnya.
- c. Ukuran restoran yang tidak terlalu besar dikarenakan terbatasnya tanah yang dapat disewa di lokasi penjualan.

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.



- d. Tidak memiliki situs web untuk kemudahan pencarian informasi melalui internet.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. *Opportunities*

- a. Diferensiasi produk. Produk mi dari Mau Bakmi memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi berbagai macam produk baru.
- b. Daerah yang dekat pemukiman penduduk dapat menambah jumlah pelanggan tetap.
- c. Antusiasme masyarakat terhadap makanan mi sangat besar.

4. *Threats.*

- a. Banyak pesaing sejenis yang juga menjual makanan mi dapat ditemukan dengan jumlah yang tidak sedikit di daerah sekitar lokasi penjualan. Mulai dari pedagang kecil yang menggunakan gerobak sampai restoran.
- b. Ancaman pendatang baru. Lokasi yang strategis dan pasar yang menjanjikan memungkinkan banyaknya pendatang baru yang bermunculan.

Berdasarkan penjelasan SWOT di atas, maka diperoleh strategi-strategi seperti yang tercantum dalam tabel 3.2 pada halaman selanjutnya.

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.



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 3.2**  
**Matriks SWOT Restoran Mau Bakmi**

	<b>Strength(S)</b>	<b>Weakness(W)</b>
<b>Internal</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rasa yang unik</li> <li>2. Harga yang terjangkau</li> <li>3. Pelayanan baik</li> <li>4. Fasilitas lengkap</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merupakan pemain baru.</li> <li>2. Tidak memiliki cabang</li> <li>3. Ukuran restoran tidak terlalu besar</li> <li>4. Tidak memiliki situs web</li> <li>5. Varian produk tidak terlalu banyak</li> </ol>
<b>Eksternal</b>		
<b>Opportunities(O)</b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diferensiasi produk</li> <li>2. Daerah dekat pemukiman ramai penduduk</li> <li>3. Antusiasme masyarakat terhadap makanan mi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjaga dan memperbesar pangsa pasar (S1,O2,O3)</li> <li>2. Melakukan promosi untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat, seperti event-event kuliner di berbagai daerah, dan sebagainya. (S1,S5,O3)</li> <li>3. Kerja sama dengan perusahaan lain (bank) untuk menawarkan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuka cabang di wilayah lain. (W2,W3,O3)</li> <li>2. Membuat situs web. (W4,O1,O3)</li> <li>3. Membuat formulir <i>feedback</i> untuk mengetahui kepuasan minat dan saran untuk memperbaiki kelemahan dan pengembangan</li> </ol>



	diskon dan memberikan kemudahan pembayaran bagi konsumen (S5,O3)	restoran. 4. Menambah sistem <i>delivery order</i> (W3,O2)
<b>Threat(T)</b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyak Pesaing sejenis</li> <li>2. Pendaatang baru</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan inspeksi dan survey berkala terhadap kualitas dan harga produk yang dihasilkan.(S1, S3, S4, T1, T2)</li> <li>2. Pengembangan produk untuk mengalahkan pesaing (S1,S2,T1,T2)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menambah variasi produk lebih banyak dari pesaing (W5,T1)</li> <li>2. Melakukan survey terhadap minat konsumen saat ini. (W1,T2)</li> </ol>

Sumber : Data diolah.

Berikut penjelasan mengenai matriks SWOT pada tabel 3.2 di halaman sebelumnya.

#### 1) Strategi *Strength Oppurtunities*

- a. Memperoleh dan menjaga pangsa pasar di daerah lokasi penjualan sebagai penjual makanan berbahan dasar mi dengan menawarkan produk yang unik dan berbeda dengan pesaing. Harga yang ditawarkan juga terjangkau dan bersaing dengan restoran-restoran mi lainnya.
- b. Promosi yang gencar untuk memperkenalkan nama dan produk kepada masyarakat luas. Hal ini biasa dilakukan dengan mengikuti *event* kuliner di berbagai daerah untuk menarik perhatian peminat mi dan calon konsumen.

#### 2) Strategi *Strength Threats*

- a. Dalam menghadapi ancaman pesaing sejenis dan munculnya pesaing baru, strategi yang diterapkan adalah melakukan survei dan inspeksi berkala



terhadap kualitas dan harga produk yang dihasilkan. Hal ini dilakukan untuk menjamin kepuasan konsumen agar konsumen tidak beralih ke pesaing, dan menciptakan suatu *brand* dengan reputasi yang baik dan kuat yang mampu menarik calon konsumen.

b. Pengembangan produk juga dilakukan untuk mengalahkan pesaing. Pengembangan produk mengikuti perkembangan zaman dan selera konsumen, sehingga produk yang ditawarkan Mau Bakmi tidak ketinggalan zaman dan selalu menarik.

### 3. Strategi *Weakness Opportunities*

- a. Membuka cabang di berbagai wilayah lain yang strategis untuk menjangkau lebih banyak konsumen.
- b. Membuat situs *web* untuk memudahkan konsumen mencari informasi mengenai Mau Bakmi. Mengingat pesatnya pertumbuhan pengguna internet pada saat ini menjadikan situs web sebagai salah satu hal penting yang harus dimiliki oleh sebuah bisnis.
- c. Membuat formulir *feedback* yang akan diberikan kepada konsumen yang sudah merasakan produk dan pelayanan di Mau Bakmi untuk mengetahui kepuasan, saran, kritik, sehingga mengetahui apa saja kelemahan yang dimiliki dan apa saja yang harus dikembangkan.

### 4. Strategi *Weakness Threats*

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





- a. Melakukan survey secara berkala terhadap minat konsumen untuk mengetahui apa yang diinginkan konsumen.
- b. Menambah variasi produk untuk mencegah jenuhnya konsumen dan untuk mengalahkan pesaing.

**© 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.

## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

#### 1. Produk yang Dihasilkan

Setiap Perusahaan tentunya menghasilkan satu atau beberapa macam produk yang akan dijual untuk memperoleh pendapatan. Produk menurut Kotler, et.al (2014:248) adalah : *“Anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need”*. Menurut Kotler dan Keller (2012:349), produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis berdasarkan ketahanan barang, wujud, dan kegunaanya. Berikut penjelasannya:



1. Berdasarkan ketahanan dan wujud, produk dapat dibagi menjadi tiga kelompok yaitu:
  - a. *Nondurable goods*: barang berwujud yang biasanya digunakan sekali atau beberapa kali seperti minuman jadi, sabun, dan lain sebagainya.
  - b. *Durable goods*: barang berwujud yang biasanya bertahan setelah lama dipakai seperti kulkas, pakaian, dan lain sebagainya.
  - c. *Services* (Jasa): tidak memiliki wujud, tidak terpisahkan, dan bervariasi. Contohnya jasa pemotongan rambut, konsultan pajak, dan lain-lain.

Berdasarkan kegunaannya, produk dapat dibagi menjadi 2 kelompok yaitu:

- a. *Consumer goods* adalah barang yang dapat digunakan langsung oleh pemakai. Barang tersebut juga dibagi lagi menjadi 4 kategori yaitu:
  - 1) *Convenience goods*: barang-barang yang sering digunakan oleh konsumen seperti sabun, koran, dan lain-lain.
  - 2) *Shopping goods*: barang yang biasanya konsumen bandingkan dengan barang lain dan biasanya berdasarkan kecocokan, kualitas, harga, dan gaya seperti furnitur, pakaian, mobil bekas, dan alat-alat dapur.
  - 3) *Specialty goods*: barang yang memiliki karakteristik yang unik, atau memiliki merek yang sudah dikenal, sehingga ada beberapa orang yang ingin membayar mahal demi barang yang spesial ini. Contohnya mobil Lamborghini, Tas Hermes, dan Jam tangan mewah.
  - 4) *Unsought goods*: barang yang biasanya tidak terpikirkan untuk dibeli oleh konsumen. Contohnya batu nisan.
- b. *Industrial-goods classification* adalah barang yang biasanya dibeli oleh pabrik-pabrik digunakan untuk dijadikan produk kembali atau digunakan

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



untuk membuat barang. Jenis barang ini juga dapat dibagi lagi menjadi 3 kategori yaitu:

- 1) *Materials and Parts*: barang yang memasuki pabrik secara keseluruhan dibagi menjadi 2 kelas barang yaitu bahan baku dan barang setengah jadi.
- 2) *Capital Items*: barang yang tahan lama untuk memfasilitasi pabrik-pabrik tersebut untuk membuat produk jadi. Seperti genset, conveyor, dan lain-lain.
- 3) *Supplies and Business Services*: produk jangka pendek, baik barang maupun jasa, yang digunakan untuk membantu pembuatan produk jadi. Dibagi menjadi dua kelompok yaitu pemeliharaan dan perbaikan seperti cat, paku dan lain-lain, dan barang operasional seperti pelumas, batu baru dan lain-lain.

**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.

Berdasarkan klasifikasi produk tersebut, Mau Bakmi termasuk dalam kelompok produk yang bersifat *Nondurable goods* karena produk yang ditawarkan adalah produk makanan yang merupakan barang berwujud yang hanya bisa digunakan atau dikonsumsi sekali.

Tentunya setiap perusahaan juga harus punya sebuah logo perusahaan. Logo merupakan sebuah lambang yang memberi identitas perusahaan, yang membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan lain yang serupa termasuk para pesaingnya. Logo yang menarik juga secara tidak langsung dapat menarik minat konsumen untuk mencoba produk yang ditawarkan, yang dalam hal ini merupakan makanan sehat. Berikut adalah logo dari Mau Bakmi



Gambar 4.1

Logo “Mau Bakmi”



Sumber : Mau Bakmi, 2019

**Gambar 4.1** Logo Mau Bakmi digunakan karena penulis menganggap kata "MAU" menarik, dan mudah untuk diucapkan serta mudah untuk diingat oleh konsumen. Terdapat gambar sendok dan garpu untuk memudahkan konsumen mengenali restoran dan untuk memberikan kesan moderen dan *simple* sehingga logo tersebut dapat menarik perhatian orang-orang yang melintas di depan lokasi usaha dan kemudian melihat logo tersebut.

2. Gambaran Pasar

Ramalan penjualan sangat berguna bagi Mau Bakmi untuk mengetahui berapa jumlah total penjualan didapat dari bisnis yang digeluti sehingga pemilik dapat mengetahui strategi yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan.

Berikut tabel mengenai ramalan penjualan dari restoran Mau bakmi :

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 4.1

Ramalan Penjualan Makanan Dalam Satu Bulan

Mau Bakmi (dalam unit)

Ramalan Penjualan “Mau Bakmi” Dalam Satu Bulan (dalam unit)

Jenis Produk												
Bakmi Garing	Bakmi Garing Pangsit	Bakmi Garing Bakso	Bakmi Garing Spesial	Nasi Goreng Ayam	Nasi Goreng Sea food	Mie Goreng Spesial	Pangsit Goreng	Pangsit Kuah	Bakso	Up Size	Total	
	10	10	10	10	8	8	5	5	5	5	91	
	10	10	10	10	8	8	5	5	5	5	91	
	10	10	10	10	8	8	5	5	5	5	91	
	10	10	10	10	8	8	5	5	5	5	91	
	12	12	12	15	12	12	7	7	7	7	120	
	13	13	13	18	13	13	8	8	8	8	134	
	15	15	15	20	15	15	10	10	10	10	155	
<b>Total Per/Minggu</b>	116	80	80	80	93	72	45	45	45	45	<b>773</b>	
<b>Total Per/Bulan</b>	464	320	320	320	372	288	180	180	180	180	<b>3092</b>	

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat disimpulkan bahwa total penjualan makanan oleh Mau Bakmi selama 1 bulan adalah sebanyak 3092 unit yang terdiri dari 11 macam menu. Satuan unit yang dimaksud dan digunakan pada data di atas sama dengan pengertian porsi (1unit = 1porsi)

Berikut pada tabel 4.2 adalah ramalan penjualan minuman untuk bulan Januari pada Restoran Mau Bakmi:

Hak Cipta Ditinjau dari Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau hasil karya ini tanpa menyebutkan sumber:  
a. Penutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Penutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar BIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika KwikKian 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.

**Tabel 4.2**  
**Ramalan Penjualan Minuman Bulan Januari**  
**Restoran Mau Bakmi (dalam unit)**

Ramalan Penjualan Minuman Bulan Januari (dalam unit)						
Hari	Jenis					Total
	Mineral Water	Soft Drinks	Ice/hot tea	Ice Lemon Tea	Floridina	
Senin	25	5	25	10	5	70
Selasa	25	5	25	10	5	70
Rabu	25	5	25	10	5	70
Kamis	25	5	25	10	5	70
Jumat	35	10	35	10	10	100
Sabtu	40	12	40	12	12	116
Minggu	45	15	45	15	15	135
<b>Total Per/Minggu</b>	220	57	220	77	57	<b>631</b>
<b>Total Per/Bulan</b>	880	228	880	308	22	<b>2524</b>

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, penjualan minuman Mau Bakmi setiap bulan diprediksikan terjual sebanyak 2.524 unit yang terdiri dari 5 macam minuman. Berdasarkan table 4.2, peningkatan penjualan baik makanan dan minuman terjadi pada hari Jumat, Sabtu, dan Minggu. Kenaikan produksi dan penjualan sekitar 30% dari hari biasa untuk hari Jumat, 50% dari hari biasa untuk hari Sabtu, dan 65% dari hari biasa untuk hari Minggu. Hal ini dikarenakan pada hari libur sebagian besar



masyarakat banyak yang menghabiskan waktu di luar rumah dan memilih makan di luar.

Penjualan Mau Bakmi dalam setiap bulan dalam 1 tahun pertama diprediksi mengalami peningkatan yang signifikan karena semakin dikenal masyarakat di setiap bulannya. Peningkatan dalam setiap bulannya adalah sebagai berikut:

1. Januari-April : Meningkat 5%
2. Mei-Desember : Meningkat 12%

Kenaikan penjualan yang cukup tinggi terjadi pada bulan Mei dikarenakan pada bulan tersebut terdapat hari libur lebaran dimana penjualan diprediksikan akan mengalami pertambahan yang signifikan. Untuk bulan-bulan berikutnya sampai akhir tahun kenaikan diperkirakan berada pada angka 12% dikarenakan popularitas usaha yang bertahan, dan berkembang seiring waktu.

Berikut pada tabel 4.3 di halaman selanjutnya merupakan ramalan penjualan dari setiap produk Mau Bakmi setiap bulan selama setahun

**Tabel 4.3**

**Ramalan penjualan Mau Bakmi selama 1 tahun (dalam porsi)**

Menu	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGT	SEP	OKT	NOV	DES
Bakmi Garing	464	487	512	537	602	674	755	845	947	1060	1187	1330
Bakmi Garing Pangsit	320	336	353	370	426	490	563	648	745	857	985	1133
Bakmi Garing Bakso	320	336	353	370	426	490	563	648	745	857	985	1133



Bakmi Garing Spesial	320	336	353	370	426	490	563	648	745	857	985	1133
Nasi Goreng Ayam	372	391	410	431	495	570	655	753	866	996	1146	1317
Nasi Goreng Sea food	288	302	318	333	383	441	507	583	671	771	887	1020
Mie Goreng Spesial	288	302	318	333	383	441	507	583	671	771	887	1020
Pangsit Goreng	180	189	198	208	240	276	317	364	419	482	554	637
Pangsit kuah	180	189	198	208	240	276	317	364	419	482	554	637
Bakso	180	189	198	208	240	276	317	364	419	482	554	637
Upsize	180	189	198	208	240	276	317	364	419	482	554	637
<b>Total</b>	<b>3092</b>	<b>3247</b>	<b>3409</b>	<b>3579</b>	<b>4100</b>	<b>4697</b>	<b>5382</b>	<b>6166</b>	<b>7066</b>	<b>8097</b>	<b>9280</b>	<b>10636</b>
Mineral Water	880	924	970	1018	1170	1345	1546	1777	2043	2349	2701	3106
Soft Drink	228	239	250	262	301	346	397	456	524	602	692	795
Ice/Hot tea	880	924	970	1018	1170	1345	1546	1777	2043	2349	2701	3106
Ice Lemon Tea	308	323	339	355	408	469	539	619	711	817	939	1079
Florida	228	239	250	262	301	346	397	456	524	602	692	795
<b>Total</b>	<b>2524</b>	<b>2649</b>	<b>2779</b>	<b>2915</b>	<b>3350</b>	<b>3851</b>	<b>4425</b>	<b>5085</b>	<b>5845</b>	<b>6719</b>	<b>7725</b>	<b>8881</b>

Sumber : Data diolah

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





Berdasarkan tabel 4.3 pada di atas, penjualan makanan dengan jumlah tertinggi yaitu pada bulan Desember dengan jumlah 10.636 porsi dan minuman dengan jumlah 8.881 porsi.

Berikut merupakan tabel total penjualan Mau Bakmi dalam waktu satu tahun.

**Tabel 4.4**

**Anggaran Penjualan Mau Bakmi selama (1 Tahun)**

Total penjualan 1 tahun			
Menu	Kuantitas	Harga Jual	Total
Bakmi Garing	9.399	Rp 25.000	Rp 234.983.162
Bakmi Garing Pangsit	7.227	Rp 28.000	Rp 202.354.524
Bakmi Garing Bakso	7.227	Rp 27.000	Rp 195.127.577
Bakmi Garing Spesial	7.227	Rp 30.000	Rp 216.808.419
Nasi Goreng Ayam	8.401	Rp 25.000	Rp 210.033.156
Nasi Goreng Sea Food	6.504	Rp 27.000	Rp 175.614.819
Mi Goreng Spesial	6.504	Rp 27.000	Rp 175.614.819
Pangsit Goreng	4.065	Rp 7.000	Rp 28.456.105
Pangsit Kuah	4.065	Rp 7.000	Rp 28.456.105
Bakso Sapi	4.065	Rp 8.000	Rp 32.521.263
Upsize porsi bakmi	4.065	Rp 7.000	Rp 28.456.105
Mineral Water	19.829	Rp 5.000	Rp 99.145.000
Soft Drinks	5.092	Rp 10.000	Rp 50.920.000
Ice/hot tea	19.829	Rp 5.000	Rp 99.145.000

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.



<i>Ice Lemon Tea</i>	6.906	Rp 10.000	Rp 69.060.000
<i>Floridina</i>	5.092	Rp 7.000	Rp 35.644.000
<b>Total Penjualan</b>	<b>125.499</b>	<b>125.499</b>	<b>Rp 1.882.340.053</b>

Sumber :Tabel 4.1,4.2,4.3

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menu dengan total penjualan harga tertinggi dari restoran Mau Bakmi selama 1 tahun adalah Bakmi Garing Spesial. Sedangkan untuk penjualan di tahun-tahun berikutnya pada restoran Mau Bakmi untuk tahun kedua diperkirakan meningkat sebesar 7% lalu untuk tahun ketiga dan keempat 9% dan tahun kelima akan meningkat 10%, dengan peningkatan harga sebesar 5% setiap 2 tahun. Pada tahun 2021 total penjualan diprediksikan sebesar Rp. 1.882.340.053. Tahun 2022 diprediksikan mengalami kenaikan penjualan sebesar 7% dengan total penjualan sebesar Rp. 2.114.809.050. Tahun 2023 diprediksikan akan mengalami kenaikan sebesar 9% dengan total penjualan sebesar Rp. 2.305.141.864. Tahun 2024 diprediksikan akan mengalami kenaikan sebesar 9% juga dengan total penjualan sebesar Rp. 2.638.324.864. Tahun 2025 kenaikan penjualan diprediksikan sebesar 10% dengan total penjualan Rp. 2.902.058.350. Kenaikan harga produk sebesar 5% dilakukan setiap 2 tahun sekali yaitu pada tahun 2021 dan 2023 agar Mau Bakmi tetap dapat mempertahankan harga produk yang terjangkau dan juga mampu mengikuti kenaikan harga bahan baku. Kenaikan harga ini sudah disesuaikan dengan penghitungan ramalan penjualan.

