



RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA “EATBOWL” DI BOULEVARD KELAPA GADING JAKARTA UTARA

Bui Lip Hendra

72180228

Drs. Brastoro, M.M.

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie,
Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

ABSTRAK

Bui Lip Hendra/ 72180228/ 2022/ Rencana Bisnis Pendirian Usaha EatBowl/ Pembimbing:
Brastoro, Drs., M.M.

EatBowl merupakan sebuah unit usaha yang bergerak di bidang kuliner atau *food and beverages* berfokus dalam menyediakan makanan berat, berupa ricebowl. EatBowl menawarkan beragam jenis menu *ricebowl*, antara lain menu Indonesian ricebowl, Japanese ricebowl, dan Chinese ricebowl.

Usaha EatBowl memiliki visi yaitu “Menjadi pilihan pertama dan solusi yang mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan makan”, dan misi yang membantu merealisasikan visi perusahaan, antara lain : Menyajikan hidangan menu yang beragam dengan cita rasa yang berkualitas dan harga yang terjangkau; Mengutamakan dan memperhatikan kebutuhan serta menjaga kepuasan konsumen terhadap produk EatBowl; Memberikan pelayanan yang terbaik dalam melayani konsumen.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, terdapat beberapa kompetitor yang bergerak dalam industri yang sama dengan EatBowl. Antara lain: Mangkokku, SecBowl, Siguurih, dan Jinae.

Menghadapi persaingan bisnis yang ketat, EatBowl menyusun berbagai strategi pemasaran untuk menjangkau pangsa pasar seluas mungkin. Strategi tersebut mencakup *advertising, sales promotion, personal selling, public relation*, dan *direct marketing*.

Proses operasi produk EatBowl dilakukan dengan menggunakan saluran distribusi secara langsung. Proses ini dimulai dari pemesanan bahan baku kepada pemasok hingga mengolah dan menyalurkan kepada konsumen.

EatBowl memiliki tim manajemen yang terdiri dari lima orang. Antara lain: owner yang merangkap sebagai manajer, dua orang chef, satu orang pelayan, dan satu orang kasir.

Kebutuhan investasi awal EatBowl adalah Rp393.739.317 dalam memulai usaha tersebut, agar dapat mempersiapkan berbagai peralatan, perlengkapan, sewa ruko, dan pemegangan uang kas untuk membeli kebutuhan bahan baku dan lainnya.

Menurut hasil payback period usaha EatBowl mampu mengembalikan modal dalam jangka waktu 2 tahun 9 bulan 13 hari. Untuk *Net Present Value*, EatBowl mendapatkan hasil positif

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.
- 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.



sebesar Rp 353.350.699. Untuk hasil analisis Profitability Index, EatBowl mendapatkan angka *Profitability Index* sebesar 1,9. Menurut hasil *break even point*, maka penjualan tahunan EatBowl mampu melebihi dari total biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel Hal ini menunjukkan bahwa bisnis EatBowl layak untuk dijalankan.

Kata Kunci: EatBowl, Pendirian Bisnis, *Ricebowl, Food and Beverages*

ABSTRACT

Bui Lip Hendra/ 72180228/ 2022/ *Business Plan EatBowl/ Advisor: Brastoro, Drs., M.M*

EatBowl is a business unit engaged in the culinary or food and beverages sector focusing on providing heavy food, in the form of rice bowls. EatBowl offers various types of rice bowl menus, including Indonesian rice bowls, Japanese rice bowls, and Chinese rice bowls.

EatBowl's business has a vision, namely "Being the first choice and solution that makes it easier for people to meet their food needs", and a mission that helps realize the company's vision, among others: Serving a variety of menu dishes with quality flavours and affordable prices; Prioritizing and paying attention to the needs and maintaining customer satisfaction with EatBowl products. Providing the best service in serving consumers.

In carrying out its business activities, there are several competitors engaged in the same industry as EatBowl. These include: Mangkokku, SecBowl, Siguurih, and Jinae.

In the face of intense business competition, EatBowl devised various marketing strategies to reach the widest possible market share. These strategies include advertising, sales promotion, personal selling, public relations, and direct marketing.

