

## BAB IX

### RINGKASAN EKSEKUTIF/REKOMENDASI

#### 9.1 Ringkasan Kegiatan Usaha

##### a. Konsep Bisnis

EatBowl merupakan sebuah unit usaha yang bergerak pada bidang food and beverages yang berfokus pada bidang makanan yaitu ricebowl. EatBowl menawarkan sajian menu ricebowl yang beragam, diantaranya Indonesian ricebowl, Japanese ricebowl, dan juga Chinese ricebowl. Dengan cita rasa yang autentik dari ragam ricebowl tersebut. Ide dalam menciptakan dan membangun usaha *ricebowl* dengan keberagaman jenis menu *ricebowl* yang ditawarkan ini bertujuan untuk memenuhi rasa keinginan masyarakat dalam menikmati beragam jenis makanan *ricebowl* yang ada, dan bertujuan untuk menghindari rasa kebosanan masyarakat terhadap menu *ricebowl* yang hanya berfokus pada satu jenis makanan *ricebowl*.

Selain menawarkan sajian menu ricebowl yang beragam, EatBowl juga menyediakan tempat makan atau restoran dengan konsep yang modern, dengan memprioritaskan kenyamanan. Tempat makan EatBowl akan dibuat sedemikian rupa agar menciptakan suasana yang menarik dan dinikmati oleh para konsumen dengan menciptakan tempat yang *instagamable* yang dimana hal ini merupakan salah satu faktor yang kuat dan alasan bagi para calon konsumen dalam memilih tempat makan untuk di kunjungi. Tempat makan EatBowl ini direncanakan akan didirikan di salah satu kawasan Jakarta, tepatnya di Boulevard Kelapa Gading, Jakarta Utara.





## b. Visi dan Misi Perusahaan

### 1) Visi

Visi *EatBowl* adalah “Menjadi pilihan pertama dan solusi yang mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan makan”.

### 2) Misi

Misi dari *EatBowl* dalam mencapai visinya , antara lain:

- a) Menyajikan hidangan menu yang beragam dengan cita rasa yang berkualitas dan harga yang terjangkau
- b) Mengutamakan dan memperhatikan kebutuhan serta menjaga kepuasan konsumen terhadap produk *EatBowl*
- c) Memberikan pelayanan yang terbaik dalam melayani konsumen

## c. Produk/Jasa

*EatBowl* sebagai usaha yang bergerak di bidang kuliner berfokus dalam menyediakan makanan berat, berupa ricebowl. Produk ricebowl yang ditawarkan oleh *EatBowl* terdiri dari

3 jenis ricebowl, antara lain Indonesian ricebowl, Japanese ricebowl, dan Chinese ricebowl.

Untuk menu jenis Indonesian ricebowl, menu yang ditawarkan oleh *EatBowl*, antara lain:

ayam bumbu rempah dan nasi liwet cumi asin cabe ijo. Untuk jenis Japanese ricebowl,

*EatBowl* menawarkan dan menyediakan menu berupa japanese beef bowl dan chicken katsu

with japanese curry sauce. Dan untuk menu jenis Chinese ricebowl, *EatBowl* menawarkan

menu, antara lain: nasi hainam ayam pacamke dan salted egg chicken bowl.

Dalam menawarkan produk-produknya, *EatBowl* menyajikan produk dalam kemasan mangkok plastik *thin wall* yang memiliki ketahan terhadap suhu panas, kemasan ini bertujuan

mempermudah dan memberikan kepraktisan bagi para konsumen dalam menikmati produk

EatBowl.