### 3. Target Pasar yang Dituju

Masing-masing pasar memiliki kebutuhan dan keinginannya masing-masing. Sebagai seorang pelaku bisnis, penting untuk melakukan segmentasi pasar

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.



sehingga perusahaan dapat mengetahui pasar mana yang kira-kira berpotensi untuk dimasuki oleh perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:225), segmentasi pasar merupakan pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan kebutuhan, karakteristik atau sifat yang membutuhkan produk dan strategi pemasaran masing-masing secara berbeda satu sama lain. Beberapa pembagian segmen pasar konsumen:

## 1. Segmentasi

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:214), “Segmentasi pasar merupakan pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan kebutuhan, karakteristik atau sifat yang membutuhkan produk dan strategi pemasaran masing-masing secara berbeda satu sama lain”. Berikut adalah beberapa tipe segmentasi pasar menurut Kotler dan Armstrong (2016:223) diantaranya:

### a. Segmentasi Geografi

Segmentasi secara geografis berarti membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, pulau, provinsi, kota, iklim dan pemukiman. Dalam mendirikan usaha kiliner, harus memperhatikan pangsa pasar yang ada pada lokasi sekitar. Restoran Mau Bakmi berada di Jl. Boulevard Raya Blok RA1 No. 5-6, Kelapa Gading, Jakarta Utara. Lokasi tersebut merupakan daerah yang strategis karena dekat dengan pemukiman padat penduduk serta merupakan pusat pertokoan dimana biasanya penduduk sekitar maupun dari luar daerah datang untuk mencari dan mencoba berbagai macam makanan atau wisata kuliner. Segmentasi Mau Bakmi untuk sekarang ini berfokus pada wilayah Kelapa Gading dan sekitarnya.

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.



**C** b. Segmentasi Demografi

Segmentasi demografi berarti membagi pasar berdasarkan variabel–variabel demografik yaitu :

- 1) Umur dan tahap daur hidup, yaitu membagi pasar menjadi kelompok umur dan daur hidup yang berbeda. Segmentasi umur Mau Bakmi berfokus pada rentang umur 18-80 tahun. Namun tidak menutup kemungkinan bagi orang-orang yang berada di luar kelompok usia tersebut untuk menjadi konsumen.
- 2) Jenis kelamin, yaitu membagi pasar menjadi kelompok berbeda berdasarkan pada jenis kelamin (pria atau wanita). Sebagai usaha di bidang kuliner, Mau Bakmi menargetkan baik laki-laki maupun perempuan sebagai konsumennya.

c. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis berarti membagi pelanggan menjadi kelompok-kelompok tertentu berdasarkan status sosial, gaya hidup dan kepribadian. Pada zaman sekarang ini, makanan bukan hanya sebagai kebutuhan dasar, tetapi juga sebagai hobi dan gaya hidup. Hal ini membuat masyarakat cenderung lebih konsumtif dan tidak enggan mengeluarkan uang banyak untuk makanan. Fokus segmentasi Restoran Mau Bakmi adalah konsumen yang memiliki gaya hidup yang ingin mencoba makanan yang unik dan baru serta berbeda dari yang lain. Untuk status sosial Restoran Mau Bakmi tidak memberikan

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



perhatian yang berbeda kepada semua konsumen dengan status sosial yang berbeda. Hal yang sama juga berlaku untuk kepribadian konsumen.

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

d. Segmentasi Tingkah Laku

Segmentasi tingkah laku berarti mengelompokkan pelanggan berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan dan atau reaksinya terhadap suatu produk dan atau jasa. Fokus Segmentasi dari Restoran Mau Bakmi adalah pada konsumen yang menyukai makanan yang bertekstur renyah dan menyukai bakmi berukuran besar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 4. Strategi Pemasaran

1. Diferensiasi

Diferensiasi menjadi sebuah kunci utama dalam sebuah persaingan di industri makanan dan minuman, maka dari itu setiap usaha makanan dan minuman terutama restoran diharuskan memiliki diferensiasi yang menjadi sebuah keunikan tersendiri.

Restoran Mau Bakmi memiliki diferensiasi tersendiri di produk yang di jualnya yang menjadikan pembeda dari produk pesaing. Ukuran produk menjadi sebuah keunikan yang dimiliki oleh restoran Mau Bakmi.

2. Positioning

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



Menurut Kotler dan Armstrong (2016:223), “*Positioning consists of*

*arranging for a market offering to occupy a clear, distinctive, and desirable place relative to competing product in the minds of target consumers*”. (Posisi pasar adalah mengatur penawaran pasar menjadi kelompok yang jelas, ciri khas, dan diinginkan guna menetapkan produk dalam benak konsumen).

Mau Bakmi memposisikan diri sebagai restoran yang memiliki suasana tempat yang nyaman dan memberikan pelayanan yang prima, produk yang disediakan Mau Bakmi memiliki beberapa pilihan dan cita rasa yang berbeda. Mau Bakmi juga memiliki konsep menikmati kopi yang berbeda karena kopi yang dijual dapat dinikmati secara bersamaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 3. Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:314), harga adalah sejumlah uang yang dikenakan untuk produk atau jasa. Lebih luasnya, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang dikeluarkan konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan kelebihan dari penggunaan barang atau jasa. Secara historis, harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembeli.

Penentuan harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan dalam menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan tersebut dari penjualan produknya. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:315) terdapat beberapa metode dalam menetapkan harga atas produk atau jasa, yaitu:

#### 1. Penetapan Harga Berdasarkan Nilai (*Value – based Pricing*)

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.



Penetapan harga berdasarkan nilai adalah menetapkan harga berdasarkan persepsi

nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat mendesain suatu produk atau program pemasaran dan kemudian menetapkan harga. Perusahaan yang menggunakan penetapan harga berdasarkan nilai harus menemukan nilai-nilai yang pembeli berikan untuk penawaran kompetitif yang berbeda-beda. Terdapat dua jenis penetapan harga berdasarkan nilai, yaitu:

a. Penetapan harga dengan nilai yang baik

Menawarkan kombinasi yang tepat antara kualitas dan layanan yang baik pada harga yang wajar.

b. Penetapan harga dengan nilai tambah

Melekatkan fitur dan layanan nilai tambah untuk membedakan penawaran perusahaan dan untuk mendukung penetapan harga yang lebih tinggi.

## 2. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost – Based Pricing*)

Metode penetapan harga yang paling sederhana adalah penetapan harga berdasarkan biaya. Pengaturan harga untuk penetapan harga berdasarkan biaya melibatkan biaya untuk memproduksi, mendistribusikan, dan menjual produk ditambah tingkat pengembalian yang adil untuk usaha dan risiko. Terdapat dua pendekatan yaitu *cost plus pricing* dengan menambah *markup standard* untuk biaya produk. Untuk menggambarkan penetapan harga berdasarkan *markup*, berikut adalah rumus untuk menentukan harga:

a.  $\text{Biaya Unit} = \text{Biaya Variabel} + (\text{Biaya Tetap} / \text{Jumlah Penjualan})$

b.  $\text{Harga Mark-Up} = \text{Biaya Unit} / (1 - \text{Laba Penjualan yang Diinginkan})$

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



### 3) Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan (*Competition – Based Pricing*)

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga berdasarkan harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama.

Dalam penetapan harga, perusahaan harus mempertimbangkan sejumlah faktor internal dan eksternal lainnya. Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya menghasilkan biaya.

Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk atau jasa dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Harga yang diajukan oleh perusahaan akan gagal bila berada terlalu tinggi untuk dapat menghasilkan permintaan dan bila terlalu rendah untuk menghasilkan keuntungan. Persepsi pelanggan terhadap nilai-nilai dari produk menjadi batas atas dari harga, batas bawahnya adalah biaya produksi.

Pendekatan yang digunakan Mau Bakmi dalam menetapkan harga adalah menggunakan penetapan harga berdasarkan pesaing. Alasan pemilihan metode ini karena Mau Bakmi memiliki banyak pesaing baik sejenis maupun tidak sejenis di sekitar lokasi usahanya. Jenis makanan yang dijual Mau Bakmi merupakan makanan yang umum dijual di berbagai daerah, sehingga selain rasa, harga juga menjadi faktor penting dalam memenangkan persaingan. Metode ini yang dirasa paling cocok oleh penulis untuk menetapkan harga di industri makanan agar dapat bersaing dan bertahan dengan harga kompetitor. Harga produk yang ditetapkan oleh Restoran Mau Bakmi untuk makan dan minum sekitar 28.000 sampai 35.000 rupiah per orang.

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.





#### 4. Saluran Distribusi

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:365), distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Distribusi merupakan salah satu faktor yang perlu dipahami dalam sebuah bisnis dimana dalam hal ini distribusi sangat penting untuk mengetahui dan mengatur alur perjalanan sebuah produk untuk dapat sampai ke tangan konsumen sehingga dapat digunakan oleh konsumen. Ada beberapa tipe tingkatan saluran distribusi yaitu:

##### 1. *Zero Level Channel*

Tipe distribusi dalam bentuk ini adalah distribusi langsung antara produsen dan konsumen akhir tidak tanpa pedagang perantara, yang artinya penyaluran dilakukan langsung oleh pelaku usaha kepada konsumen. Contohnya dengan penjualan dari pintu ke pintu, arisan, pesanan surat, pemasaran melalui telepon, penjualan lewat televisi, penjualan lewat internet, dan toko milik produsen.

##### 2. *One Level Channel*

Tipe distribusi ini adalah penjualan melalui satu perantara penjualan seperti pengecer. Pada pasar konsumsi perantaranya merupakan pedagang berskala besar atau grosir, sedangkan pada pasar industri merupakan penyalur tunggal dan penyalur industri.

##### 3. *Two Level Channel*

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.

Tipe distribusi ini mempunyai dua perantara penjualan, yaitu pedagang besar atau grosir dan sekaligus pengecer, ataupun sebuah penyalur tunggal dan penyalur industri.

#### 4. *Three Level Channel*

Saluran distribusi bentuk ini memiliki tiga perantara, yaitu pedagang besar (grosir), pemborong, serta pengecer.

Menurut teori di atas maka dapat dikatakan bahwa Mau Bakmi menggunakan tipe saluran distribusi *One level channel* karena Mau Bakmi secara langsung menjual produknya kepada konsumen tanpa melalui perantara.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

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. Strategi Promosi

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Promosi merupakan salah satu faktor dalam penentu keberhasilan bagi sebuah perusahaan untuk mencuri perhatian para konsumen terhadap produk atau jasa. Promosi yang menarik, dilakukan dengan baik, dan sangat komunikatif dengan konsumen akan dapat meningkatkan penjualan. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:76), promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk tersebut. Berbagai jenis komunikasi pemasaran yang digunakan pada suatu organisasi disebut bauran komunikasi pemasaran, yang menurut Kotler dan Armstrong (2014:432) antara lain:

#### 1. Periklanan (*Advertising*)

Bentuk presentasi dan promosi tentang ide, barang, dan jasa melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, ataupun dalam bentuk poster (bentuk promosi berbayar) yang dipasang di tempat-tempat strategis.

#### 2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Menjual atau memasarkan produk atau jasa dengan cara memajang di tempat-tempat khusus, yang menarik perhatian dalam jangka waktu singkat, sehingga konsumen mudah untuk melihatnya.

#### 3. Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

Presentasi lisan dalam percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan dan membangun hubungan baik.

#### 4. Hubungan Masyarakat dan Publisitas (*Public Relation and Publicity*)

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.



Membangun hubungan yang baik dengan publik dengan menciptakan citra perusahaan yang baik. Alat promosi ini memberikan informasi mengenai perusahaan atau produk atau jasa dan juga menangani isu-isu, rumor, dan acara yang disampaikan melalui media massa.

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

5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Hubungan langsung dengan konsumen untuk memperoleh respon langsung dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dengan menggunakan surat, telepon, *e-mail*, televisi, radio, dan alat penghubung non personal lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan.

Dalam melakukan kegiatan promosi, ada beberapa macam cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Berikut adalah cara promosi yang akan dilakukan oleh

Mau Bakmi:

1. Periklanan

Mau Bakmi akan melakukan cara promosi periklanan auat *advertising* pada media sosial dan akan membagikan brosur seminggu sebelum *grand opening*.

Media sosial yang akan digunakan adalah *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, dan *LINE* dengan cara membuat akun pada media-media sosial tersebut untuk memasang foto-foto makanan yang dijual, serta memberikan informasi mengenai promosi-promosi yang sedang berlangsung. Selain membuat akun, Mau Bakmi berencana untuk meng-*endorse* beberapa orang *Celebgram*, *Youtuber*, dan artis untuk mempromosikan produk Mau Bakmi Catering pada akun media sosial atau *Youtube channel* mereka dengan tujuan agar para *fans* dan *followers* mereka akan melihat iklan Mau Bakmi.

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.



Brosur yang akan dibagikan berupa brosur promosi sederhana dengan dengan ukuran kertas A6 (10,5cm x 14,8 cm) yang berisi logo Mau Bakmi serta sedikit tulisan yang berisi alamat restoran, tanggal pembukaan, serta promo potongan harga dalam rangka *Grand Opening* bagi yang menyimpan brosur tersebut. Hal ini bukan dilakukan tanpa tujuan, melainkan agar orang yang menerima brosur tersebut menyimpan brosur tersebut, dengan harapan ia mungkin akan membacanya lagi, atau setidaknya mengingat lokasi dan tanggal pembukaan Mau Bakmi.

## 2. Promosi Penjualan

Cara kedua yang akan dilakukan oleh Mau Bakmi dalam mempromosikan produknya adalah dengan memajang beberapa contoh menu makanan terbaik dari Mau Bakmi pada etalase di sebelah meja kasir. Selain itu, Mau Bakmi juga akan memajang beberapa gambar dari menu makanan yang dijual di Mau Bakmi pada dinding di dalam restoran.

### © 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.

## BAB V

### RENCANA PRODUKSI DAN KEBUTUHAN OPERASIONAL



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Proses Operasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

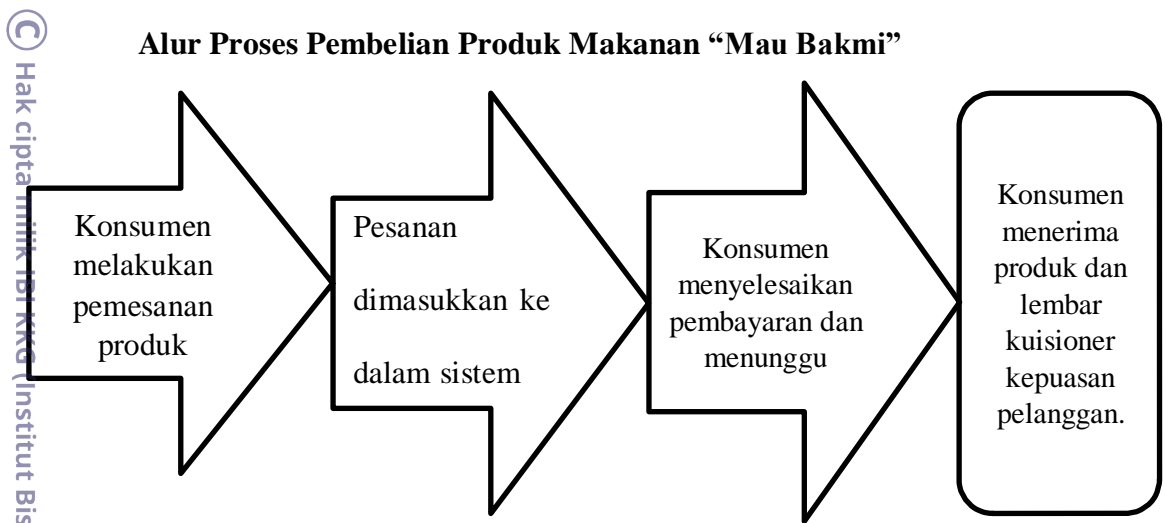
Manajemen operasi menurut Heizer dan Render (2014:40) merupakan serangkaian aktivitas yang menciptakan nilai dalam bentuk barang dan jasa melalui perubahan masukan (input) menjadi keluaran (output). Di mana sebuah proses operasi berperan penting dalam berjalannya kegiatan operasional dalam menghasilkan produk maupun jasa. Proses operasi merupakan proses mengubah input menjadi output yang kemudian didistribusikan kepada konsumen.

Mau Bakmi merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang kuliner yang menjual makanan sehat cepat saji. Proses pembeliannya dapat dilakukan secara langsung dengan cara konsumen mendatangi lokasi usaha, atau melalui aplikasi ojek *online*. Apabila terjadi kendala, konsumen dapat menghubungi pelayanan konsumen melalui telepon atau email. Untuk itu, Mau Bakmi memiliki alur proses produksi dari *input* hingga menjadi *output*. Alur proses pembelian dari konsumen datang hingga pulang akan digambarkan pada Gambar 5.1.



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 5.1



Sumber: Mau Bakmi, 2019

Berikut adalah penjelasan mengenai proses operasi Mau Bakmi pada

gambar 5.1 di atas:

1. Konsumen Melakukan Pemesanan Produk

Konsumen yang datang akan disambut dengan sopan dan ramah oleh pelayan yang bertugas, kemudian langsung diarahkan ke meja kasir. Setelah itu konsumen akan menentukan apakah ingin *dine in* atau *take away*, dan kemudian konsumen akan diberikan pilihan menu makanan yang tersedia untuk dipesan.

2. Pesanan Dimasukkan ke Dalam Sistem

Pelayan yang sedang bertugas di meja kasir akan memasukkan pesanan konsumen ke dalam sistem dan memberikan tagihan kepada konsumen. Saat itu juga pesanan konsumen akan mulai diproses.

© Hak cipta milik IBIKKG (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.



### 3. Konsumen Menyelesaikan Pembayaran dan Menunggu

Konsumen menyelesaikan pembayaran di kasir, kemudian akan diberikan nomor meja, serta dipersilakan untuk duduk dan menunggu di meja makan yang tersedia.

### 4. Konsumen Menerima Produk dan Lembar Kuisisioner Kepuasan Pelanggan

Konsumen akan menerima produk makanan yang sesuai dengan pesanannya dalam waktu kurang dari 5 menit setelah menyelesaikan pembayaran. Konsumen juga akan diberikan lembar kuisisioner kepuasan pelanggan yang berisi penilaian kualitas produk dan pelayanan yang mereka terima di restoran Mau Bakmi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## B. Biaya Peralatan

Peralatan adalah segala sesuatu yang digunakan oleh perusahaan dengan tujuan untuk membantu dan menunjang pekerjaan sehari-hari. Peralatan dapat digunakan berkali-kali untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan dan memiliki umur ekonomis lebih dari satu tahun lamanya. Perolehan peralatan berasal dari tempat yang berbeda dan pemilihan harga disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan perusahaan.

Daftar peralatan yang digunakan Mau Bakmi dapat dilihat di Tabel berikut ini:

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 5.1

Daftar Peralatan restoran “Mau Bakmi” (Dalam Rupiah)

No.	Nama Peralatan	Harga Satuan	Jumlah	Harga Total
1	Set Meja dan Kursi Makan	1.450.000	26	37.700.000
2	Air Conditioner (AC)	2.299.000	6	13.794.000
3	Meja Display Makanan	2.900.000	1	2.900.000
4	Kursi Kasir	455.000	1	455.000
5	Meja Kasir	385.000	1	385.000
6	Kompore Gas (6 tungku)	7.746.000	3	23.238.000
7	Oven	499.000	3	1.497.000
8	Dispenser Air	850.000	4	3.400.000
9	Rice Cooker 20 Liter	1.175.000	2	2.350.000
10	Thermos Nasi 30 Liter	210.000	2	420.000
11	Wajan Baja 42cm	135.000	10	1.350.000
12	Panci Kukus/Steamer 32cm	279.570	10	2.795.700
13	Panci Stainless Supra 30cm	250.000	10	2.500.000
14	Printer Kasir / PPOB Thermal	435.000	1	435.000
15	Tablet Android	646.000	1	646.000
16	Sign Nama Toko	450.000	1	450.000
17	Kulkas 6 pintu	24.826.000	1	24.826.000
18	Tabung gas Elpiji 12kg + isi	400.000	6	2.400.000
19	Exhaust Fan	250.000	4	1.000.000
20	Alat pemadam api ringan (APAR)	210.000	3	630.000
<b>Total</b>				<b>123.171.700</b>

Sumber : Tokopedia, data di olah.

Biaya Perlengkapan

Pengertian perlengkapan dalam teori akuntansi adalah suatu aktiva perusahaan yang tujuannya adalah untuk dipakai dalam kegiatan operasi sehari-hari. Pada umumnya perlengkapan bersifat habis pakai yaitu hanya bisa digunakan dalam waktu singkat atau sekali saja dengan nilai satuan yang relatif kecil.

Ciri-ciri perlengkapan :



1. Tidak adanya biaya penyusutan karena termasuk barang yang habis pakai;
2. Tidak bisa dijual kembali;
3. Masa manfaat atau masa pemakaiannya kurang dari 1 tahun;
4. Dapat digunakan tanpa listrik;
5. Tujuan utamanya hanya sebagai pelengkap bukan sebagai pendukung usaha;
6. Dicatat sebagai aktiva lancar.