EatBowl product operation process is carried out using direct distribution channels. This process starts from ordering raw materials to suppliers to processing and distributing them to consumers.

EatBowl has a management team of five. Among others: the owner who doubles as a manager, two chefs, one waiter, and one cashier.

EatBowl's initial investment requirement is Rp.393,739,317 in starting the business, to be able to prepare various equipment, and supplies, rent for shop houses and hold cash to purchase raw materials and other needs.

According to the results of the payback period, EatBowl's business can return its capital within 2 years 9 months and 13 days. For Net Present Value, EatBowl got a positive result of Rp.353,350,699. For the Profitability Index analysis results, EatBowl gets a Profitability Index number of 1.9. According to the results of the break-even point, EatBowl's annual sales can exceed the total costs, namely fixed costs and variable costs. This shows that EatBowl's business is feasible to run.

Keywords: EatBowl, Business Establishment, *Ricebowl, Food and Beverages*



I. Pendahuluan

A. Gambaran Usaha

EatBowl Merupakan sebuah unit usaha yang bergerak di bidang kuliner atau *food and beverages* berfokus dalam menyediakan makanan berat, berupa *ricebowl*. EatBowl menawarkan beragam jenis menu *ricebowl*, antara lain menu *Indonesian ricebowl*, *Japanese ricebowl*, dan *Chinese ricebowl*. EatBowl akan didirikan di Boulevard Kelapa Gading, Jakarta Utara.

Dalam mendukung keberlangsungan suatu usaha penentuan sebuah visi dan misi serta tujuan dari usaha merupakan hal yang penting, hal ini dikarenakan dengan adanya visi, misi, serta tujuan yang mendasari sebuah usaha dapat mendukung kelangsungan hidup usaha tersebut di masa depan.

B. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Visi merupakan impian atau cita-cita suatu perusahaan yang dirangkai ke dalam bentuk kata-kata. Visi dibentuk oleh para pendiri suatu perusahaan sebagai tujuan masa depan dari suatu organisasi. Visi EatBowl sendiri adalah “Menjadi pilihan pertama dan solusi yang mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan makan”.

b. Misi

Misi merupakan langkah-langkah yang harus diambil oleh suatu perusahaan dalam mencapai visi utama dari perusahaan tersebut. Misi dari EatBowl dalam mencapai visi, adalah :

- 1) Menyajikan hidangan menu yang beragam dengan cita rasa yang berkualitas dan harga yang terjangkau



- 2) Mengutamakan dan memperhatikan kebutuhan serta menjaga kepuasan konsumen terhadap produk EatBowl

- 3) Memberikan pelayanan yang terbaik dalam melayani konsumen

C. Peluang Bisnis

Bisnis dibidang *food and beverages* merupakan salah satu bisnis yang memiliki peluang besar, mengingat makan dan minum merupakan kebutuhan utama masyarakat. Seiring dengan perkembangan teknologi, khususnya di bidang makanan telah menghadirkan banyak aplikasi layanan pesan antar makanan yang membantu dan mempermudah masyarakat dalam membeli makanan. Hal ini dapat dilihat dari survei yang dilakukan oleh databoks bahwa tingkat penggunaan aplikasi pesan-antar makanan di Indonesia menempati posisi tertinggi di dunia (Katadata.co.id, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa dalam mencari atau memesan makanan masyarakat Indonesia menyukai hal yang praktis. Oleh karena itu, dapat dilihat bahwa bisnis dibidang *food and beverages* ini memiliki peluang yang besar didukung dengan banyaknya aplikasi pesan-antar makanan yang ada di Indonesia, seperti Gofood, GrabFood, dan Shopee Food.

Salah satu aplikasi pesan-antar makanan terbesar di Indonesia, yaitu Gofood menyatakan bahwa ricebowl telah menjadi salah satu kuliner terfavorit di tahun 2021 (Pebrianto, 2021). Bahkan kuliner *ricebowl* telah menjadi tren sejak tahun 2019 dan akan tetap eksis sampai saat ini (Yulia, 2019). Hal ini diperkuat dengan kebiasaan masyarakat yang kerap menggunakan jasa pesan-antar makanan online. Oleh karena itu EatBowl memiliki prospek bisnis yang baik untuk dijalankan. Hal ini didukung oleh perubahan trend yang sedang berlangsung, daya beli dan perilaku konsumen.