#### d. Persaingan

EatBowl memiliki beberapa kompetitor yang memiliki kesamaan jenis produk dan target pasar yang dituju. Kompetitor EatBowl antara lain: Mangkokku, SecBowl, Siguurih, dan Jinae. Masing-masing kompetitor memiliki keunggulan dan kelemahan dalam produk yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil analisis *competitive profile matrix* (CPM) diketahui bahwa Mangkokku lebih unggul dari semua pesaingnya, hal ini dikarenakan Mangkokku memiliki kualitas produk, varian menu, serta promosi yang lebih baik dari para pesaingnya. Selanjutnya, diikuti oleh Secbowl dan Siguurih pada posisi kedua dan ketiga. EatBowl sendiri menempati posisi keempat, di mana posisi ini lebih unggul dibandingkan Jinae yang berada di peringkat terakhir. Hal ini dikarenakan EatBowl memiliki keunggulan atas harga produk, varian menu, dan kemasan produk.

#### e. Target dan Ukuran Pasar

Target dan ukuran pasar dari EatBowl terdiri dari beberapa segmentasi yang mencakup geografis, demografis, dan psikografis. Secara demografis, EatBowl menjalankan bisnisnya di wilayah Boulevard Raya Kelapa Gading, Kota Jakarta Utara. Diketahui bahwa Kelapa Gading merupakan daerah yang sangat strategis mengingat wilayah ini selalu ramai lalu lintas, banyaknya perkantoran, serta pemukiman penduduk.

Kedua yaitu segmentasi demografis, dalam hal ini EatBowl menargetkan pasar pada rentang usia 13-60 tahun. Selain itu EatBowl memiliki target masyarakat menengah keatas. EatBowl juga menargetkan segmentasi pekerja dari berbagai profesi yang ingin mengonsumsi makanan secara praktis dan mudah. Terakhir, dalam segmentasi psikografis, EatBowl





menargetkan masyarakat dengan gaya hidup yang praktis dan serba cepat. Selain itu, EatBowl menyajikan makanan yang sehat dengan cara konsumsi yang mudah.

## f. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan EatBowl dalam menawarkan produknya kepada masyarakat, antara lain:

### 1) Diferensiasi

Diferensiasi pada produk ricebowl yang ditawarkan oleh EatBowl terletak pada varian jenis menu makanan ricebowl yang beragam dalam menawarkan produk ricebowl, EatBowl tidak hanya menawarkan satu varian menu makanan ricebowl, dalam hal ini EatBowl menawarkan tiga jenis varian menu ricebowl, antarlain: Indonesian ricebowl, Japanese ricebowl, dan Chinese ricebowl. EatBowl juga menyajikan produknya dengan kemasan yang berbeda dengan para pesaingnya. Dalam hal packaging, EatBowl menggunakan plastik mangkok plastik khusus jenis thin wall, yang dimana plastik dari mangkok tersebut memiliki ketahanan terhadap suhu tinggi atau panas. Hal ini dilakukan EatBowl untuk mempermudah konsumen dalam menghangatkan makanannya sebelum dinikmati.

### 2) Positioning

Positioning EatBowl terletak pada varian jenis menu yang beragam dan harga yang terjangkau. Hal tersebut dapat dijadikan sebuah keunggulan dalam berkompetitif dengan para pesaing.



### 3) Penetapan Harga

Dalam penetapan harga, EatBowl menggunakan metode penetapan harga berdasarkan harga pesaing (*Competitor Based Pricing*) dalam menentukan harga jual dari produk ricebowl EatBowl. EatBowl menetapkan harga yang lebih murah dari para pesaing yang memiliki produk sejenis.

### 4) Saluran Distribusi

EatBowl menggunakan saluran distribusi secara langsung, yaitu EatBowl menyalurkan produknya kepada konsumen tanpa melalui perantara atau distributor. Saluran distribusi yang digunakan EatBowl adalah melalui penjualan secara langsung di resto EatBowl dan pemesanan secara online melalui aplikasi pesan antara seperti Gofood, Grab Food, Shopee Food, serta pemesanan melalui WhatsApp & Instagram.