Daftar perlengkapan yang digunakan Mau Bakmi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

### © 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.

### D. Nama Pemasok

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:93) Pemasok (*supplier*) adalah seseorang atau perusahaan yang menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk membuat produk. Perlu adanya pertimbangan khusus dalam memilih pemasok, terutama pemasok yang akan bekerja sama dalam jangka panjang dan memegang peran besar bagi jalannya usaha. Dalam rangka mengantisipasi kerugian dan ancaman yang mungkin dapat timbul akibat kesalahan dalam memilih pemasok, maka diperlukan ketelitian dalam memilih pemasok. Ada



beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam memilih pemasok yaitu, pertimbangan kualitas, harga, lokasi, dan keandalan pemasok.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berikut adalah nama-nama pemasok yang akan menjadi sumber bahan baku, peralatan, dan perlengkapan yang akan menunjang jalannya kegiatan usaha Mau Bakmi:

#### 1. Pemasok Peralatan

- a. Ace Hardware yang berada pada Mall Artha Gading, beralamat di Jalan Boulevard Artha Gading Selatan No.1, Kelapa Gading, Kota Jakarta Utara. Telepon : (021) 45864400. Alasan memilih Ace Hardware adalah karena pilihan peralatan memasak yang lengkap dan terjamin kualitasnya. Ace Hardware juga terdapat di berbagai daerah sehingga mudah untuk dijangkau.

#### 2. Pemasok bahan baku dan perlengkapan

- a. Lotte Mart Whole Sale yang beralamat di Jl. Boulevard Barat Raya Blok A No.1, Kelapa Gading Barat, Kota Jakarta Utara, Telepon: (021) 4523811. Lotte mart dekat dengan lokasi penjualan dengan pilihan bahan baku yang sangat lengkap dan terjamin kualitasnya. Sehingga hampir seluruh bahan baku dan peralatan dapat ditemukan disini secara mudah.
- b. Pasar Tradisional Kelapa Gading yang beralamt di Jl. Hibrida Blok IF No. 2, RT.10/RW.15, Pegangsaan Dua, Kelapa Gading, RT.10/RW.15, Kota Jakarta Utara, Pasar tradisonal menyediakan bahan baku seperti daging dan sayur dengan harga murah serta kondisi barang yang segar yang akan menjaga kualitas produk Restoran Mau Bakmi. Harga yang murah juga bisa menekan biaya produksi.

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.



c. Pasar Mandiri Kelapa Gading

Jl. Raya Gading Indah RT13/RW18, Kelapa Gading, Jakarta Utara. Pasar Mandiri menyediakan berbagai kebutuhan perlengkapan seperti kantong plastik, sumpit, dan berbagai peralatan dapur lainnya.

3 Pemasok meja, kursi, dan lemari

- a. Informa yang berada pada Mall Artha Gading Lt. 2-3, beralamat di Jl. Boulevard Artha Gading Selatan, RT.18/RW.8, Kelapa Gading Barat, Jakarta Utara. Informa mampu menyediakan berbagai kebutuhan restoran seperti meja, kursi, dan lemari dengan berbagai pilihan yang bervariasi serta kualitas yang baik. Informa juga menyediakan jasa pemasangan dan pengantaran barang-barang yang dipesan.

4 Pemasok mesin penggiling dan pemotong

- a. PT. Tafa Jaya Megah yang beralamat di Jl. Peternakan III No.10-ab, RT.1/RW.7, Kapuk, Cengkareng, Kota Jakarta Barat. Perusahaan tersebut merupakan mampu menyediakan dan memproduksi kebutuhan lemari *stainless*, *kitchen sink*, serta mesin penggiling dan pemotong sesuai spesifikasi dan kebutuhan dengan harga yang sesuai. Penulis memilih perusahaan ini karena sudah terpercaya sebagai pemasok mesin penggiling dan pemotong pada usaha restoran milik orang tua penulis.

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.



## 5. Pemasok peralatan Elektronik

- C** a. Electronic City Mall Artha Gading yang berada pada Mall Artha Gading Lantai 3, Zona China, yang beralamat di Jalan Boulevard Artha Gading, Kelapa Gading, RT.18/RW.8, Kelapa Gading Barat, Jakarta Utara. Electronic City menyediakan berbagai kebutuhan elektronik yang lengkap dan menawarkan pilihan berbagai merek berkualitas serta kemudahan pengiriman dan garansi produk.

## 6. Pemasok Kebutuhan Promosi

- a. Primagraphia yang beralamat di Jl. Kepu Selatan No. 71, Bungur, Senen, Jakarta Pusat, DKI Jakarta. Primagraphia menawarkan jasa cetak brosur dan spanduk dengan harga terjangkau dan cepat untuk memenuhi kebutuhan promosi Mau Bakmi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

## E. Deskripsi Rencana Operasi

Rencana operasi adalah sebuah rincian kegiatan yang akan dilakukan pebisnis sebelum pebisnis tersebut membuka usahanya. Rencana operasi ini berguna untuk memberi target bagi pebisnis terhadap pencapaian kegiatan apa saja yang akan dicapai sehingga pembukaan usaha dapat dilakukan dengan lancar dan tepat waktu. Berikut adalah gambaran rencana operasi Sehat Sempurna Catering:

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.



## 1. Melakukan Survey Pasar dan Pesaing

Survey pasar dan pesaing merupakan langkah pertama yang akan dilakukan penulis dalam membangun Sehat Sempurna Catering, dengan tujuan untuk mengetahui apa yang sebenarnya diinginkan oleh konsumen dan apa yang telah ditawarkan oleh pesaing yang sudah terlebih dahulu terjun dalam industri usaha yang dituju. Survey pasar dan pesaing juga dilakukan untuk mengetahui pangsa pasar yang akan dimasuki oleh perusahaan, kelemahan dan kelebihan para pesaing, serta strategi-strategi yang harus dipersiapkan oleh pebisnis untuk masuk ke dalam pasar dan persaingan, sehingga pebisnis dapat menangkap peluang yang ada serta siap menghadapi ancaman-ancaman yang akan timbul.

## 2. Melakukan Survey Lokasi

Pemilihan lokasi yang tepat akan sangat menentukan kesuksesan dari usaha yang akan dibangun. Survey lokasi dilakukan dengan tujuan untuk mencari lokasi yang paling cocok untuk membangun usaha, yang dalam hal ini adalah usaha kuliner. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh penulis, lokasi yang akan digunakan untuk membangun restoran Mau Bakmi adalah Ruko Jl. Boulevard Raya Blok RA1 No. 5-6, Kelapa Gading, Jakarta Utara, dimana terdapat beberapa ruko yang masih kosong dan di daerah tersebut merupakan daerah yang ramai di lalui oleh masyarakat.

## 3. Menyusun Rencana Bisnis

### © 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.



Sebelum memulai suatu bisnis, tentunya dibutuhkan suatu perencanaan yang matang agar bisnisnya dapat dimulai dan berjalan dengan lancar serta dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Sebuah rencana bisnis mencakup berbagai informasi yang dibutuhkan untuk membangun sebuah bisnis atau usaha, termasuk kebutuhan usaha, strategi, serta hasil yang diharapkan dari bisnis atau usaha yang akan didirikan. Dalam menyusun rencana bisnis, penulis akan membuat perencanaan konsep bisnis, menghitung kebutuhan dana untuk membangun usaha, menentukan produk yang akan ditawarkan, menentukan strategi pemasaran dan promosi, membuat perencanaan produksi dan operasional usaha, menentukan jumlah dan kriteria tenaga kerja yang dibutuhkan, membuat perencanaan keuangan, serta memperhitungkan dampak dan resiko dari usaha yang akan dibangun.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

4. Melakukan Survey Pemasok

Untuk menjalankan sebuah bisnis yang menjual produk, pemilihan pemasok menjadi suatu hal yang sangat penting karena kualitas dari bahan baku dan barang-barang pendukung akan sangat mempengaruhi kualitas dari produk yang dijual. Oleh karena itu, penulis akan melakukan survey terhadap harga dan kualitas produk yang ditawarkan oleh beberapa pemasok beserta ketersediaannya. Selain itu, lokasi pemasok juga akan diperhatikan, sehingga biaya dan waktu yang dikeluarkan tidak terlalu banyak untuk memperoleh bahan baku dan barang-barang pendukung tersebut.

5. Membuat Desain *Layout* Restoran

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.



Setelah melakukan survey pemasok, penulis akan membuat desain *layout* yang menggambarkan tata letak pada ruko yang digunakan sebagai tempat usaha Mau Bakmi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

6. Melakukan Pendaftaran NPWP dan SIUP

Setiap warga Negara yang memiliki penghasilan dan/atau badan usaha wajib untuk mendaftarkan diri ke kantor pelayanan pajak dan mendapatkan nomor pokok wajib pajak (NPWP). Pendaftaran NPWP juga dapat dilakukan secara online yaitu dengan mendaftarkan melalui situs Direktorat Jendral Pajak ([www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id)). Berikut ini merupakan persyaratan pengajuan pembuatan NPWP untuk wajib pajak badan:

- a. Fotokopi akta pendirian atau dokumen pendirian dan perubahan bagi Wajib Pajak badan dalam negeri, atau surat keterangan penunjukan dari kantor pusat bagi bentuk usaha tetap.
- b. Fotokopi Kartu Nomor Pokok Wajib Pajak salah satu pengurus, atau fotokopi paspor dan surat keterangan tempat tinggal dari Pejabat Pemerintah Daerah sekurang-kurangnya Lurah atau Kepala Desa dalam hal penanggung jawab adalah Warga Negara Asing.
- c. Fotokopi dokumen izin usaha dan/atau kegiatan yang diterbitkan oleh instansi yang berwenang atau surat keterangan tempat kegiatan usaha dari Pejabat Pemerintah Daerah sekurang-kurangnya Lurah atau Kepala Desa atau lembar tagihan listrik dari Perusahaan Listrik/bukti pembayaran listrik.

Sedangkan untuk izin SIUP termuat dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 77/M-DAG/PER/12/2013 tentang

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.





penerbitan surat ijin usaha perdagangan dan tanda daftar perusahaan. Hal-hal yang harus dipersiapkan dalam mendapatkan SIUP bagi usaha perseorangan adalah dengan melampirkan:

- a. Fotocopy surat akta pendirian perusahaan
- b. Fotokopi KTP Pemilik atau Penanggung Jawab perusahaan
- c. Surat Pernyataan dari Pemohon tentang lokasi usaha
- d. Foto pemilik atau penanggung jawab perusahaan berukuran 3x4cm
- e. Fotocopy Nomor Pokok Wajib Pajak

#### 7. Melakukan Perekrutan dan Pelatihan Tenaga Kerja

Dalam menjalankan suatu bisnis, tentunya dibutuhkan tenaga kerja yang terampil dalam bidangnya masing-masing, yang akan menopang berjalannya kegiatan usaha. Perekrutan tenaga kerja akan dilakukan berdasarkan kebutuhan dan kriteria yang telah ditetapkan. Setelah itu tenaga kerja yang telah direkrut akan diberikan pelatihan agar dapat melakukan pekerjaannya dengan baik dan benar.

#### 8. Membeli Peralatan dan Perlengkapan

Setelah melakukan perekrutan dan pelatihan tenaga kerja, yang selanjutnya dilakukan oleh penulis adalah membeli peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha.

### © 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.



## 9. Melakukan Renovasi dan Penempatan Barang Pada Ruko

Serah terima ruko akan dilakukan pada bulan Januari awal, sehingga renovasi dan penempatan barang baru bisa dilakukan pada bulan Januari awal, yang diasumsikan pada minggu pertama. Renovasi yang dilakukan hanya renovasi ringan, di mana ruko akan dihias dengan beberapa tambahan dekorasi. Kemudian penempatan barang yang tidak lain adalah peralatan dan perlengkapan akan dilakukan sesuai dengan *layout* yang telah dibuat sebelumnya.

## 10. Melakukan Promosi

Seminggu sebelum *grand opening*, Mau Bakmi akan mulai melakukan kegiatan promosinya, yaitu mulai gencar mengunggah gambar-gambar promosi di media sosialnya, serta membagikan brosur di sekitar daerah usaha.

## 11. Membeli Bahan Baku

Mau Bakmi akan melakukan pembelian bahan baku berdasarkan daftar kebutuhan bahan baku yang telah dibuat pada rencana bisnis, dan pemasok-pemasoknya didapatkan berdasarkan survey pemasok yang telah dilakukan sebelumnya.

## 12. *Grand Opening* Mau Bakmi

Setelah semua langkah tersebut dilakukan, makan Sehat Sempurna Catering akan siap untuk dibuka dan memulai kegiatan usahanya.

© 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.

Berikut adalah *time schedule* dari rencana operasi Mau Bakmi yang akan dimulai dari bulan Januari 2019 sampai pembukaan usaha di bulan Januari 2020:

© **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.

**Tabel 5.2**

**Time Schedule Rencana Operasi “Mau Bakmi”**

No.	Kegiatan	2019												2020												2021
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1
1	Survey Pasar & Pesaing	x																								
2	Survey Lokasi	x																								
3	Menyusun Rencana Bisnis	x																								
4	Survey Pemasok	x																								
5	Desain layour	x																								
6	Pendaftaran NPWP&SIUP		x	x	x	x	x	x																		
7	Perekrutan & Pelatihan Tenaga Kerja								x	x	X	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
8	Beli Peralatan & Perlengkapan																				x	x	x	x		
9	Renovasi dan penempatan barang																								x	
10	Melakukan Promosi																								x	
11	Membeli Bahan Baku																								x	
12	Grand Opening																									x

Sumber : Mau Bakmi, 2019

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



**F. Rencana Alur Produk**

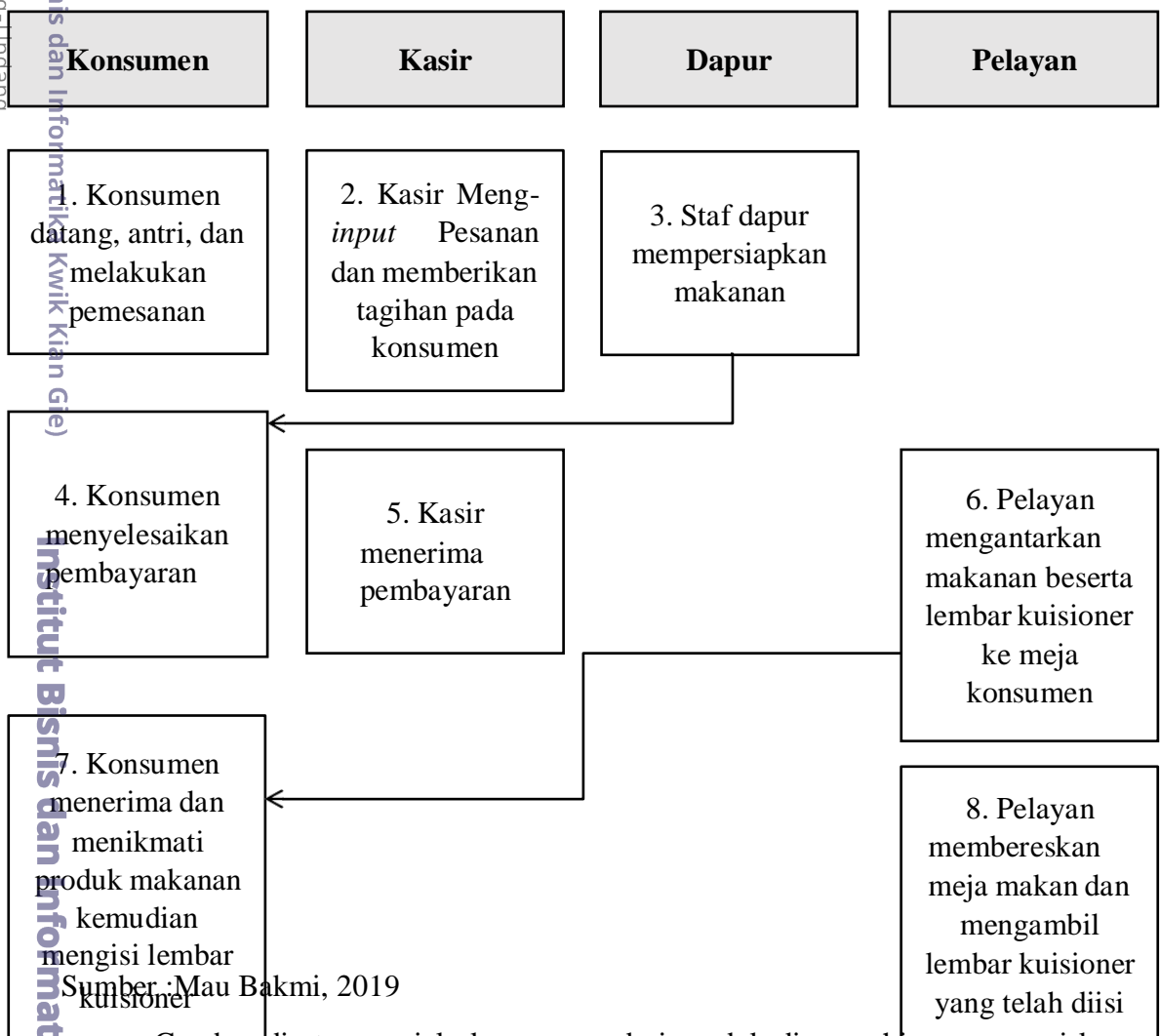


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Perencanaan alur produk dari setiap perusahaan biasanya berbeda-beda sesuai dengan sistem usahanya masing-masing. Mau Bakmi merupakan bisnis yang bergerak di bidang kuliner, sehingga alur produknya mencakup proses pembuatan hingga sampainya produk makanan kepada konsumen. Berikut ini merupakan alur produk yang dilakukan oleh Mau Bakmi:

**Gambar 5.2**

**Alur Produk “Mau Bakmi”**



Gambar di atas menjelaskan proses dari produk dipesan hingga sampai ke tangan konsumen. Berikut adalah penjelasannya:

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.



1. Konsumen datang ke restoran Mau Bakmi disambut oleh semua pelayan beserta kasir, kemudian diarahkan untuk antri di depan meja kasir, dan melakukan pemesanan.
2. Kasir meng-*input* pesanan yang telah disebutkan oleh konsumen ke dalam sistem, dan memberikan tagihan pada konsumen.
3. Staf dapur menerima pesanan yang diinput pada sistem, kemudian mempersiapkan makanan yang dipesan oleh konsumen.
4. Konsumen menyelesaikan pembayaran.
5. Kasir menerima pembayaran dari konsumen, memberi nomor meja, dan mempersilakan konsumen untuk menunggu di meja-meja yang telah disediakan.
6. Pelayan mengantarkan makanan yang telah dipesan beserta lembar kuisisioner ke meja konsumen dan mempersilakan konsumen untuk menikmati makanan yang telah disajikan.
7. Konsumen menerima dan menikmati produk makanan yang telah disajikan, kemudian ketika selesai makan, konsumen mengisi lembar kuisisioner dengan penilaian yang ia berikan terhadap kualitas layanan dan produk yang ia terima beserta komentar dan masukan sebagai bahan evaluasi Sehat Sempurna Catering.
8. Pelayan membereskan meja makan dan mengambil lembar kuisisioner yang telah diisi oleh konsumen.

**© Hak cipta milik IBI RKG (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.



## G. Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan

- C** Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- A. Persediaan bahan baku Mau Bakmi harus dicatat dan dikendalikan pemakaiannya. Persediaan bahan baku yang terkendali dengan baik memungkinkan efisiensi dalam penggunaan bahan baku tersebut, dan juga dengan persediaan bahan baku yang terkendali kemungkinan adanya bahan baku yang rusak dan terbuang karena tidak terpakai akan lebih kecil.
- B. Setiap hari sesudah jam tutup usaha, juru masak akan melakukan pengecekan stok bahan baku dan mencatat bahan baku apa saja yang akan habis atau kurang dari sepertiga persediaan biasanya. Lalu juru masak mencatatnya dan memberikan kepada bagian pembelian atau pemilik usaha. Pemilik usaha kemudian menerima catatan tersebut, mengambil uang untuk membeli bahan baku dari kas, melakukan pencatatan pembelian dan pengeluaran kas, dan membeli bahan baku yang dibutuhkan tersebut. Bahan baku akan diantarkan ke restoran atau diangkut sendiri untuk disimpan di restoran. Bahan baku tersebut siap untuk diolah menjadi produk untuk dijual kepada konsumen.