D. Kebutuhan Dana

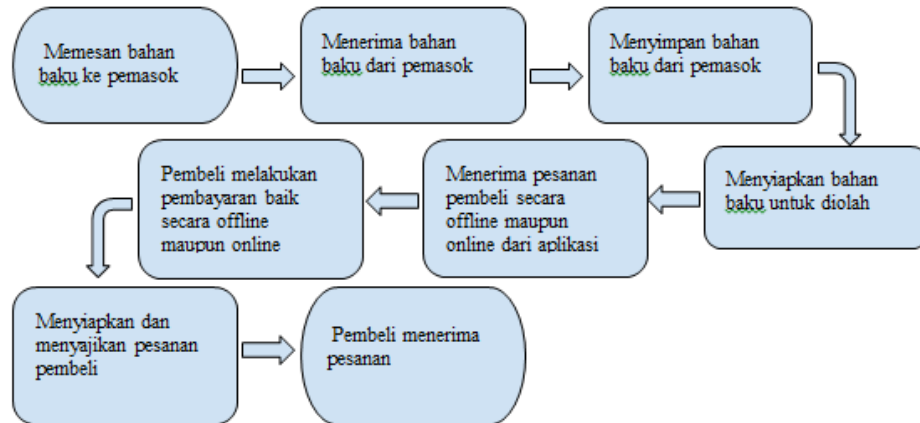
Dalam merealisasikan sebuah bisnis, kebutuhan dana merupakan hal penting dan menjadi kebutuhan utama dalam mendirikan sebuah usaha. Kebutuhan modal dalam merealisasikan



EatBowl berasal dari modal pribadi dan hibah dari orang tua. Total kebutuhan dana yang dibutuhkan EatBowl adalah sebesar Rp 393.739.317.

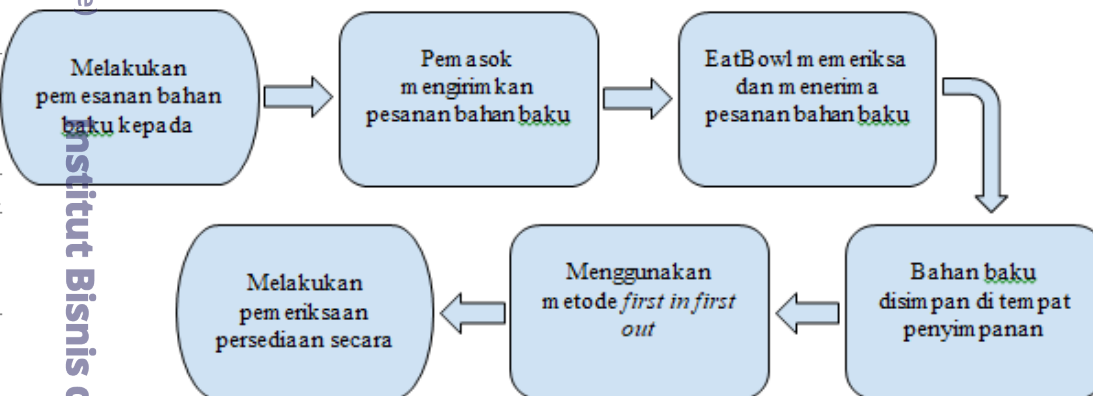
II. Rencana Produk/Jasa, Kebutuhan Operasional, dan Manajemen

A. Proses Operasi Produk



Sumber: EatBowl

B. Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan



Sumber: EatBowl

C. Rencana Peralatan dan Perlengkapan

1. Dianggap 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.



Peralatan digunakan EatBowl dalam menunjang kegiatan penjualan. Untuk peralatan, EatBowl menggunakan metode penyusutan garis lurus dengan nilai ekonomis selama 5 tahun

tanpa ada nilai sisa. Berikut merupakan rincian peralatan EatBowl.