### g. Tim Manajemen

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, EatBowl memiliki tim manajemen yang terdiri dari 5 orang. Antara lain: owner yang merangkap sebagai manajer, 2 orang chef, 1 orang pelayan, dan 1 orang kasir. Masing-masing tenaga kerja dipilih melalui proses rekrutmen dan seleksi tenaga kerja yang terdiri dari perencanaan tenaga kerja, *screening* CV dan interview, penerimaan pegawai, dan pelatihan. Setiap tenaga kerja yang terpilih telah memenuhi spesifikasi dan kualifikasi yang ditetapkan EatBowl. Selain itu, setiap tenaga kerja juga telah memiliki deskripsi pekerjaan masing-masing yang harus dikerjakan. Semua pekerja di EatBowl merupakan karyawan tetap yang bekerja dari hari Senin - Minggu dari pukul 10.00 - 21.00 WIB.

### h. Kelayakan Keuangan



## 1) Kelayakan Usaha

Kelayakan usaha dari EatBowl dapat dianalisis melalui hasil laporan keuangan.

Laporan keuangan terdiri atas laporan laba/rugi, arus kas, dan neraca. Berdasarkan laporan laba/rugi, EatBowl mendapatkan laba bersih selama 5 tahun, berturut-turut sebesar Rp. 74.292.279 pada tahun 2023, Rp 126.506.408 pada tahun 2024, Rp 133.843.692 pada tahun 2025, Rp 136.315.718 pada tahun 2026, Rp 143.921.549 pada tahun 2027. Dan untuk saldo kas pada akhir periode selama 5 tahun, Untuk tahun 2023 EatBowl memiliki saldo kas akhir sejumlah Rp.259.292.279, saldo kas akhir ditahun 2024 Rp.385.798.687, saldo kas akhir ditahun 2025 Rp.519.642.379, saldo kas akhir ditahun 2026 Rp.655.958.097, dan saldo kas akhir ditahun 2027 Rp.799.879.646. Pada laporan neraca, EatBowl selama 5 tahun mencatatkan nominal masing-masing Rp.955.963.267 pada tahun 2023, Rp.1.227.511.196 pada tahun 2024, Rp.1.382.452.507 pada tahun 2025, Rp 1.545.965.178 pada tahun 2026, Rp.1.713.224.963 pada tahun 2027.

## 2) Kelayakan Investasi

Analisis kelayakan investas yang digunakan untuk menganalisis usaha EatBowl, antara lain: analisis *Payback Period*, analisis *Net Present Value*, dan analisis *Profitability Index*. Berdasarkan hasil analisis Payback Period, EatBowl mampu mengembalikan modal awal usaha selama 2 tahun 9 bulan 13 hari. Untuk Net Present Value, EatBowl mendapatkan hasil positif sebesar Rp.353.350.699. Untuk hasil analisis Profitability Index, EatBowl mendapatkan angka Profitability Index sebesar 1,9. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis EatBowl layak untuk dijalankan.

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.

## 9.2 Rekomendasi Visibilitas Usaha

Tabel 9. 1

Tabel Break Even Point Rekomendasi Visibilitas Usaha EatBowl (Dalam Rupiah)

BEP				
Tahun	Fixed Cost	Total Variabel Cost	Sales	Break Even Point
2023	568.024.250	618.788.738	1.267.442.479	80.629.491
2024	541.854.600	643.188.469	1.318.140.178	133.097.109
2025	561.614.130	668.553.634	1.370.865.785	140.698.021
2026	587.333.663	694.922.534	1.425.700.417	143.444.220
2027	609.058.249	722.334.993	1.482.728.433	151.335.191

Sumber: EatBowl

Tabel 9. 2

Tabel Analisis Kelayakan Investasi Rekomendasi Visibilitas Usaha EatBowl

Analisis	Hasil analisis	Syarat Kelayakan	Keterangan
<i>Payback Period</i>	2 Tahun 9 bulan 13 hari	Kurang dari 5 tahun	<b>Layak</b>
<i>Net Present Value</i>	Rp. Rp.353.350.699	Lebih dari 0	<b>Layak</b>
<i>Profitability Index</i>	1,9	Lebih dari 1	<b>Layak</b>

Sumber : EatBowl