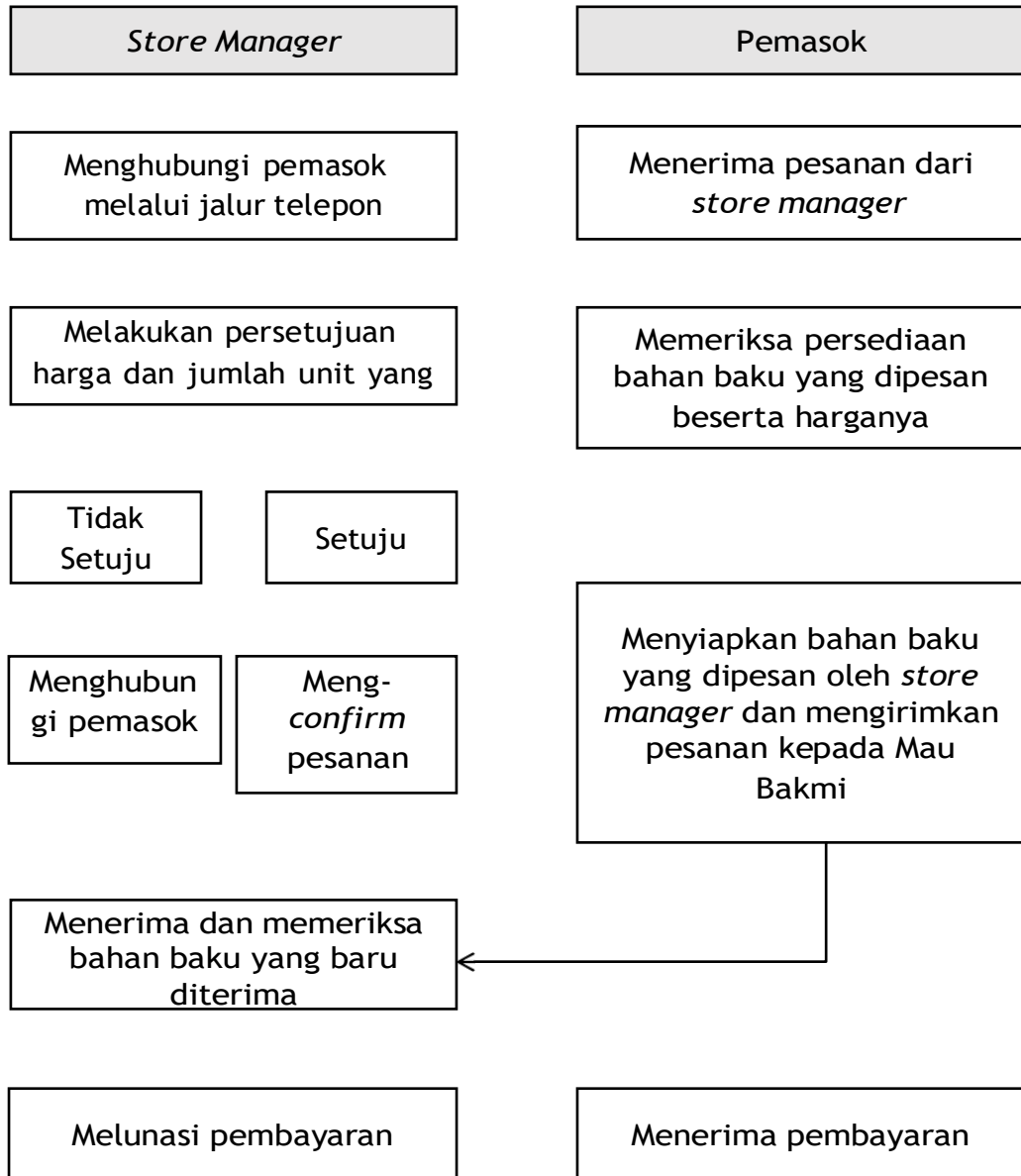
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

Gambar 5.3

Alur Pembelian Bahan Baku Melalui Telepon



Sumber : Mau Bakmi, 2019

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

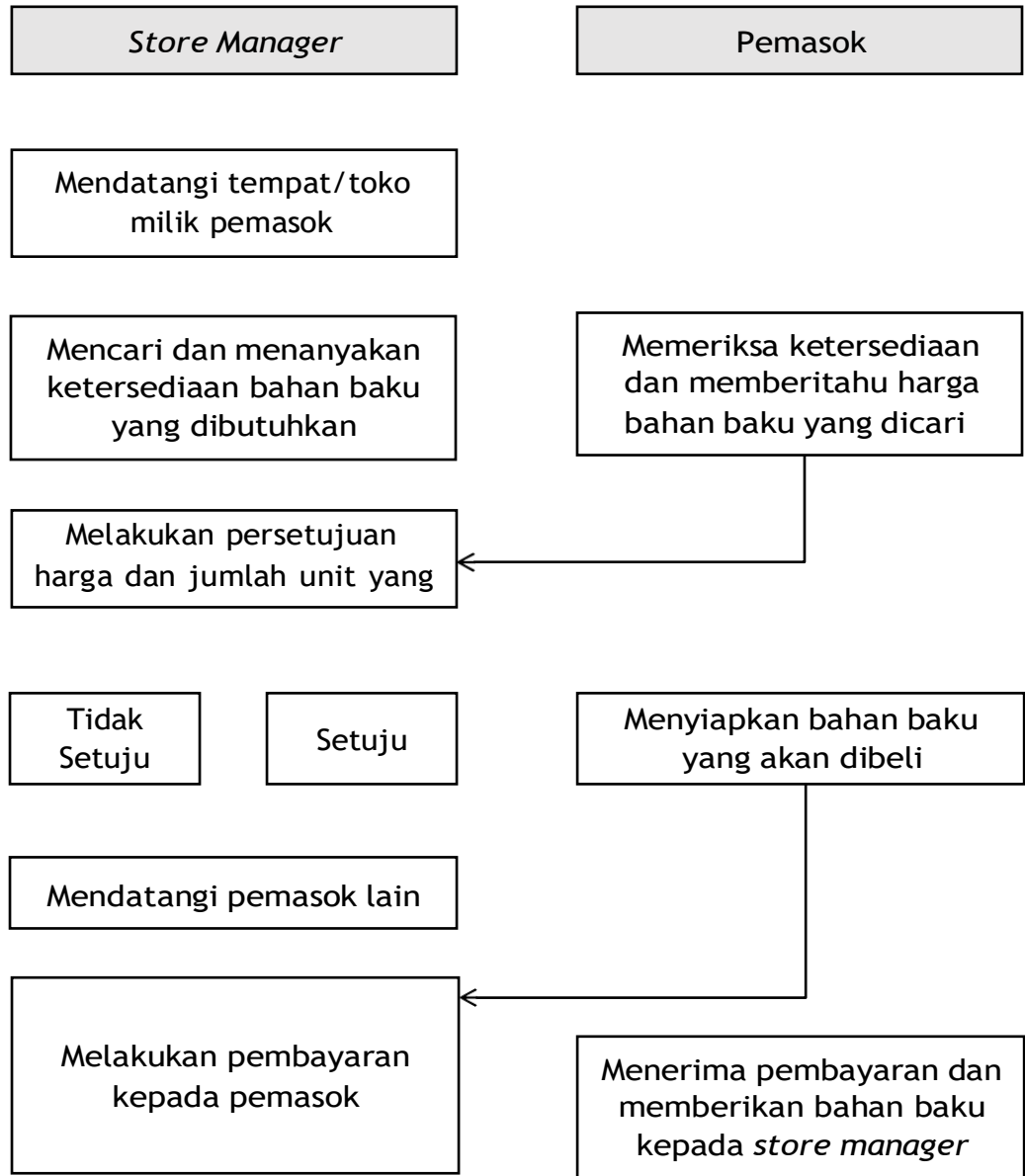
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Gambar 5.4

Alur Pembelian Bahan Baku Langsung di Tempat/Toko Pemasok



Sumber : Mau Bakmi, 2019

© 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.

F Layout Bangunan Tempat Usaha

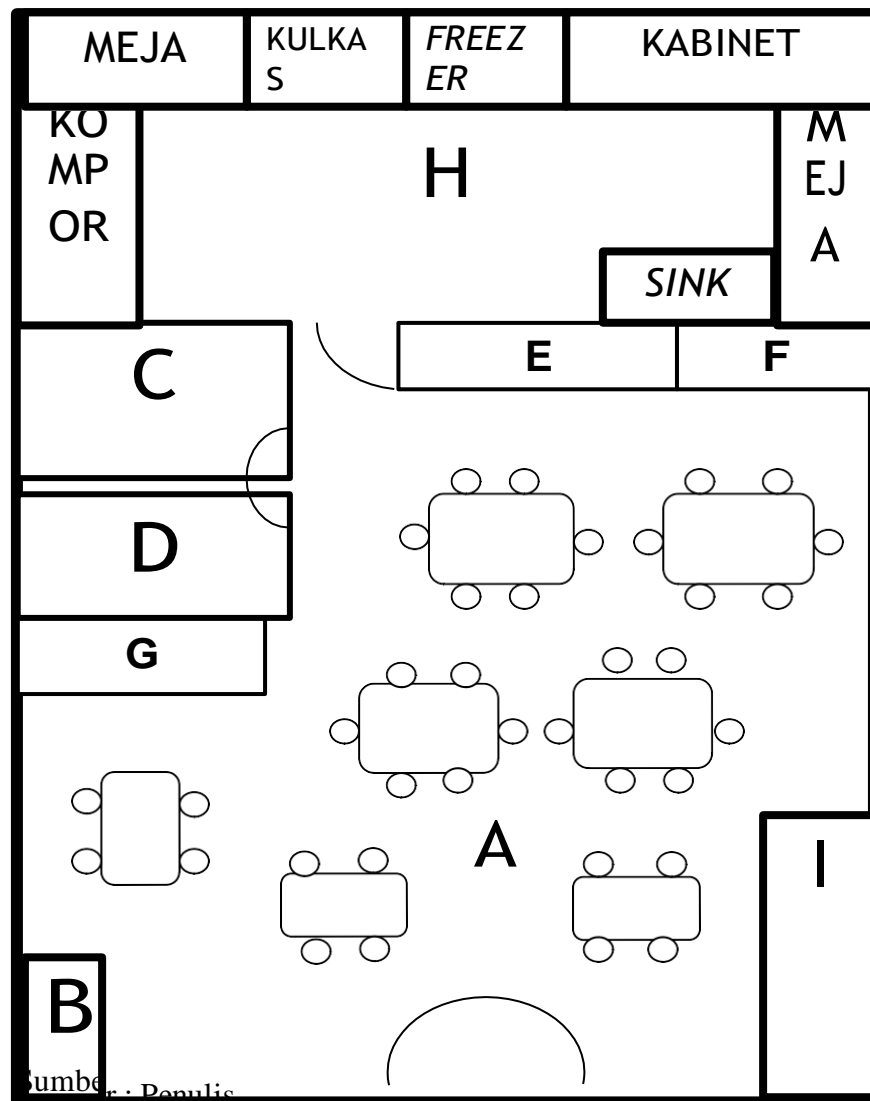
Layout bangunan usaha perlu direncanakan dengan baik agar ruangan yang nantinya digunakan dapat dimanfaatkan sebaik mungkin, sehingga dapat mendukung



proses kerja dan membentuk suasana kerja yang efisien. Restoran Mau Bakmi akan berlokasi Jl. Boulevard Raya Blok RA1 No. 5-6, Kelapa Gading, Jakarta Utara. dengan luas bangunan 140m<sup>2</sup>. Bangunan berbentuk persegi panjang dengan panjang 10 m dan lebar 14 m. Denah dari Restoran Mau Bakmi akan dijelaskan pada halaman selanjutnya.

Berikut merupakan denah dari lantai satu tempat usaha Restoran Mau Bakmi

**Gambar 5.5**  
**Denah Restoran Mau Bakmi Lantai 1**



Sumber: Penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KIKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



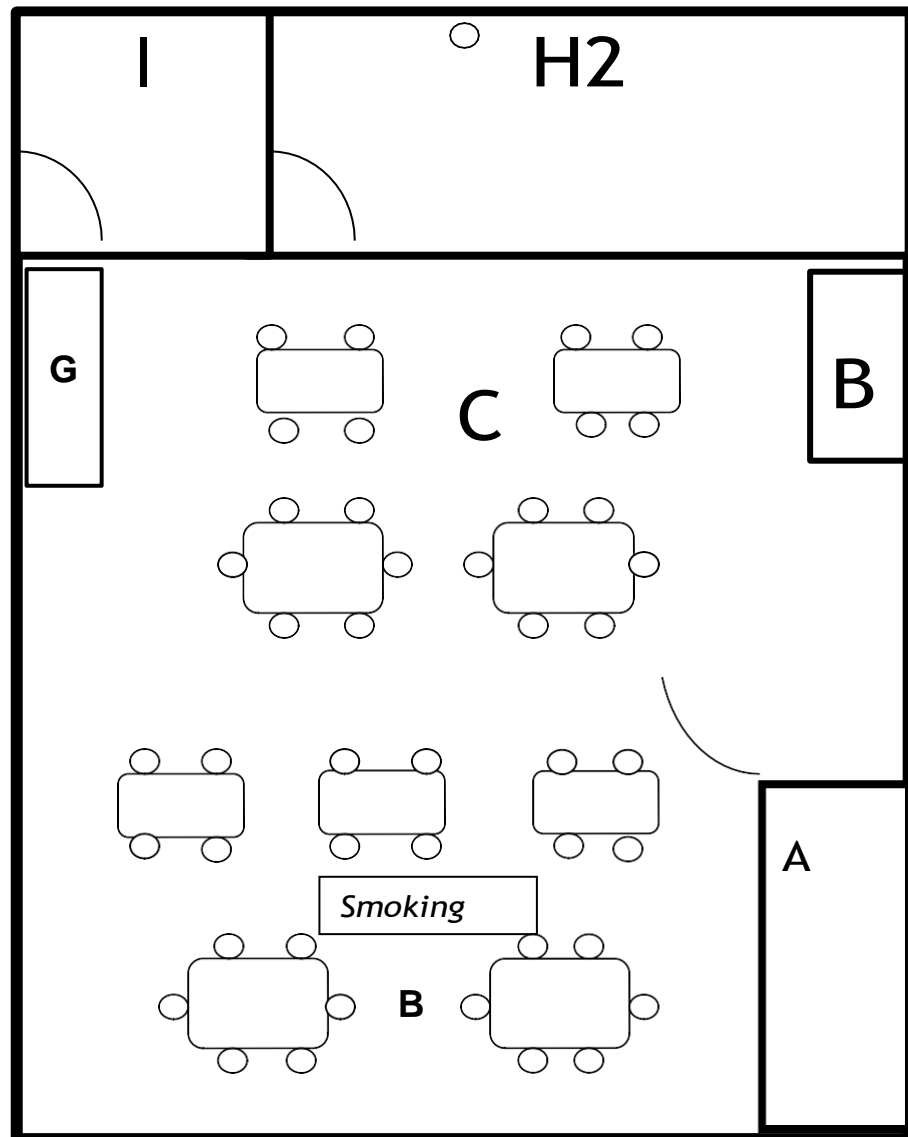
Berdasarkan Gambar 5.5 diatas, pada denah dari lantai satu resto Mau Bakmi

- terdapat ruang makan (A), meja *snack* (B), toilet pria (C), toilet wanita (D), kasir (E), meja pesanan (F), wastafel (G), dan ruangan dapur (H) dan tangga untuk menuju ke lantai 2 (I).

Berikut merupakan denah dari lantai dua tempat usaha Restoran Mau Bakmi

Gambar 5.6

Denah Restoran Mau Bakmi (Lantai 2)



Sumber : Penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik BIKK (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 BIKK.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKK.

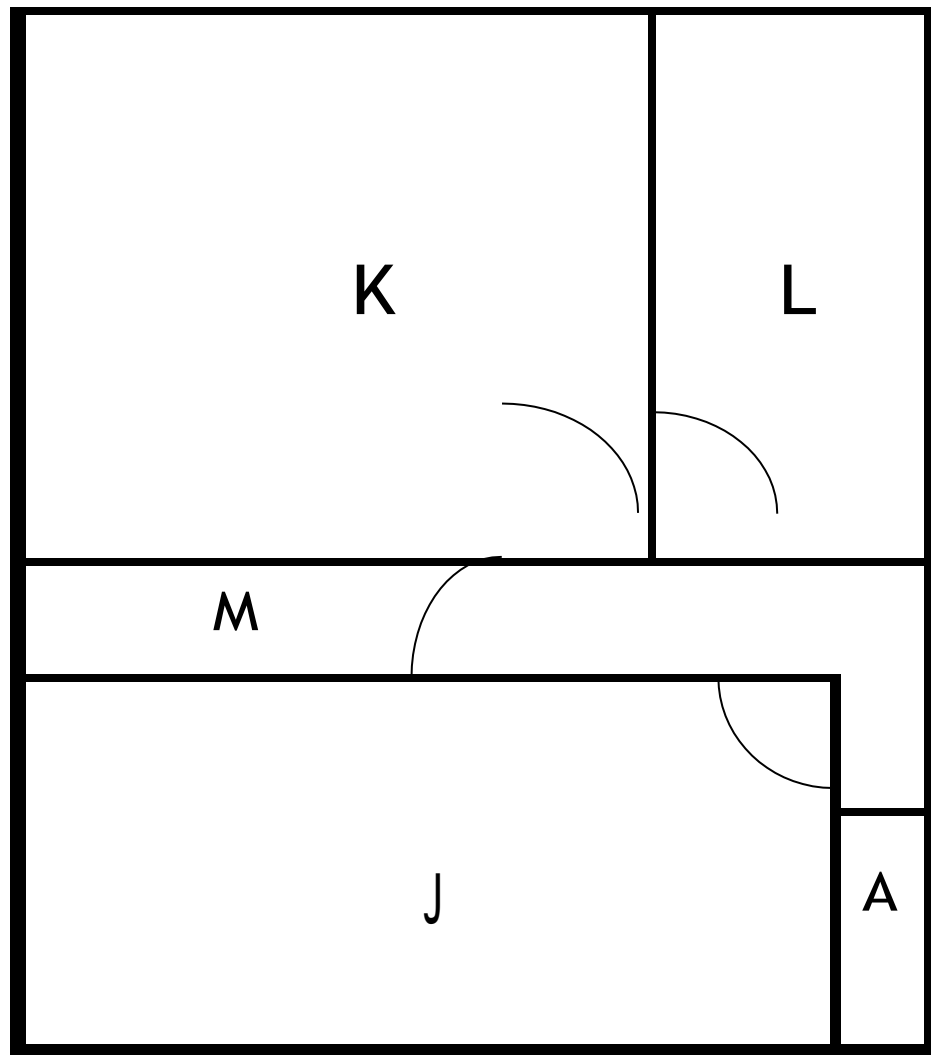


Berdasarkan Gambar 5.6 diatas, pada denah dari lantai dua restoran Mau

Bakmi terdapat tangga (A), ruang makan untuk perokok (B), ruang makan (C), wastafel (G), Toilet khusus staf (I), dan dapur khusus tempat membuat mi (H2).

Berikut merupakan denah dari lantai tiga tempat usaha Restoran Mau Bakmi

**Gambar 5.7**  
**Denah Restoran Mau Bakmi (Lantai 3)**



Sumber : Penulis

Berdasarkan Gambar 5.7 diatas, pada denah dari lantai tiga restoran Mau Bakmi terdapat tangga (A), kantor pemilik (J), gudang penyimpanan peralatan dan perlengkapan (K), gudang penyimpanan bahan baku, (L), dan toilet khusus staf dan

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.

pemilik (M). Lantai tiga hanya boleh dimasuki oleh staf dan pemilik. Konsumen tidak diijinkan untuk berada pada lantai tersebut.

**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.



## BAB VI

### RENCANA ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Kebutuhan Jumlah Tenaga Kerja

Tenaga kerja diperlukan dalam kegiatan bisnis untuk membantu pemilik usaha dalam mencapai tujuan usahanya. Mau Bakmi memperkerjakan beberapa tenaga kerja yang sesuai dengan tugas dan keahliannya masing-masing agar proses usaha berjalan dengan efektif dan sesuai dengan arahan Berikut pada tabel 6.1 adalah rencana kebutuhan tenaga kerja dari Mau Bakmi:

**Tabel 6.1**  
**Rencana Kebutuhan Tenaga Kerja Mau Bakmi**

Jabatan	Jumlah
Manajer	1
Kasir	1
Juru Masak	2
Asisten Juru Masak	2
Pelayan	7
<i>Cleaning Service</i>	2
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>

Sumber : Data diolah.

Berdasarkan tabel 6.1 di atas, total kebutuhan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan operasional Mau Bakmi sebanyak 15 orang.

#### 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.



## B. Proses Rekrutmen dan Seleksi Tenaga Kerja

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Untuk mendapatkan tenaga kerja yang berkualitas, penulis akan melakukan rekrutmen dan seleksi terhadap tenaga kerja yang akan bekerja di Restoran Mau Bakmi. Pemilik melakukan rekrutmen karyawan dengan tujuan agar mendapatkan pelamar dari berbagai sumber, sehingga pemilik mampu menjaring calon karyawan yang sesuai dengan posisi yang ditawarkan. Terdapat beberapa langkah yang dilakukan oleh pemilik untuk mendapatkan calon pelamar yang berpotensi sebagai berikut :

#### 1. Membuka lowongan pekerjaan

Menyebarkan informasi lowongan pekerjaan melalui media sosial, dan web-web yang mengiklankan pekerjaan seperti jobstreet.co.id, dan lain-lain serta memasang papan lowongan pekerjaan pada masa renovasi bangunan sebelum usaha dibuka. Pelamar dapat mengirim CV (*Curriculum Vitae*) ke alamat email pemilik.

#### 2. Melakukan Seleksi

Seleksi dilakukan dengan memilih pelamar-pelamar yang memenuhi kriteria dan kualifikasi pada CV yang diterima yang dibutuhkan untuk menempati setiap jabatan.

#### 3. Jadwal *Interview*

Melakukan pemanggilan terhadap pelamar yang sesuai dengan kriteria dan kualifikasi melalui telepon untuk melakukan *interview* di waktu dan tempat yang disepakati.

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.



#### 4. Wawancara calon karyawan

Menurut Gary Dessler (2015:124), wawancara dapat dilakukan dengan setiap calon karyawan, atau dengan interview secara grup. Manajer melaksanakan wawancara dengan pelamar secara perorangan yang memenuhi syarat dengan berbagai pertanyaan, seperti motivasi kerja, prinsip dalam bekerja, dan pengalaman dalam bidangnya. Selain itu perlu dilihat kepribadian dari karyawan, apakah orangnya serius dalam bekerja, memiliki sikap yang baik, dan kemampuan bekerja sama. Hal ini dilakukan karena kepribadian adalah salah satu faktor dari terciptanya lingkungan kerja yang kondusif, terutama dalam dapur sangat diperlukan koordinasi yang baik agar proses berjalan dengan efisien.

#### 5. Melakukan tes kerja lapangan

Salah satu tes yang dapat dilakukan menurut Gary Dessler (2015:214) yaitu dengan sampel kerja (*work samples*) yaitu memberikan tugas pekerjaan yang sebenarnya yang digunakan untuk mengetes kinerja pelamar.

Calon karyawan yang lulus tes wawancara akan melaksanakan tes kerja lapangan, yaitu melaksanakan tugas sesuai dengan bagian yang dipilihnya secara nyata agar manajer dapat melihat dengan langsung kemampuan yang dimiliki calon karyawan, dan bagaimana menghadapi situasi kerja yang nyata, sebagai masukan untuk memilih karyawan yang tepat.

#### 6. Penerimaan calon karyawan

Setelah wawancara, pemilik memilih calon karyawan yang akan diterima dan dihubungi untuk segera melakukan pelatihan kerja.





7. Melakukan pelatihan

Setelah proses penerimaan, karyawan akan diberi pelatihan oleh pemilik sesuai porsi dan jabatannya masing-masing agar mampu memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen Mau Bakmi. Proses rekrutmen dan pelatihan tersebut diperkirakan akan memakan biaya sebesar Rp. 3.000.000.-. Biaya ini dipergunakan untuk interview sebesar Rp. 1.500.000, pembelian bahan baku untuk pelatihan sebesar Rp 1.000.000, dan perlengkapan sebesar Rp 500.000. yang dibutuhkan dalam proses pelatihan.

**© 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.



### C. Uraian Kerja (*Job Description*)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Dessler (2015:141), *Job Description* memiliki proses yang cukup sederhana, tetapi untuk yang belum memiliki pengalaman, sedikit lebih kompleks. Perlu dispesifikasikan hal-hal seperti karakteristik fisik, keperibadian, minat, dan kemampuan lainnya yang sesuai dengan pekerjaan yang akan dijalankan. Setiap pekerjaan perlu dideskripsikan dengan lengkap agar tugas dari setiap jabatan menjadi jelas, dan dapat menjadi acuan bagi para pekerja mengenai tanggung jawab yang mereka miliki. Berikut adalah uraian kerja atau *job description* dari masing-masing jabatan di restoran Mau Bakmi:

#### 1. *Store Manager*

Tanggung jawab *Store manager* adalah sebagai berikut:

- a. Memegang kendali terhadap seluruh kegiatan usaha yang dilakukan di *store* Mau Bakmi;
- b. Memimpin *briefing* setiap pagi sebelum buka toko, dan rapat evaluasi setiap malam setelah tutup toko;
- c. Mengatur anggaran dan pengelolaan pembukuan Mau Bakmi;
- d. Melakukan pembelian bahan baku secara berkala;
- e. Mengatur strategi pemasaran dan penjualan;
- f. Membuat peraturan kerja;
- g. Membuat target jangka pendek secara berkala;
- h. Menjaga hubungan baik dengan pemasok dan menerima keluhan konsumen;
- i. Melakukan penilaian terhadap kinerja setiap karyawan secara berkala.

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.



## 2. Juru Masak

**C** Tanggung jawab dari juru masak adalah :

- a. Mengolah bahan baku menjadi makanan dan minuman siap saji. Dalam restoran Mau Bakmi terdapat 2 juru masak yang masing-masing mempunyai tugas yang berbeda. Satu juru masak bertugas untuk mengolah produk khusus varian bakmi goreng yang dimana prosesnya tidak perlu menggunakan penggorengan, dan juru masak yang kedua bertugas mengolah produk yang membutuhkan peralatan penggorengan seperti Nasi Goreng, Mi Goreng Spesial, dan lain-lain.
- b. Mengontrol dan melaporkan stok bahan baku kepada pemilik.
- c. Menjaga dan mengontrol kualitas bahan baku serta produk.

## 3. Asisten Juru masak

- a. Membantu juru masak dalam menyiapkan dan menjaga kebersihan peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan.
- b. Membantu juru masak dalam menyiapkan bahan baku yang diperlukan (mengupas wortel, menimbang tepung, memecahkan telur, dan lain-lain.)
- c. Menjaga kebersihan area dapur Mau Bakmi.

## 4. Pelayan

- a. Menyambut dan mengantarkan konsumen ke meja makan dari pintu masuk Restoran Mau Bakmi.
- b. Memberikan daftar menu serta memberikan informasi atau penjelasan dari menu yang ada restoran Mau Bakmi. Pelayan harus mengetahui seluruh menu yang dijual oleh Mau Bakmi dengan baik.

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.



- c. Mencatat pesanan dari pelanggan dan memberikan data pesanan ke kasir.
- d. Memastikan meja makan selalu dalam keadaan bersih dan membawa peralatan makan kotor ke dapur untuk dibersihkan.
- e. Membawa makanan dan minuman yang sudah jadi dari meja makanan siap saji dan menghadirkan makanan dan minuman tersebut kepada konsumen.
- f. Memberikan *bill* atau nota pembayaran kepada konsumen.
- g. Menerima pembayaran dari konsumen dan menyerahkannya kepada kasir.
- h. Menjaga kebersihan area makan Mau Bakmi.

#### 5 Kasir

Tanggung jawab dari kasir adalah :

- a. Memproses pembayaran dari konsumen dan memberikan kembalian kelebihan pembayaran kepada pelayan untuk kemudian diserahkan kepada konsumen.
- b. Mencetak nota pembayaran atau *bill*.
- c. Memberikan data pesanan yang diberikan oleh pelayan kepada bagian dapur.
- d. Menghitung dan mencatat pemasukan setiap hari .
- e. Melaporkan pemasukan perhari kepada Manajer.

#### 6 Cleaning Service

- a. Membersihkan lantai restoran yang kotor.
- b. Membersihkan toilet restoran.
- c. Mencuci seluruh peralatan makanan yang kotor.
- d. Melaporkan stock persediaan pembersih kepada manajer.

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.



## D. Spesifikasi dan Kualifikasi Jabatan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dalam melakukan perekrutan tenaga kerja, Mau Bakmi menetapkan beberapa syarat spesifikasi dan kualifikasi yang harus dimiliki oleh calon pelamar kerja. Berikut adalah spesifikasi dan kualifikasi untuk masing-masing jabatan di Restoran Mau Bakmi:

#### 1. *Store Manager*

- a. Minimal berumur 30 tahun, maksimal 50 tahun.
- b. Pendidikan terakhir minimal S1 di bidang *Management*.
- c. Berpengalaman minimal 2 tahun sebagai *store manager* restoran.
- d. Mampu bekerja di bawah tekanan.
- e. Jujur.
- f. Memiliki inisiatif tinggi.
- g. mampu memimpin seluruh kegiatan yang dilakukan di *store*.

#### 2. Juru Masak

- a. Berumur minimal 23 tahun, maksimal 50 tahun.
- b. Pendidikan terakhir minimal D3 di bidang Perhotelan.
- c. Berpengalaman minimal 2 tahun sebagai juru masak atau koki restoran atau hotel.
- d. Mampu bekerja di bawah tekanan.
- e. Jujur.
- f. Memiliki inisiatif tinggi.
- g. Mampu memimpin seluruh kegiatan yang dilakukan di dapur.

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.



### 3. Asisten Juru Masak

- a. Berumur minimal 18 tahun, maksimal 30 tahun.
- b. Pendidikan terakhir minimal lulusan SMK jurusan tata boga atau perhotelan.
- c. Mampu bekerja di bawah tekanan.
- d. Jujur.
- e. Mengerti cara penggunaan peralatan masak.
- f. Berkeinginan untuk belajar.
- g. Mampu mengikuti perintah atasan dengan baik.
- h. Memiliki inisiatif tinggi.
- i. mampu bekerja dengan cepat.
- j. Mampu bekerjasama dengan baik.
- k. Lebih diutamakan bagi yang berpengalaman.

### 4. Pelayan

- a. Berumur minimal 18 tahun, maksimal 30 tahun.
- b. Pendidikan terakhir minimal lulusan SMA/SMK.
- c. Mampu bekerja di bawah tekanan.
- d. Jujur.
- e. Mampu bekerja dengan cepat.
- f. Ramah.
- g. Berkeinginan untuk belajar.
- h. Mampu mengikuti perintah atasan dengan baik.
- i. Memiliki inisiatif tinggi.
- j. Mampu bekerjasama dengan baik.

## **© 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.



## 5. Kasir

- a. Berumur minimal 18 tahun, maksimal 30 tahun.
- b. Minimal lulusan SMA/SMK jurusan akuntansi.
- c. Mampu bekerja di bawah tekanan.
- d. Jujur.
- e. Mampu bekerja dengan cepat.
- f. Ramah.
- g. Berkeinginan untuk belajar.
- h. Mampu mengikuti perintah atasan dengan baik.
- i. Memiliki inisiatif tinggi.
- j. Mampu bekerjasama dengan baik.
- k. Lebih diutamakan bagi yang berpengalaman.

### **© 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.

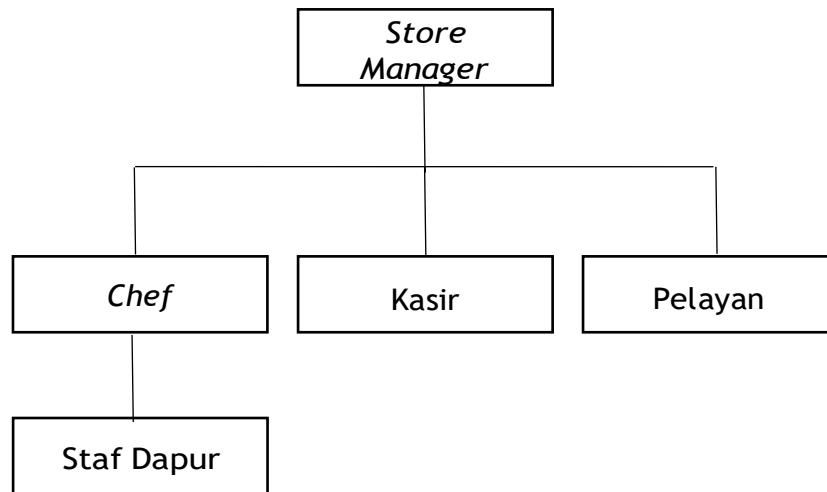


## E. Struktur Organisasi Perusahaan

Menurut Robbins dan Coulter (2014:371), ada beberapa jenis struktur organisasi tradisional yaitu struktur organisasi sederhana, struktur organisasi fungsional dan struktur organisasi divisional. Restoran Mau Bakmi menerapkan struktur organisasi sederhana di mana *Store Manager* membawahi langsung seluruh karyawan yang bekerja di restoran Mau Bakmi. Berikut adalah struktur organisasi Mau Bakmi:

Gambar 6.1

### Struktur Organisasi “Mau Bakmi”



Sumber: Mau Bakmi, 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IBIKK (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## F. Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Balas jasa merupakan gaji dan tunjangan yang diterima oleh karyawan yang menjadi haknya atas tenaga dan pikiran yang telah diberikannya kepada perusahaan. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional menyatakan bahwa gaji adalah hak pekerja yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pemberi kerja kepada pekerja ditetapkan dan dibayar menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan, atau peraturan perundang-undangan, termasuk tunjangan bagi pekerja dan keluarganya atas suatu pekerjaan dan atau jasa yang telah atau akan dilakukan.

Berdasarkan peraturan yang ditetapkan oleh Gubernur DKI Jakarta, Upah Minimum Kota (UMK) kota DKI Jakarta sebesar Rp. 3.940.973,00 (<http://www.gajiumr.com/umr-jakarta/>). Namun karena restoran Mau Bakmi akan dibuka pada tahun 2021, maka penulis akan menggunakan perkiraan nominal UMK tahun 2021. Perkiraan kenaikan ini dihitung dengan cara mencari rata-rata kenaikan UMK setiap tahunnya dalam 5 tahun terakhir, yaitu tahun 2014 sampai dengan 2019. Berikut adalah perhitungannya:

$$2014-2015 = \frac{2.700.000 - 2.441.000}{2.441.000} \times 100\% = 11,69\%$$

$$2015-2016 = \frac{3.100.000 - 2.700.000}{2.700.000} \times 100\% = 11,5\%$$

$$2016-2017 = \frac{3.355.750 - 3.100.000}{3.100.000} \times 100\% = 8,25\%$$

$$2017-2018 = \frac{3.648.035 - 3.355.750}{3.355.750} \times 100\% = 8,71\%$$

$$2018-2019 = \frac{3.940.973 - 3.648.035}{3.648.035} \times 100\% = 8,03\%$$

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.



$$\text{Rata-rata kenaikan UMK} = \frac{11,69+11,5+8,25+8,71+8,03}{5} = 9,64\%$$

©

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

Berdasarkan perhitungan rata-rata kenaikan UMK tersebut, diperkirakan

UMK DKI Jakarta pada tahun 2020 dan 2021 adalah sebagai berikut:

$$2020 = 3.940.973 + (3.940.973 \times 9,64\%) = 4.242.757,72$$

$$2021 = 4.242.757,72 + (4.242.757,72 \times 9,64\%) = 4.651.759,56$$

Berdasarkan perkiraan UMK tersebut, berikut adalah rincian kompensasi

dan balas jasa yang diberikan Restoran Mau Bakmi untuk para karyawannya:

**Tabel 6.2**

**Rencana Perhitungan Balas Jasa Karyawan Tahun 2021 (dalam Rp)**

Jabatan	Jumlah karyawan	Gaji Pokok		THR	Total
		/Bulan	/Tahun		
Store	1	8.000.000	96.000.000	8.000.000	104.000.000
Manager					
Chef	2	6.000.000	72.000.000	6.000.000	156.000.000
Staf Dapur	4	4.700.000	56.400.000	4.700.000	244.400.000
Pelayan	4	4.700.000	56.400.000	4.700.000	244.400.000
Kasir	2	4.700.000	56.400.000	4.700.000	122.200.000
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>28.100.000</b>	<b>337.200.000</b>	<b>28.100.000</b>	<b>871.000.000</b>

Sumber : Mau Bakmi, 2019

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.



## BAB VII

### RENCANA KEUANGAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Sumber dan Penggunaan Dana

Untuk memulai suatu bisnis, tentunya diperlukan sejumlah dana atau uang sebagai modal yang digunakan sebagai penggerak kegiatan usaha yang dilakukan dalam bisnis tersebut. Sumber dana bisa berasal dari beberapa sumber yaitu pinjaman atau hibah dari orang tua dan saudara, pinjaman dari bank, atau modal milik sendiri. Dana yang dibutuhkan untuk mendirikan restoran Mau Bakmi adalah sebesar Rp.915.192.857,98-. (Sumber : Tabel 1.2). Dana tersebut berasal dari tabungan pemilik dan bantuan hibah dari orang tua.

#### B. Biaya Pemasaran Tahunan

Dalam membangun dan menjalankan sebuah usaha, tentunya harus melakukan kegiatan pemasaran agar dikenal secara luas oleh masyarakat. Oleh karena itu, Mau Bakmi akan mengeluarkan biaya pemasaran untuk mencetak brosur, melakukan *endorsement*, serta mengadakan promo potongan harga atau diskon dengan tujuan untuk memperkenalkan brand dan produk serta menarik konsumen. Biaya pemasaran Mau Bakmi diasumsikan akan mengalami peningkatan sebesar 5,17% setiap tahun berdasarkan rata-rata inflasi. Berikut adalah rincian biaya pemasaran Mau Bakmi untuk tahun 2021 sampai dengan 2025:



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 7.1**

**Biaya Pemasaran “Mau Bakmi” tahun 2019**

Bentuk Promosi	Jumlah	Harga	Total
Brosur	7 rim	Rp 187.500,00/rim	Rp 1.312.500,00
<i>Endorsement</i>	2 orang	Rp 5.000.000,00	Rp 10.000.000,00
Diskon	1 Bulan	20% dari penjualan	Rp 29.760.000,00
<b>Total</b>			<b>Rp 41.072.500,00</b>

Sumber : Mau Bakmi, 2019

**Tabel 7.2**

**Biaya Pemasaran “Mau Bakmi” tahun 2021-2025 (dalam Rp)**

Tahun	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Total</b>	41.072.500	43.195.948,25	45.429.178,77	47.777.867,32	50.247.983,06
<b>Biaya</b>					

Sumber : Mau Bakmi, 2019

**C. Biaya Administrasi dan Umum**

Biaya administrasi dan umum yang akan dikeluarkan restoran Mau Bakmi adalah biaya administrasi dari jasa bank yang digunakan oleh perusahaan, yaitu Bank Central Asia (BCA) sebesar Rp. 15.000/bulan (<https://www.klikbca.com/OnlineApplication/Openaccount/tahapan.html> , 2019), sehingga menjadi Rp. 180.000/tahun pada tahun 2019. Pada tahun-tahun berikutnya biaya administrasi Bank Central Asia diasumsikan sama.



## D. Biaya Tenaga Kerja

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Biaya tenaga kerja yang dikeluarkan Mau Bakmi terdiri dari gaji pokok dan Tunjangan Hari Raya (THR). Total biaya tenaga kerja yang harus dikeluarkan oleh Mau Bakmi setiap tahun adalah sebesar Rp 871.000.000,00 (sumber : Tabel 6.2). Diperkirakan untuk tahun-tahun berikutnya, biaya tenaga kerja akan meningkat sebanyak 9,64% berdasarkan rata-rata kenaikan UMK Kota Jakarta Utara 5 tahun sebelumnya. Berikut adalah proyeksi biaya tenaga kerja untuk tahun 2021 sampai dengan 2025:

**Tabel 7.3**

**Proyeksi Biaya Tenaga Kerja Tahun 2021-2025 (dalam Rp)**

Tahun	2021	2022	2023	2024	2025
Biaya					1.180.587.45
Tenaga Kerja	871.000.000	895.758.800	982.109.948,30	1.076.785.347	5

Sumber : Tabel 6.2, data diolah

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.



## E. Biaya Penyusutan Peralatan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Peralatan yang digunakan dalam kegiatan usaha akan mengalami penyusutan seiring berjalannya waktu. Menurut Weygandt, Kimmel, dan Kieso (2016 : 361), terdapat 3 faktor dalam menghitung penyusutan yaitu :

#### 1. Biaya

Biaya dalam penyusutan adalah semua pengeluaran yang dibutuhkan untuk mendapatkan aset dan membuatnya siap untuk digunakan.

#### 2. Umur ekonomis

Estimasi dari umur aset yang didasarkan pada kebutuhan untuk perbaikan, kerentanan terhadap keusangan sebuah aset.

#### 3. Nilai sisa

Estimasi dari nilai aset pada akhir tahun umur ekonomis, merupakan biaya yang telah dikurangi dengan akumulasi penyusutan.

Menurut Weygandt, Kimmer, dan Kieso (2016 :362), penyusutan dapat dihitung dengan 3 metode yaitu :

#### 1. Metode garis lurus

Perusahaan membebankan penyusutan dengan jumlah yang sama dalam setiap tahun dari umur ekonomis aset.

#### 2. Unit aktivitas

Umur ekonomis ditampilkan dengan total unit yang diproduksi, atau ekspektasi penggunaan dari aset. Bukan dengan periode waktu. Biasanya digunakan untuk mesin pabrik.

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.



### 3. Saldo menurun

Biaya penyusutan tahunan yang menurun terhadap nilai buku aset.



Hak cipta milik IBIKKG (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.

Biaya penyusutan peralatan yang dimiliki Mau Bakmi dihitung dengan menggunakan metode garis lurus tanpa nilai sisa yang berarti bahwa beban penyusutan di setiap periode diasumsikan sama. Peralatan Mau Bakmi diasumsikan berumur 5 tahun. Berikut adalah rincian biaya penyusutan Mau Bakmi:

**Tabel 7.4**

**Proyeksi Biaya Penyusutan Peralatan Tahun 2021-2025 (dalam Rp)**

Tahun	Harga Perolehan	Biaya Penyusutan	Akumulasi Penyusutan	Nilai Sisa
2021	123.171.700	24.634.340	24.634.340	98.537.360
2022		24.634.340	49.268.680	73.903.020
2023		24.634.340	73.903.020	49.268.680
2024		24.634.340	98.537.360	24.634.340
2025		24.634.340	123.171.700	0

Sumber : Mau Bakmi, 2019



## F. Biaya Pemeliharaan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Biaya pemeliharaan adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memeriksa, menjaga, dan memelihara peralatan yang telah dibeli secara berkala agar selalu berfungsi dengan baik, serta perawatan yang diberikan kepada ruko agar tetap bersih dan nyaman sehingga dapat terus menunjang kegiatan usaha yang dilakukan perusahaan. Biaya pemeliharaan diasumsikan naik 5,17% sesuai dengan rata-rata inflasi 5 tahun terakhir. Berikut adalah rincian biaya pemeliharaan yang akan dikeluarkan Mau Bakmi:

**Tabel 7.5**

**Proyeksi Biaya Pemeliharaan Tahun 2021-2025**

Keterangan	Tahun				
	2021	2022	2023	2024	2025
Perawatan AC	900.000	946.530	995.465,60	1.046.931,17	1.101.057,51
Biaya Pemeliharaan Ruko	1.000.000	1.051.700	1.106.072,89	1.163.256,86	1.223.397,24
<b>Total</b>	<b>1.900.000</b>	<b>1.998.230</b>	<b>2.101.538,49</b>	<b>2.210.188,03</b>	<b>2.324.454,75</b>

Sumber : Mau Bakmi, 2019

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.





## G. Biaya Sewa Gedung/Bangunan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Dalam menjalankan bisnisnya, Mau Bakmi menyewa sebuah ruko 3 lantai di daerah Kelapa Gading. Biaya sewa untuk ruko yang digunakan oleh restoran Mau Bakmi sebesar Rp. 110.000.000,- per tahun. Diasumsikan biaya sewa akan meningkat sebesar 5,17% setiap sesuai dengan rata-rata inflasi 5 tahun terakhir.

Berikut adalah perincian biaya sewa ruko pada tahun 2021-2025:

**Tabel 7.6**

**Proyeksi Biaya Sewa Ruko “Mau Bakmi” Tahun 2021-2025 (dalam Rp)**

Tahun	2021	2022	2023	2024	2025
Biaya Sewa	110.000.000	115.687.000	121.668.017,9	127.958.254,40	134.573.696,20
			0		

Sumber : Mau Bakmi, 2019

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



## H. Biaya Utilitas

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Biaya utilitas adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan secara berkala untuk menunjang berjalannya kegiatan operasional perusahaan. Biaya utilitas yang dimaksudkan adalah biaya air, listrik, dan telepon. Seluruh biaya utilitas diasumsikan mengalami kenaikan sebesar 5,17% setiap tahun berdasarkan rata-rata inflasi di Indonesia. Berikut ini adalah rincian proyeksi biaya utilitas selama lima tahun berjalannya usaha beserta total biaya utilitas selama lima tahun tersebut.

#### 1. Biaya Air

Dalam perhitungan biaya air, Mau Bakmi termasuk dalam golongan niaga kecil (B1) ukuran >40 m<sup>3</sup> dengan tarif Rp 6.600,00 ([http://www.pdamtkr.co.id/web/layanan\\_informasi/tarif\\_air\\_minum](http://www.pdamtkr.co.id/web/layanan_informasi/tarif_air_minum), 2019). Perkiraan penggunaan air dalam sebulan sebanyak 40 m<sup>3</sup>, sehingga perkiraan biaya air Mau Bakmi adalah sebesar Rp 264.000,00/bulan. Selain itu, dikenakan juga biaya administrasi sebesar Rp 13.750,00 dan biaya pemeliharaan sebesar Rp 5.000,00 serta biaya materai Rp 3.000,00 karena jumlah biayanya melebihi Rp 250.000,00. Akan tetapi, karena Mau Bakmi akan dibuka pada tahun 2021, maka biaya air juga akan disesuaikan dengan inflasi hingga tahun 2021. Inflasi per tahun diasumsikan sebesar 5,17%, berdasarkan rata-rata inflasi 5 tahun terakhir. Berikut perhitungannya:

$$\begin{aligned}\text{Biaya Air 2019} &= 264.000 + 13.750 + 5.000 + 3.000 \\ &= 285.750\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Biaya Air 2020} &= 285.750 + (285.750 \times 5,17\%) \\ &= 300.523,28\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Biaya Air 2021} &= 300.523,28 + (300.523,28 \times 5,17\%) \\ &= 316.606,33\end{aligned}$$

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.

Berdasarkan perhitungan tersebut, berikut adalah proyeksi biaya air untuk tahun 2021-2025:

**Tabel 7.7**

**Biaya Air Tahun 2021-2023 (dalam Rp)**

Tahun	Biaya Air/Bulan	Biaya Air/Tahun
2021	316.606,33	3.799.275,96
2022	332.400,65	3.988.807,80
2023	349.585,77	4.195.029,24
2024	367.659,35	4.411.912,20
2025	386.667,34	4.640.008,08

Sumber: Mau Bakmi, 2019

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

## 2. Biaya Listrik

Restoran Mau Bakmi termasuk golongan R-3TR dengan daya 6.600

VA ke atas. Tarif penyesuaian yang ditetapkan PLN adalah sebesar Rp

1.467,28/kwh

(<https://www.pln.co.id/pelanggan/tarif-tenaga-listrik/tariff-adjustment> , 2019).

Berikut adalah proyeksi biaya listrik tahun 2019:

**Tabel 7.8**

**Biaya Listrik Tahun 2019 (dalam Rp)**

No	Peralatan	Jumlah	Operasional / hari (jam)	Pemakaian / hari (kwh)	Pemakaian/ bln(kwh)	Pemakaian/ tahun(kwh)	Harga/ kwh	Total Biaya/ thn
1	AC 350W	6	12	25,2	756	9.198	1.467,28	13.496.041,44
2	Kulkas 760W	1	24	18,24	547,2	6.657,6	1.467,28	9.768.563,33
3	Printer	1	12	0,024	0,72	8,76	1.467,28	12.853,37
4	Kasir 2W Lampu 6,5W	24	6	0,936	28,08	341,64	1.467,28	501.281,54
5	Dispenser 420W	4	12	20,16	604,8	7.358,4	1.467,28	10.796.833,15
6	Rice Cooker 275W	2	4	2,2	66	803	1.467,28	1.178.225,84
7	Oven 275W	3	3	2,475	74,25	903,375	1.467,28	1.325.504,07
8	Exhaust Fan 30W	4	12	1,44	43,2	525,6	1.467,28	771.202,37
<b>Total</b>								<b>37.850.505,11</b>

Sumber : Mau Bakmi, 2019

Berdasarkan Tabel 7.8 di atas, diketahui bahwa perkiraan biaya listrik Mau Bakmi untuk setahun adalah Rp 37.850.505,11 di luar biaya pemasangan sambungan listrik baru dan biaya administrasi bank. Biaya pasang listrik baru adalah sebesar Rp1.218.000,00 dan biaya administrasi bank sebesar Rp 2.500,00. Namun dikarenakan Mau Bakmi akan dibuka pada tahun 2021, maka biaya tersebut juga akan disesuaikan dengan perkiraan nilai Rupiah pada tahun tersebut. Tarif listrik diperkirakan akan naik sebesar 5,17% setiap tahun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Insitut 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.



berdasarkan rata-rata inflasi di Indonesia, sedangkan biaya administrasi bank diasumsikan tetap. Berikut adalah proyeksi biaya listrik tahun 2021-2025:

**Tabel 7.9**

**Proyeksi Biaya Listrik Tahun 2021-2025 (dalam Rp)**

Tahun	Biaya / Tahun
2021	43.215.114,36
2022	44.032.359,66
2023	46.308.703,41
2024	48.702.734,12
2025	51.220.536,23

Sumber : Mau Bakmi, 2019

© 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.

3. Biaya Telepon

Mau Bakmi mengeluarkan biaya telepon untuk kegiatan operasional dan administrasi seperti menghubungi pemasok, menerima pesanan, mengakses media sosial untuk kegiatan promosi, serta sebagai sarana bagi konsumen untuk menyampaikan keluhan. Pada tahun 2019, diperkirakan biaya telepon Mau Bakmi adalah sebesar Rp 150.000,00/bulan, yang berarti dalam setahun biayanya sebesar Rp 1.800.000,00. Pada tahun-tahun berikutnya diasumsikan akan ada kenaikan biaya telepon sebesar 5,17% disesuaikan



dengan rata-rata inflasi 5 tahun terakhir. Berikut adalah perhitungan biaya telepon untuk tahun 2021:

$$\begin{aligned} \text{Biaya Telepon 2020} &= 1.800.000 + (1.800.000 \times 5,17\%) \\ &= 1.893.060 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya Telepon 2021} &= 1.893.060 + (1.893.060 \times 5,17\%) \\ &= 1.990.931,20 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, berikut adalah proyeksi biaya telepon Mau Bakmi tahun 2021-2025:

**Tabel 7.10**

**Proyeksi Biaya Telepon Tahun 2021-2025 (dalam Rp)**

Tahun	Biaya Telepon/Tahun
2021	1.990.931,20
2022	2.093.862,35
2023	2.202.115,03
2024	2.315.964,38
2025	2.435.699,73

Sumber : Mau Bakmi, 2019

## I. Biaya Peralatan dan Perlengkapan

### 1. Biaya Peralatan

Peralatan adalah segala sesuatu yang digunakan oleh perusahaan dengan tujuan untuk membantu dan menunjang pekerjaan sehari-hari. Peralatan dapat digunakan berkali-kali untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan dan memiliki umur ekonomis lebih dari satu tahun lamanya. Perolehan peralatan berasal dari tempat yang berbeda dan pemilihan harga disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan perusahaan.

Daftar peralatan yang digunakan Mau Bakmi dapat dilihat di Tabel berikut ini:

© 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.

**Tabel 7.11**

**Daftar Peralatan restoran Mau Bakmi (Dalam Rupiah)**

No.	Nama Peralatan	Harga Satuan	Jumlah	Harga Total
1	Set Meja dan Kursi Makan	1.450.000	26	37.700.000
2	<i>Air Conditioner</i> (AC)	2.299.000	6	13.794.000
3	Meja Display Makanan	2.900.000	1	2.900.000
4	Kursi Kasir	455.000	1	455.000
5	Meja Kasir	385.000	1	385.000
6	Kompor Gas (6 tungku)	7.746.000	3	23.238.000
7	Oven	499.000	3	1.497.000
8	Dispenser Air	850.000	4	3.400.000
9	<i>Rice Cooker</i> 20 Liter	1.175.000	2	2.350.000
10	<i>Thermos</i> Nasi 30 Liter	210.000	2	420.000
11	Wajan Baja 42cm	135.000	10	1.350.000
12	Panci Kukus/ <i>Steamer</i> 32cm	279.570	10	2.795.700
13	Panci <i>Stainless</i> Supra 30cm	250.000	10	2.500.000
14	Printer Kasir / PPOB <i>Thermal</i>	435.000	1	435.000
15	Tablet Android	646.000	1	646.000
16	<i>Sign</i> Nama Toko	450.000	1	450.000
17	Kulkas 6 pintu	24.826.000	1	24.826.000
18	Tabung gas Elpiji 12kg + isi	400.000	6	2.400.000
19	<i>Exhaust Fan</i>	250.000	4	1.000.000
20	Alat pemadam api ringan (APAR)	210.000	3	630.000
<b>Total</b>				<b>123.171.700</b>

Sumber : *Tokopedia*, data di olah.

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Perlengkapan

Pengertian perlengkapan dalam teori akuntansi adalah suatu aktiva perusahaan yang tujuannya adalah untuk dipakai dalam kegiatan operasi sehari-hari. Pada umumnya perlengkapan bersifat habis pakai yaitu hanya bisa digunakan dalam waktu singkat atau sekali saja dengan nilai satuan yang relatif kecil.

Ciri-ciri perlengkapan :

7. Tidak adanya biaya penyusutan karena termasuk barang yang habis pakai;
8. Tidak bisa dijual kembali;
9. Masa manfaat atau masa pemakaiannya kurang dari 1 tahun;
10. Dapat digunakan tanpa listrik;
11. Tujuan utamanya hanya sebagai pelengkap bukan sebagai pendukung usaha;
12. Dicatat sebagai aktiva lancar.

Daftar perlengkapan yang digunakan Mau Bakmi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

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 7.12

Daftar Perlengkapan Mau Bakmi Tahun 2019 (Dalam Rupiah)

No.	Nama Perlengkapan	Harga	Jumlah	Total
1	Ballpoint Hitam (Isi 13)	11.000	10	110.000
2	Post It (5 Pad)	10.800	40	432.000
3	Kertas Printer Kasir (10 Roll)	80.000	40	3.200.000
4	Piring Makan (1 lusin/set)	150.000	34	5.100.000
5	Sendok & Garpu (6 pasang/set)	100.000	70	7.000.000
6	Gelas Minum (6 pcs/set)	34.500	70	2.415.000
7	Centong Nasi	7.800	5	39.000
8	Bento Set Mika 4 sekat & Sendok Garpu Plastik	1.600	1.000	1.600.000
9	Aqua Galon (dapat diisi ulang)	50.000	10	500.000
10	Aqua Gelas (48 gelas/dus)	27.000	25	675.000
11	Tissue 250 lembar	8.000	100	800.000
12	Plastik Kuah/Sayur Food grade (0,5kg)	7.250	100	725.000
13	Kantong Plastik Kresek (40 lembar)	12.500	100	1.250.000
14	Botol Sabun Cuci Tangan	3.500	5	17.500
15	Sabun Cuci Tangan Cair 5 Liter	40.000	10	400.000
16	Sabun Cuci Piring 5 Liter	38.000	10	380.000
17	Sponge Cuci Piring	1.500	50	75.000
18	Tempat Sampah	50.000	6	300.000
19	Plastik Sampah Hitam 90x120cm (6 lbr)	9.300	100	930.000
20	Spatula Stainless 36cm	15.000	10	150.000

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.



21	Sendok Sup <i>Stainless</i> 36cm	15.000	10	150.000
22	Set Pisau Dapur & Talenan	56.000	5	280.000
23	Capitan/ <i>Serving Tong</i> 36cm	15.000	10	150.000
24	Kain Serbet (isi 5)	19.500	20	390.000
25	Cairan Pembersih Meja & Furnitur 5L	82.000	10	820.000
26	Botol Semprot	10.000	10	100.000
27	Isi gas Elpiji 12kg (isi ulang 3/minggu)	155.000	53	24.645.000
28	Tusuk gigi (1000 pcs)	30.000	30	900.000
29	Sapu dan pengki	50.000	3	150.000
30	Peralatan pel	135.000	3	405.000
31	Karbol 4L	30.000	10	300.000
33	<i>Aluminium Foil</i> 25ft (7,62 meter)	15.000	10	150.000
34	Saringan	27.000	5	135.000
35	Timbangan	34.000	6	204.000
36	Set sendok takar	29.800	5	149.000
37	Gunting Dapur	29.000	5	145.000
38	Kotak <i>Tissue</i> kayu pinus	30.000	30	900.000
39	Tempat tusuk gigi otomatis	12.000	30	360.000
40	Alarm kebakaran	30.000	3	90.000
41	Bohlam Lampu LED 6,5 watt	27.200	50	1.360.000
<b>Total</b>				<b>57.881.500</b>

Sumber : Tokopedia, data di olah.

Berikut ini adalah tabel proyeksi biaya perlengkapan Mau Bakmi untuk tahun 2021-2025, dengan asumsi kenaikan 5,17% per tahun sesuai dengan rata-rata inflasi 5 tahun terakhir:

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.

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 7.13**

**Proyeksi Biaya Perlengkapan Tahun 2021-2025 (dalam Rp)**

<b>Tahun</b>	<b>Biaya Perlengkapan/Tahun</b>
<b>2021</b>	64.021.157,98
<b>2022</b>	67.331.051,85
<b>2023</b>	70.812.067,23
<b>2024</b>	74.473.051,11
<b>2025</b>	78.323.307,85

Sumber : Mau Bakmi, 2019



## J. Proyeksi Keuangan

### 1. Proyeksi Laporan Laba Rugi

Menurut Gitman dan Zutter (2015:59), laporan laba rugi adalah laporan pendapatan yang memberikan ringkasan hasil dari perusahaan dalam periode tertentu. Proyeksi laba rugi disusun dengan tujuan untuk memberikan informasi efektif atau tidaknya usaha yang akan dijalankan. Melalui laporan laba rugi, dapat dilihat apakah aktivitas bisnis yang dilakukan mendapatkan *net income* yaitu pendapatan lebih besar dibandingkan dengan biaya yang berarti untung, atau mendapatkan *net loss* yaitu biaya lebih besar dibandingkan pendapatan yang berarti rugi. Mau Bakmi membuat proyeksi laporan laba-rugi untuk periode waktu 5 tahun, yaitu 2021 sampai dengan 2025. Berikut adalah proyeksi laporan laba-rugi Mau Bakmi:

### © 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.



Tabel 7.14

Laporan Laba-Rugi “Mau Bakmi” Tahun 2021-2025 (Dalam Rp)

Keterangan	Tahun				
	2021	2022	2023	2024	2025
Pendapatan					
Pendapatan Penjualan	1.752.000.000	2.023.560.000	2.302.560.000	2.642.548.000	2.992.500.000
<b>Total Pendapatan</b>	<b>1.752.000.000</b>	<b>2.023.560.000</b>	<b>2.302.560.000</b>	<b>2.642.548.000</b>	<b>2.992.500.000</b>
Biaya Variabel :					
Biaya Bahan Baku	438.000.000	506.709.060	558.831.312	613.051.705,5	674.402.625
Biaya Air	3.799.275,96	3.988.807,80	4.195.029,24	4.411.912,20	4.640.008,08
Biaya Listrik	43.215.114,36	44.032.359,66	46.308.703,41	48.702.734,12	51.220.536,23
Biaya Telepon	1.990.931,20	2.093.862,35	2.202.115,03	2.315.964,38	2.435.699,73
Biaya Perlengkapan	64.021.157,98	67.331.051,85	70.812.067,23	74.473.051,11	78.323.307,85
<b>Total Biaya Variabel</b>	<b>551.026.479,5</b>	<b>624.155.141,7</b>	<b>682.349.226,9</b>	<b>742.955.367,3</b>	<b>811.022.176,9</b>
Biaya Tetap:					
Biaya Gaji dan Tunjangan	871.000.000	895.758.800	982.109.948,30	1.076.785.347	1.180.587.455
Biaya Penyusutan Peralatan	24.634.340	24.634.340	24.634.340	24.634.340	24.634.340
Biaya Pemasaran	41.072.500	43.195.948,25	45.429.178,77	47.777.867,32	50.247.983,06
Biaya Pemeliharaan	1.900.000	1.998.230	2.101.538,49	2.210.188,03	2.324.454,75
Biaya Sewa Ruko	110.000.000	115.687.000	121.668.017,90	127.958.254,40	134.573.696,20
<b>Total Biaya Tetap</b>	<b>1.048.606.840</b>	<b>1.081.274.319</b>	<b>1.175.943.023</b>	<b>1.279.365.996</b>	<b>1.392.367.929</b>
<b>Total Beban Usaha</b>	<b>1.599.633.319</b>	<b>1.705.429.460</b>	<b>1.858.292.250</b>	<b>2.022.321.364</b>	<b>2.203.390.106</b>
<b>EBT</b>	<b>152.366.681</b>	<b>318.130.540</b>	<b>444.267.750</b>	<b>620.226.636</b>	<b>789.109.894,1</b>
Pajak 1% (PP 46 Tahun 2013)	1.523.666,81	3.181.305,4	4.442.677,5	6.202.266,36	7.891.098,94
<b>EAT</b>	<b>150.843.014,2</b>	<b>314.949.234,6</b>	<b>439.825.072,6</b>	<b>614.024.369,9</b>	<b>781.218.795,2</b>

Sumber: Tabel 1.2, 4.2, 7.2, 7.3, 7.4, 7.5, 7.6, 7.7, 7.9, 7.10, 7.13, data diolah



Hak cipta milik Institut Bisnis

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

Institut Bisnis

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.

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

**Institut Bisnis**

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.



## 2. Proyeksi Laporan Arus Kas

Menurut Gitman and Zutter (2015:65), Laporan arus kas adalah sebuah ringkasan arus kas yang masuk maupun keluar dalam suatu periode waktu. Laporan tersebut memberikan informasi mengenai arus kas operasional, investasi, dan finansial yang disesuaikan dengan perubahan kas dan surat berharga dalam periode tersebut. Namun biaya penyusutan tidak dimasukkan dalam laporan arus kas karena biaya penyusutan tidak mengurangi kas secara langsung dalam perusahaan. Berikut adalah laporan arus kas Mau Bakmi:

### **© 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.

Tabel 7.15

## Proyeksi Laporan Arus Kas “Mau Bakmi”

Tahun 2021-2025 (dalam Rp)

Akun	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Aliran Kas Masuk</b>						
Modal Disetor	915.192.857,98					
Pendapatan		1.752.000.000	2.023.560.000	2.302.560.000	2.642.548.000	2.992.500.000
<b>Total Arus Kas Masuk</b>	<b>915.192.857,98</b>	<b>1.752.000.000</b>	<b>2.023.560.000</b>	<b>2.302.560.000</b>	<b>2.642.548.000</b>	<b>2.992.500.000</b>
<b>Aliran Kas Keluar</b>						
Peralatan	123.171.700					
Renovasi dan Dekorasi	80.000.000					
Sewa Ruko	110.000.000		115.687.000	121.668.017,90	127.958.254,40	134.573.696,20
Kompensasi/Balas Jasa		871.000.000	895.758.800	982.109.948,30	1.076.785.347	1.180.587.455
Pemasafan		41.072.500	43.195.948,25	45.429.178,77	47.777.867,32	50.247.983,06
Pemeliharaan		1.900.000	1.998.230	2.101.538,49	2.210.188,03	2.324.454,75
Perlengkapan	64.021.157,98		67.331.051,85	70.812.067,23	74.473.051,11	78.323.307,85
Listrik		43.215.114,36	44.032.359,66	46.308.703,41	48.702.734,12	51.220.536,23
Air		3.799.275,96	3.988.807,80	4.195.029,24	4.411.912,20	4.640.008,08
Telepon		1.990.931,20	2.093.862,35	2.202.115,03	2.315.964,38	2.435.699,73
Bahan Baku	438.000.000		506.709.060	558.831.312	613.051.705,5	674.402.625
Pajak		1.523.666,81	3.181.305,4	4.442.677,5	6.202.266,36	7.891.098,94
<b>Total Arus Kas Keluar</b>	<b>815.192.857,98</b>	<b>964.501.488,3</b>	<b>1.683.976.425</b>	<b>1.838.100.588</b>	<b>2.003.889.290</b>	<b>2.186.646.865</b>
<b>Arus Kas Bersih</b>	<b>100.000.000</b>	<b>787.498.511,7</b>	<b>339.583.575</b>	<b>464.459.412</b>	<b>638.658.710</b>	<b>805.853.135</b>
Saldo Kas Awal	0	100.000.000	887.498.511,7	1.227.082.087	1.691.541.499	2.330.200.209
Saldo Kas Akhir	100.000.000	887.498.511,7	1.227.082.087	1.691.541.499	2.330.200.209	3.136.053.344

Sumber: Tabel 1.2, 4.2, 7.2, 7.3, 7.5, 7.6, 7.7, 7.9, 7.10, 7.11, 7.13, 7.14 data diolah







### 3. Proyeksi Neraca

Menurut Gitman dan Zutter (2015:62), neraca atau yang disebut juga dengan posisi keuangan menggambarkan posisi keuangan perusahaan dalam waktu tertentu. Berikut ini adalah proyeksi neraca dari Mau Bakmi:

#### **© 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.



Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperjualbelikan, penyalinan, penjiplakan, atau menyalin sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis

Tabel 7.16

Proyeksi Neraca “Mau Bakmi” Tahun 2021-2025 (dalam Rp)

Akun	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>AKTIVA</b>						
<b>Aktiva Lancar</b>						
Kas	100.000.000	887.498.511,7	1.227.082.087	1.691.541.499	2.330.200.209	3.136.053.344
Bahan Baku	438.000.000		506.709.060	558.831.312	613.051.705,5	674.402.625
Perlengkapan	64.021.157,98		67.331.051,85	70.812.067,23	74.473.051,11	78.323.307,85
<b>Jumlah Aktiva Lancar</b>	<b>602.021.157,98</b>	<b>887.498.511,7</b>	<b>1.801.122.199</b>	<b>2.321.184.878</b>	<b>3.017.724.966</b>	<b>3.888.779.277</b>
<b>Aktiva Tetap</b>						
Sewa Ruko	110.000.000		115.687.000	121.668.017,90	127.958.254,40	134.573.696,20
Renovasi dan Dekorasi	80.000.000	80.000.000	80.000.000	80.000.000	80.000.000	80.000.000
Peralatan	123.171.700	123.171.700	123.171.700	123.171.700	123.171.700	123.171.700
Akumulasi Penyusutan		24.634.340	49.268.680	73.903.020	98.537.360	123.171.700
Peralatan						
Nilai Buku Peralatan Setelah Penyusutan	123.171.700	98.537.360	73.903.020	49.268.680	24.634.340	
<b>Total Aktiva Tetap</b>	<b>313.171.700</b>	<b>203.171.700</b>	<b>318.858.700</b>	<b>324.839.717,9</b>	<b>331.129.954,4</b>	<b>337.745.396,20</b>
<b>Total Aktiva</b>	<b>915.192.857,98</b>	<b>1.090.670.212</b>	<b>2.119.980.899</b>	<b>2.646.024.596</b>	<b>3.348.854.920</b>	<b>4.226.524.673</b>
<b>PASIVA</b>						
<b>Ekuitas</b>						
Modal Sendiri	915.192.857,98	915.192.857,98	915.192.857,98	1.090.670.212	2.119.980.899	2.646.024.596
Laba Ditahan			175.477.354,02	1.029.310.687	526.043.697	702.830.324
Laba Tahun Berjalan		175.477.354,02	1.029.310.687	526.043.697	702.830.324	877.669.753
<b>Total Pasiva</b>	<b>915.192.857,98</b>	<b>1.090.670.212</b>	<b>2.119.980.899</b>	<b>2.646.024.596</b>	<b>3.348.854.920</b>	<b>4.226.524.673</b>

Sumber: Tabel 1.2, 4.2, 7.6, 7.11, 7.13, 7.14, 7.15, data diolah

1. Dilarang memperjualbelikan, penyalinan, penjiplakan, atau menyalin sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

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

**Institut Bisnis**

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.



## K. Analisis Kelayakan Investasi

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Kelayakan suatu usaha atau bisnis untuk menjadi tujuan investasi dapat diketahui dengan menggunakan beberapa indikator. Berikut adalah indikator-indikator yang akan menentukan apakah Mau Bakmi layak diinvestasikan atau tidak.

#### 1. *Net Present Value* (NPV)

Menurut Gitman dan Zutter (2015:397), *net present value* merupakan metode yang paling umum digunakan oleh perusahaan berskala besar untuk melakukan evaluasi terhadap proyek investasi. Metode ini digunakan untuk menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa depan. Rumus yang digunakan dalam menghitung NPV yaitu:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - CF_0$$

Keterangan :

$CF_t$  = *Cash Flow*

$CF_0$  = Total *initial investment costs*

$r$  = *discount rate*

$t$  = Jumlah periode waktu

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.



Dalam menghitung NPV, terdapat beberapa aturan investasi yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut:

a.  $NPV > 0$

Hal tersebut menunjukkan investasi yang dilakukan memberikan manfaat bagi perusahaan, maka proyek tersebut bisa dijalankan.

b.  $NPV < 0$

NPV kurang dari nol berarti bahwa investasi yang dilakukan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan, maka sebaiknya proyek ditolak.

c.  $NPV = 0$

Hal ini menunjukkan bahwa investasi yang dilakukan tidak mengakibatkan perusahaan untung ataupun merugi. Jika proyek dilaksanakan atau tidak berpengaruh pada keuangan perusahaan, maka keputusan harus ditetapkan dengan menggunakan kriteria lain misalnya dampak investasi terhadap *positioning* perusahaan.

Berikut ini adalah perhitungan *Net Present Value* dari Mau Bakmi:

**© 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.

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 7.17**

**Net Present Value “Mau Bakmi” Tahun 2021-2025**

<b>Tahun</b>	<b>NCF</b>	<b>DF(11, 83%)</b>	<b>PV of NCF</b>
<b>2020</b>	(915.192.857,98)		
<b>2021</b>	787.498.511,7	0,8942	704.192
		14433	.534,8
<b>2022</b>	339.583.575	0,7996	271.537
		19452	.632
<b>2023</b>	464.459.412	0,7150	332.102
		31254	.995,9
<b>2024</b>	638.658.710	0,6393	408.352
		91267	.801,9
<b>2025</b>	805.853.135	0,5717	460.748
		52899	.866,3
<b>Total PV of NCF</b>			<b>2.176.9</b>
			<b>34.831</b>
<b>Initial Investment</b>			<b>915.192</b>
			<b>.857,98</b>
<b>NPV</b>			<b>1.261.7</b>
			<b>41.973</b>

Sumber : Mau Bakmi, 2019

Nilai Discount Factor yang diambil adalah sebesar 11,83% yang merupakan rata-rata suku bunga Bank Indonesia (sumber:

<http://ekonomi.kompas.com/read/2017/07/04/220309126/mei.2017.rata-rata.suku.bunga.kredit.11.83.persen> ).

Berdasarkan analisis *Net Present Value* di atas, NPV >0 yaitu Rp

1.261.741.973,00 yang berarti bahwa Mau Bakmi layak untuk dijalankan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. *Internal Rate of Return (IRR)*

Menurut Gitman dan Zutter (2015:379), *internal rate of return* adalah *discount rate* yang menyamakan nilai masa kini (*net present value*) dari sebuah proyek dengan nilai 0 (nol). Jadi *net present value* = 0 (nol). Kriteria pengambilan keputusan ialah bahwa proyek layak dijalankan apabila *IRR* lebih besar atau minimal sama dengan biaya penggunaan dana (*discount rate*) untuk proyek investasi. Rumus dalam menghitung *IRR* adalah sebagai berikut:

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} X (i_2 - i_1)$$

Keterangan :

- a.  $i_1$  = bunga atau *discount factor* NPV awal (positif)
- b.  $i_2$  = bunga atau *discount factor* NPV akhir (negatif)
- c.  $NPV_1$  = NPV awal saat bunga rendah (positif)
- d.  $NPV_2$  = NPV akhir saat bunga tinggi (negatif)

Berikut ini adalah analisis IRR dari Mau Bakmi :

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.



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 7.18**

**Internal Rate of Return “Mau Bakmi” Tahun 2021-2025**

Tahun	NCF	11,83%	PV of NCF	59,77%	PV of NCF
2021	787.498.511,7	1,118300	704.192.534,8	1,597700	492.895.106,5
2022	339.583.575	1,250595	271.537.632	2,552645	133.032.026,2
2023	464.459.412	1,398540	332.102.995,9	4,078361	113.883.829,5
2024	638.658.710	1,563988	408.352.801,9	6,515998	98.013.951,55
2025	805.853.135	1,749007	460.748.866,3	10,410610	77.406.908,68
Total PV to NCF			2.176.934.831		915.231.822,3
Initial Investment			915.192.857,98		915.192.857,98
NPV			<b>1.261.741.973</b>		<b>(38.964,36)</b>

Sumber : Mau Bakmi, 2019

$$IRR = 11,83\% + \left( \frac{1.261.741.973}{1.261.741.973 + 38.964,36} \right) (59,77\% - 11,83\%)$$

$$= 59,77\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa IRR sebesar 59,77%. Sedangkan, tingkat bunga yang diharapkan adalah 11,83%. Investasi ini menguntungkan atau layak karena  $IRR > \text{Rate of Return}$ .





### 3. *Payback Period* (PP)

Menurut Gitman dan Zutter (2015:445), *payback period* adalah jangka waktu yang diperlukan sebuah perusahaan untuk mengembalikan investasi awal melalui pemasukan kas yang diperoleh. Dengan kata lain, *payback period* berfungsi untuk menganalisa seberapa lama waktu yang dibutuhkan bagi keuntungan perusahaan dapat menutupi pengeluaran investasi awal. Melalui metode *PP* perusahaan dapat mengurangi resiko, karena semakin lama waktu pengembaliannya semakin tinggi resiko yang ditimbulkan. Suatu investasi dikatakan layak apabila tingkat pengembaliannya cepat, atau hasil *payback periode* lebih kecil dari umur investasi. Berikut ini adalah rumus untuk menghitung *payback period*, yaitu :

$$\text{Payback Period} = n + \frac{a-b}{c-b} \times 1\text{tahun}$$

Keterangan :

- n : Tahun terakhir dimana arus kas masih belum menutupi investasi awal
- c : Jumlah kumulatif arus kas pada tahun n+1
- a : Jumlah investasi awal
- b : Jumlah kumulatif arus kas pada tahun ke-n

Berikut ini adalah analisis *Payback Period* (PP) dari Mau Bakmi:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 7.19**

***Payback Period* “Mau Bakmi” (dalam Rp)**

Tahun	NCF	Akumulasi NCF
<b>Initial</b>	(915.192.857,98)	(915.192.857,98)
<b>2021</b>	787.498.511,7	(127.694.346,28)
<b>2022</b>	339.583.575	211.889.228,72
<b>2023</b>	464.459.412	
<b>2024</b>	638.658.710	
<b>2025</b>	805.853.135	

Sumber : Tabel 1.2, 7.17, *data diolah*

$$\begin{aligned}
 \text{Payback Period} &= 2 \text{ tahun} + \left( \frac{211.889.228,72}{464.459.412} \right) \times 360 \\
 &= 2 \text{ tahun } 5 \text{ bulan } 15 \text{ hari}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel dan perhitungan di atas, *payback period* restoran Mau Bakmi adalah 2 tahun 5 bulan 15 hari. Karena PP lebih cepat dari 5 tahun, maka dapat dikatakan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan.

**© 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.



#### 4. *Profitability Index* (PI)

*Profitability index* adalah variasi dari NPV, yaitu dengan cara nilai arus kas masuk saat ini dibagi dengan pengeluaran kas awal (investasi awal). Kriteria keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $PI > 1$ , proyek diterima
- b. Jika  $PI < 1$ , proyek ditolak.

Rumus PI adalah sebagai berikut :

$$\textit{profitability index} = \frac{PV \textit{ of NCF}}{\textit{Initial Investment}}$$

Berikut ini adalah perhitungan PI dari Mau Bakmi:

$$PI = \frac{2.176.934.831}{915.192.857,98} = 2,37866239$$

Berdasarkan perhitungan di atas, nilai *profitability index* adalah 2,37866239. Oleh karena nilai  $PI > 1$ , maka bisnis ini layak untuk dijalankan.

### © 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.



## L. Analisis Kelayakan Usaha

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Menurut Gitman dan Zutter (2015:511), “*The breakeven analysis used to indicate the level of operation necessary to cover all costs and to evaluate the profitability associated with various levels of sales; also called cost-volume-profit analysis*”. Analisis *Break Even Point (BEP)* digunakan untuk mengindikasi level operasi yang diperlukan untuk menutup semua beban dan mengevaluasi profitabilitas yang berhubungan dengan beberapa level penjualan, yang juga dikenal dengan *cost-volume-profit analysis*. Dengan kata lain, analisis *break even point* merupakan suatu analisis kelayakan usaha untuk mengetahui kapan perusahaan akan untung atau rugi. BEP memiliki suatu kelebihan, yaitu dapat membantu perusahaan dalam menentukan harga yang sesuai untuk mencegah kerugian, mengetahui batas minimum penjualan yang harus dicapai untuk menghindari kerugian dan memperoleh profit. Berikut ini adalah perhitungan analisis BEP Mau Bakmi :

**Tabel 7.20**

### **Analisis Break Even Point “Mau Bakmi” Tahun 2021-2025**

Tahun	Fixed Cost (Rp)	Variable Cost (Rp)	Penjualan (Rp)	Penjualan (Unit)	Kontribusi Margin	BEP
2021	1.048.606.840	551.026.479,5	1.752.000.000	29.200	0,685487169	1.529.724.971
2022	1.081.274.319	624.155.141,7	2.023.560.000	32.120	0,691555900	1.563.538.564
2023	1.175.943.023	682.349.226,9	2.302.560.000	35.424	0,703656266	1.671.189.585
2024	1.279.365.996	742.955.367,3	2.642.548.000	38.861	0,718848865	1.779.742.667
2025	1.392.367.929	811.022.176,9	2.992.500.000	42.750	0,728981728	1.910.017.598

Sumber : Tabel 4.1, 4.2, 7.14, data diolah

## BAB VIII

### ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

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



## A. Dampak Terhadap Masyarakat Sekitar

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

#### 1. Dampak Pemasaran Terhadap Masyarakat

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan tentu tidak hanya memberi dampak pada perusahaan itu sendiri, melainkan juga pada masyarakat yang tinggal di sekitar tempat dibukanya usaha tersebut. Berikut adalah dampak positif dan negatif dari kegiatan pemasaran yang dilakukan restoran Mau Bakmi terhadap masyarakat:

- a. Dampak Positif
  1. Masyarakat mendapatkan opsi baru untuk memilih makanan khususnya pecinta bakmi yang akan mereka konsumsi;
  2. Mempopulerkan mie di kalangan masyarakat melalui kaum milenial.
- b. Dampak Negatif
  1. Brosur yang dibuang sembarangan dapat mencemari lingkungan dan mengganggu masyarakat. Pengendaliannya adalah dengan cara memberikan diskon kepada konsumen yang datang membawa brosur yang diberikan, dengan tujuan agar brosur yang diberikan tidak dibuang melainkan dikembalikan dan bisa didaur ulang.

#### 2. Dampak Produksi dan Teknologi Terhadap Masyarakat

Kegiatan produksi yang dilakukan oleh perusahaan tentunya juga akan memberi dampak terhadap masyarakat di sekitar tempat dibukanya usaha.

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.



Berikut ini adalah beberapa dampak positif dan negatif dari kegiatan produksi yang dilakukan restoran Mau Bakmi:

- a. Dampak Positif
  1. Masyarakat lebih mudah mendapatkan makanan sehat dengan cepat;
  2. Memulai kebiasaan baru untuk mengonsumsi makanan sehat dan bergizi;
  3. Membuktikan bahwa makanan sehat juga memiliki rasa yang lezat.
- b. Dampak Negatif
  1. Pembuangan hawa dapur melalui *exhaust* dapat menimbulkan bau yang dapat mengganggu masyarakat sekitar. Pengendaliannya adalah dengan mengarahkan pembuangan hawa dapur tersebut ke tempat yang jarang dilalui orang agar meminimalisir gangguan yang ditimbulkan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

3. Dampak Organisasi dan SDM Terhadap Masyarakat

Dibukanya Mau Bakmi tentu akan memberi dampak organisasi dan SDM terhadap masyarakat sekitarnya. Berikut adalah beberapa dampak positif

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.

dan negatif dalam bidang organisasi dan SDM dengan didirikannya Mau

Bakmi:

- a. Dampak Positif
  1. Membuka lapangan pekerjaan baru.
- b. Dampak Negatif
  1. Menjadi pesaing bagi perusahaan dan organisasi lain yang menjual produk makanan dengan harga dan kualitas yang serupa.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

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.



## B. Dampak Terhadap Lingkungan

### C 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. Dampak Produksi dan Teknologi Terhadap Lingkungan

Dalam membangun sebuah usaha, seorang pebisnis harus memperhatikan dampak apa yang akan ditimbulkan dari kegiatan produksi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap lingkungan di sekitarnya. Berikut ini adalah dampak terhadap lingkungan yang mungkin ditimbulkan dari kegiatan produksi yang dilakukan oleh Mau Bakmi:

- a. Potensi pencemaran udara akibat bau yang ditimbulkan dari sampah sisa makanan dan bahan baku yang mulai membusuk;
- b. Potensi pencemaran lingkungan akibat sampah brosur dan *box* plastik bekas makanan;

#### 2. Penanganan Limbah yang Dihasilkan Akibat Proses Produksi

Untuk mencegah terjadinya pencemaran, penulis merencanakan beberapa cara penanganan limbah. Berikut adalah cara penanganan limbah yang dihasilkan akibat proses produksi Mau Bakmi:

- a. Untuk sampah organik, Mau Bakmi akan mendaur ulang sampah jenis ini untuk dijadikan bahan baku pupuk kompos, tentunya di tempat tertutup agar tidak mencemari udara.
- b. Untuk sampah kertas dan plastik, Mau Bakmi berencana untuk mengumpulkan sampah jenis ini untuk didaur ulang sehingga tidak mencemari tanah.

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.





## C. Analisis Resiko Usaha

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dalam mendirikan sebuah usaha pasti akan muncul beberapa resiko yang dapat menghambat kegiatan bisnis. Resiko dalam bisnis tidak dapat dihindari dan merupakan suatu hal yang memang harus ditanggung oleh seorang pebisnis.

Menurut Crouhy, *et al* (2014:5) “*Real risk is that the costs will suddenly rise in an entirely way, or that some other cost will appear from nowhere and steal the money we’ve set aside for our expected outlays*”. Berdasarkan pengertian tersebut, resiko dapat menimbulkan kenaikan biaya secara tiba-tiba serta tidak terduga yang akan mengurangi uang yang akan disisihkan atas pengeluaran yang diharapkan. Dengan begitu pemilik harus bisa menganalisis dan memperhitungkan segala bentuk resiko yang mungkin terjadi di masa depan. Berikut resiko yang mungkin akan dihadapi Mau Bakmi:

#### 1. Munculnya pesaing yang meniru produk

Dalam menjalankan sebuah usaha khususnya dalam bidang makanan, seorang pebisnis harus siap untuk memasuki dunia persaingan yang sangat ketat. Walaupun Mau Bakmi memasuki pasar dengan membawa sebuah inovasi baru, namun tidak menutup kemungkinan bahwa akan muncul pesaing lama atau pendatang baru yang meniru inovasi dan menawarkan produk yang serupa atau mirip.

#### 2. Kerusakan atau pembusukan bahan baku

Mau Bakmi merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang kuliner, yang artinya bahan baku yang digunakan Mau Bakmi sangat mudah

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.



rusak atau busuk. Bahan baku yang rusak atau busuk tentunya akan dibuang, sehingga hal ini tentu dapat menyebabkan kerugian.

3. Perubahan harga bahan baku

Perubahan harga bahan baku yang drastis dan mendadak juga dapat mengancam keberlangsungan usaha karena dapat memperkecil margin keuntungan, atau bahkan menyebabkan kerugian.

4. Kualitas sumber daya manusia

Sumber daya manusia atau karyawan yang tidak bekerja secara maksimal dapat mempengaruhi kualitas pelayanan dan produk yang diberikan kepada konsumen. Hal tersebut sangat penting karena dapat mempengaruhi reputasi suatu bisnis tertentu sehingga kualitas sumber daya manusia yang buruk dapat menjadi ancaman bagi bisnis.

**© 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.



## D. Antisipasi Resiko Usaha

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tujuan perusahaan melakukan antisipasi resiko ini adalah untuk mempersiapkan strategi yang dapat dilakukan guna meminimalisir bahkan menghindari resiko-resiko yang mungkin akan dihadapi perusahaan. Berikut adalah antisipasi resiko yang dilakukan Mau Bakmi:

### 1. Munculnya pesaing yang meniru produk

Untuk mengatasi resiko ancaman dari pesaing yang meniru produk, Mau Bakmi harus selalu berinovasi dan menawarkan menu-menu baru. Selain itu, Mau Bakmi juga harus selalu memberikan produk dan pelayanan berkualitas untuk mendapatkan loyalitas konsumen.

### 2. Kerusakan atau pembusukan bahan baku

Untuk mengatasi resiko yang ditimbulkan karena kerusakan atau pembusukan bahan baku, Mau Bakmi melakukan pembelian produknya untuk jangka waktu yang cukup pendek, yaitu per 3 hari. Selain itu, pembelian bahan baku juga berdasarkan perkiraan rata-rata jumlah porsi terjual per hari dalam jangka waktu 7 hari sebelumnya.

### 3. Perubahan harga bahan baku

Untuk mengantisipasi ancaman yang disebabkan oleh perubahan harga bahan baku, Mau Bakmi mempersiapkan pemasok bahan baku sekunder, sehingga tidak hanya terpaku pada 1 pemasok saja. Dengan kata lain, apabila harga bahan baku yang ditawarkan pemasok utama mengalami

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.

kenaikan secara drastis, penulis akan mencari bahan baku tersebut pada pemasok lainnya untuk mendapatkan harga terbaik.

#### 4. Kualitas sumber daya manusia

Untuk mengantisipasi ancaman yang ditimbulkan oleh kualitas sumber daya manusia, penulis akan melakukan penyaringan yang cukup ketat pada saat penerimaan tenaga kerja baru. Penulis juga mengadakan pelatihan kerja kepada para karyawan yang akan bekerja di Mau Bakmi. Selain itu, setiap pagi akan diadakan briefing dan setiap malam setelah tutup toko akan diadakan evaluasi berdasarkan penilaian konsumen melalui lembar kuisisioner yang diberikan pada hari tersebut.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

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.

## BAB IX

### RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

#### A. Ringkasan Kegiatan Usaha

##### 1. Konsep Bisnis

Mau Bakmi adalah sebuah bisnis restoran bakmi yang menawarkan makanan sehat cepat saji berdasarkan bahan-bahan yang berkualitas. Bahan yang digunakan Mau Bakmi merupakan bahan-bahan alami dan segar serta tanpa menggunakan pengawet ataupun MSG, sehingga kualitas makanan yang dijual dapat dikatakan cukup tinggi serta kaya akan nutrisi.

##### 2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari Mau Bakmi adalah “Menjadi pelopor restoran cepat saji yang menjual makanan sehat dengan harga terjangkau dan kualitas terbaik serta bisa dikenal oleh masyarakat sebagai restoran makanan bakmi terbaik di Indonesia.”

Misi dari Mau Bakmi adalah:

- a. Menjual produk dan pelayanan yang berkualitas kepada setiap konsumen;
- b. Mempekerjakan Sumber Daya Manusia yang berpengalaman dan berkualitas;
- c. Selalu berinovasi mengembangkan menu dan fasilitas baru yang dapat meningkatkan minat konsumen;

© 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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- d. Senantiasa menyesuaikan diri terhadap perkembangan zaman dan selera masyarakat di Indonesia;
- e. Peka terhadap peluang-peluang yang ada dan mampu untuk memaksimalkannya dengan baik.

Tujuan Mau Bakmi dibagi menjadi 2, yaitu tujuan jangka panjang dan tujuan jangka pendek.

Tujuan jangka pendek dari Mau Bakmi adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan kepuasan dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan serta memberikan kualitas makanan dan pelayanan terbaik;
- b. Mau Bakmi dapat dikenal oleh konsumen sebagai salah satu restoran catering yang menyajikan makanan cepat saji yang sehat dan bergizi dengan harga yang terjangkau dan kualitas terbaik.

Sedangkan tujuan jangka panjang dari Mau Bakmi adalah sebagai berikut:

- a. Membuka cabang baru di kota-kota besar;
- b. Membuat inovasi dalam hal menu makanan dan fasilitas baru berdasarkan trend;
- c. Menjadikan Mau Bakmi menjadi restoran bakmi terbesar di Indonesia.

3. Produk

Produk yang dihasilkan oleh Mau Bakmi adalah produk makanan sehat dengan konsep 4 sehat 5 sempurna atau yang saat ini dikenal sebagai Pedoman Gizi Seimbang (PGS). 1 porsi makanan bakmi berisi kandungan nutrisi yang mengandung protein, karbohidrat, sodium, vitamin A, kalsium,

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.



dan zat besi. Makanan yang diproduksi oleh Mau Bakmi juga tidak mengandung bahan pengawet ataupun penyedap rasa (*monosodium glutamate*), serta tidak banyak mengandung gula dan garam, sehingga produk ini sangat cocok untuk dikonsumsi oleh masyarakat yang menjalankan gaya hidup sehat. Setiap porsi makanan akan disajikan dengan segelas air mineral. Khusus bagi yang memilih untuk *dine in*, air mineral ini dapat ditambah sepuasnya. Waktu persiapan yang dibutuhkan Mau Bakmi untuk menyiapkan 1 porsi makanan juga sangat cepat, yaitu dalam waktu kurang dari 10 menit. Harga setiap porsi makanan adalah Rp 60.000,00 (tahun 2021).

#### 4. Persaingan

Pesaing dari Restoran Mau Bakmi adalah Restoran Bakmi Gajah Mada dan Restoran Bakmi Naga". Produk yang ditawarkan oleh kedua pesaing cukup mirip dengan Mau Bakmi, yaitu paket makanan lengkap, namun memiliki perbedaan variasi makanan dan konsep. Harga yang ditawarkan juga tidak terlalu jauh berbeda.

Berdasarkan analisis *Competitive Profile Matrix* ( CPM ), Mau Bakmi direncanakan memperoleh poin sebesar 2,30, sedangkan untuk Bakmi Gajah Mada memperoleh poin sebesar 2,19 (di bawah Mau Bakmi) dan Bakmi Naga memperoleh poin sebesar 1,96 (di bawah Mau Bakmi). Restoran Mau Bakmi memiliki kekuatan dibanding pesaing yaitu keunikan konsep. Sedangkan kelemahan dari Mau Bakmi adalah masih baru dan belum dikenal oleh konsumen.

### C 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 Mau Bakmi adalah adalah pria dan wanita usia 1 sampai 80 tahun (yang masih bisa mengunyah makanan dengan baik) dengan kelas ekonomi menengah hingga menengah ke atas khususnya yang sibuk atau tidak punya banyak waktu untuk menunggu lama, namun ingin menerapkan gaya hidup sehat, atau terpaksa untuk menerapkan gaya hidup sehat (karena alasan tertentu seperti contohnya karena terkena penyakit).

## 6. Strategi Pemasaran

Berikut ini adalah strategi pemasaran dan promosi yang akan dilakukan oleh Mau Bakmi:

### a. Periklanan

Restoran Mau Bakmi akan melakukan cara promosi periklanan atau *advertising* pada media sosial dan akan membagikan brosur seminggu sebelum *grand opening*.

Media sosial yang akan digunakan adalah *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, dan *LINE* dengan cara membuat akun pada media-media sosial tersebut untuk memasang foto-foto makanan yang dijual, serta memberikan informasi mengenai promosi-promosi yang sedang berlangsung. Selain membuat akun, Mau Bakmi berencana untuk meng-*endorse* beberapa orang *Celebgram*, *Youtuber*, dan artis untuk mempromosikan produk Mau Bakmi pada akun media sosial atau *Youtube channel* mereka dengan tujuan agar para *fans* dan *followers* mereka akan melihat iklan Mau Bakmi.

### © 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.





Brosur yang akan dibagikan berupa brosur promosi sederhana dengan dengan ukuran kertas A6 (10,5cm x 14,8 cm) yang berisi logo Mau Bakmi serta sedikit tulisan yang berisi alamat restoran, tanggal pembukaan, serta promo potongan harga dalam rangka *Grand Opening* bagi yang menyimpan brosur tersebut. Hal ini bukan dilakukan tanpa tujuan, melainkan agar orang yang menerima brosur tersebut menyimpan brosur tersebut, dengan harapan ia mungkin akan membacanya lagi, atau setidaknya mengingat lokasi dan tanggal pembukaan restoran Mau Bakmi.

b. Promosi Penjualan

Cara kedua yang akan dilakukan oleh restoran Mau Bakmi dalam mempromosikan produknya adalah dengan memajang beberapa contoh menu makanan terbaik dari restoran Mau Bakmi pada etalase di sebelah meja kasir. Selain itu, restoran Mau Bakmi juga akan memajang beberapa gambar dari menu makanan yang dijual di pada dinding di dalam restoran.

7. Tim Manajemen

Restoran Mau Bakmi merupakan sebuah bisnis dengan struktur organisasi sederhana. Jabatan tertingginya adalah *Store Manager* yang membawahi seluruh karyawan yang bekerja di restoran Mau Bakmi.

8. Kelayakan Keuangan

Penulis telah melakukan beberapa macam analisis keuangan untuk menentukan apakah bisnis Mau Bakmi layak untuk dijalankan atau tidak.

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.

Analisis kelayakan investasi yang dilakukan adalah *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), *payback period* (PP), dan *profitability index* (PI), sedangkan analisis kelayakan usaha yang dilakukan yaitu nilai *Break Even Point* (BEP). Pada analisis NPV, nilai yang diperoleh lebih dari 0, yaitu Rp 1.261.741.973,00. Untuk IRR, sendiri diperoleh nilai sebesar 59,77%, lebih besar dari tingkat bunga yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 11,38%. Sedangkan untuk PP diperoleh 2 tahun 5 bulan 15 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Untuk PI, nilai yang diperoleh adalah 2,37866239, lebih besar dari pada 1. Dan untuk analisis BEP, nilai *Sales* lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan.

**© 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.

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku:

- Crouhy, Michael, Dan Galai, Robert Mark (2014), *The Essentials of Risk Management*, New York : MCGraw Hill.
- David, Fred R., Forest R. David (2015), *Strategic Management : A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases*, Edisi 15, New Jersey: Pearson Education.
- Dessler, Gary (2015), *Human Resource Management*, Edisi 14, Pearson Education.
- Gitman, Lawrence J., Chad J. Zutter (2015), *Principles of Managerial Finance*, Edisi 14, Global Edition, Pearson Education.
- Heizer, Jay, Barry Render (2014), *Operations Management : Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi 11, Global Edition, Pearson Education.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong (2014), *Principles of Marketing*, Edisi 14, Global Edition, Pearson Education.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller (2012), *Marketing Management*, Edisi 13, New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Robbins, Stephen P., Mary Coulter (2014), *Management*, Edisi 12, Global Edition, Pearson Education.
- Weygandt, Jerry J., Donald E. Kieso, Paul D. Kimmel (2016), *Financial Accounting*, Edisi 10, Wiley.

### Referensi Lain:

- Databoks.com (2018), *World Instant Noodles Association (WINA) konsumsi mie instan di seluruh dunia pada 2017* diakses pada September 2018. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/09/24/berapa-konsumsi-mie-instan-indonesia>
- Bisnis.tempo.co (2018), *Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 8,67% Triwulan II 2018*, diakses pada November 2018. <https://bisnis.tempo.co/read/1127039/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-867-persen-triwulan-ii-2018/full&view=ok>
- Ekonomi.Kompas.com (2019), *KEIN: Rata-rata Inflasi Bahan Makanan 5 Tahun Terakhir Turun 36%*, diakses pada Januari 2019. <https://ekonomi.kompas.com/read/2019/01/02/173000526/kein--rata-rata-inflasi-bahan-makanan-5-tahun-terakhir-turun-36-persen>



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.

Gajiumr.com (2019), *Gaji UMK DKI Jakarta*, diakses pada Januari 2019.  
<http://www.gajiumr.com/umr-jakarta/>

Klikbca.com (2019), *Informasi Produk BCA*, diakses Januari 2019.  
<https://www.klikbca.com/OnlineApplication/Openaccount/tahapan.html>

Pdamtkr.co.id (2011), *Tarif Air Minum*, diakses pada Januari 2019.  
[http://www.pdamtkr.co.id/web/layanan\\_informasi/tarif\\_air\\_minum](http://www.pdamtkr.co.id/web/layanan_informasi/tarif_air_minum)

Pln.co.id (2018), *Tariff Adjustment*, diakses pada Januari 2019.  
<https://www.pln.co.id/pelanggan/tarif-tenaga-listrik/tariff-adjustment>

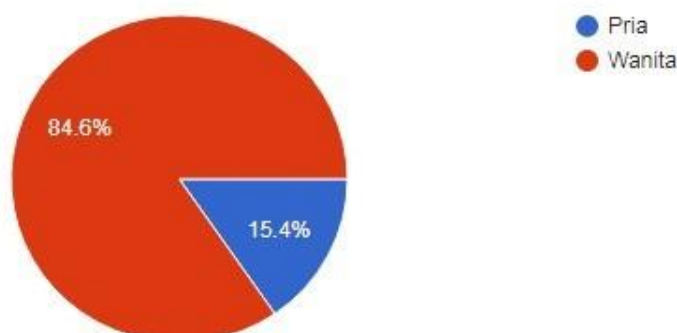
Ekonomi.kompas.com (2017), *Rata-rata Suku Bunga Kredit 11,83%*, diakses pada Januari 2019.  
<http://ekonomi.kompas.com/read/2017/07/04/220309126/mei.2017.rata-rata.suku.bunga.kredit.11.83.persen>

Pergizi.org (2014), *Pedoman Gizi Seimbang 2014 Terbaru*, diakses pada Januari 2019.  
<https://pergizi.org/pedoman-gizi-seimbang-2014-terbaru/>

## LAMPIRAN

La  
Re

Delamin  
responses





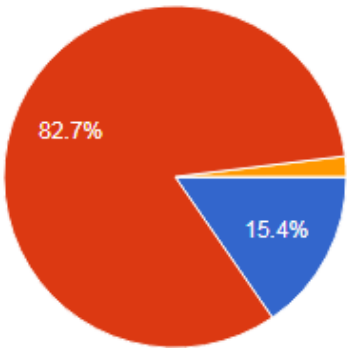
**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

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.

**Usia**

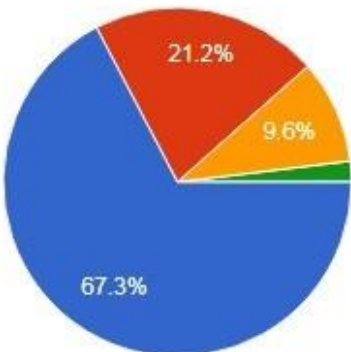
52 responses



- <20 tahun
- 20-30 tahun
- 30-40 tahun
- >40 tahun

**Pekerjaan**

52 responses



- Pelajar/mahasiswa
- Pegawai
- Wiraswasta
- Ibu rumah tangga

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

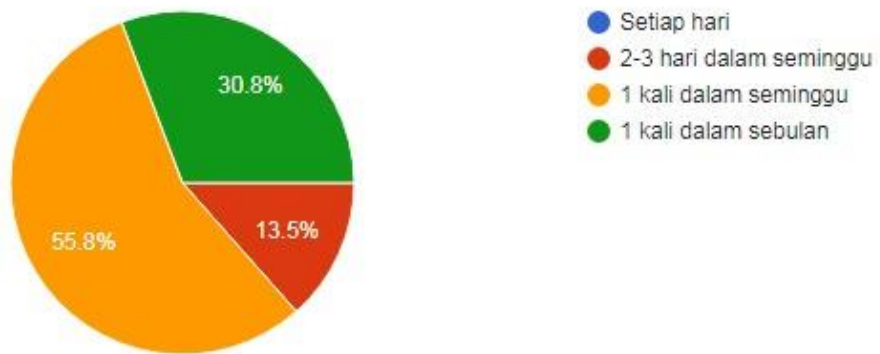
### Apakah anda suka dengan bakmi

52 responses



### Seberapa sering anda mengunjungi restoran bakmi?

52 responses

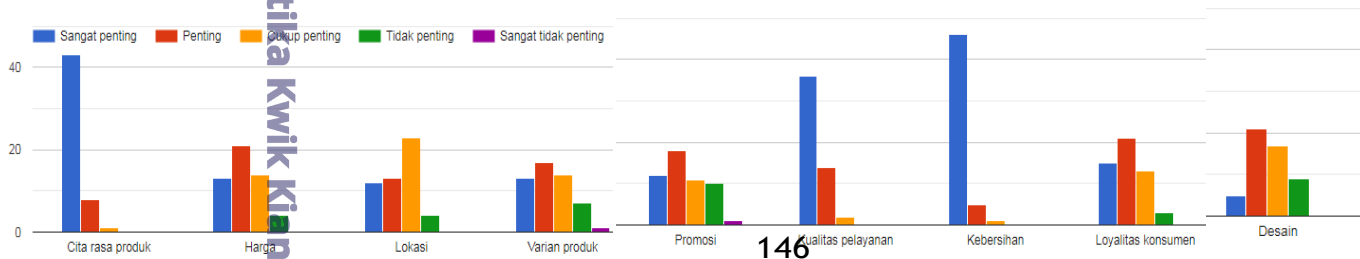


© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Ketika anda memilih restoran bakmi, apa yang anda pilih dalam menentukan restoran bakmi dan produk yang anda konsumsi?





**© 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.

**Lampiran 2**

**Tampak Bangunan Depan**





**© 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.

**Tampak Bangunan Dalam**



**Instititut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**





**© 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.

**Tampak Bangunan Di Lantai 2&3**