Tabel Anggaran Peralatan EatBowl 2023

No	Keterangan Peralatan	Jumlah (Unit)	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
1	Set meja panjang, kursi panjang, dan meja kotak, sofa (1 meja 4 kursi/set)	10	1.000.000	10.000.000
2	Viva Colletion Rice Cooker Philips	3	300.000	900.000
3	Oxo One Double Deep Fryer	1	2.500.000	2.500.000
4	Panasonic Deep Freezer	1	3.500.000	3.500.000
5	Food Warmer Display	1	2.250.000	2.250.000
6	Juice Dispenser (3 tank)	1	1.000.000	1.000.000
7	AC Panasonic (1PK)	2	2.500.000	5.000.000
8	Samsung Galaxy Tab A	1	3.500.000	3.500.000
9	Printer Thermal	1	500.000	500.000
10	Kompur Gas	1	500.000	500.000
11	Teflon	3	200.000	600.000
12	Pisau	5	25.000	125.000
13	Talenan Kayu	2	20.000	40.000
14	Spatula	2	25.000	50.000
15	Mangkok Melamine	50	15.000	750.000
16	Sendok dan Garpu	50	20.000	1.000.000
17	Gelas minum	50	10.000	500.000
Total				32.715.000

Sumber: EatBowl

1. Dilarang menjiplak atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menuliskan sumbernya.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Perlengkapan juga menjadi penunjang proses bisnis dari EatBowl sama halnya dengan peralatan. Akan tetapi perlengkapan memiliki masa waktu penggunaan yang lebih singkat. Berikut

merupakan rincian perlengkapan EatBowl.

Tabel Anggaran Perlengkapan EatBowl 2023

No	Keterangan Perlengkapan	Jumlah (Unit)	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
1	Banner	2	100.000	200.000
2	X-Banner	2	75.000	150.000
3	Seragam Eat-Bowl	5	100.000	500.000
4	Sapu dan pel	4	20.000	80.000
5	Kertas Struk Kasir	50	10.000	500.000
6	Sabun cuci piring (1L)	12	15.000	180.000
7	Sabun cuci tangan (1L)	12	16.000	192.000
8	Mangkok plastik	36,213	300	10.863.900
9	Sendok plastik	36,213	100	3.621.300
10	Strap label	36,213	200	7.242.600
Total				23.529.800

Sumber: EatBowl

Tabel Anggaran Perlengkapan EatBowl Tahun 2023-2027 (Dalam Rupiah)

Tahun	Biaya Perlengkapan
2023	23.529.800
2024	24.235.694
2025	24.962.764
2026	25.711.648

1. Dilarang menyalin atau menjiplak isi buku ini untuk kepentingan penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2027

26.482.997

Sumber: EatBowl

Tabel Anggaran Biaya Bahan Baku EatBowl Januari 2023

No.	Keterangan	Januari		Harga/unit (Rp)	Biaya Bulan Januari (Rp)
		Jumlah	Satuan		
1	Daging sapi	120	Kg	80.000	9.600.000
2	Daging ayam	465	Kg	20.000	9.300.000
3	Cumi asin	37.5	Kg	60.000	2.250.000
4	Telur	150	Kg	18.000	2.700.000
5	Telur asin	600	Butir	2.500	1.500.000
6	Bayang bombay	15	Kg	14.000	210.000
7	Bayang putih	45	Kg	27.000	1.215.000
8	Bayang merah	22.5	Kg	35.000	787.500
9	Cabai rawit	300	Gram	50	15.000
10	Cabai hijau	15	Kg	28.000	420.000
11	Jalre	3.000	Gram	25	900.000
12	Lengkuas	108.000	Gram	25	75.000
13	Ketumbar	1.500	Gram	60	90.000
14	Sereh	6.000	Gram	25	150.000
15	Kunyit	3.000	Gram	10	30.000
16	Daun salam	1.500	Gram	30	45.000
17	Daun jeruk	1.500	Gram	60	90.000
18	Daun kari	1.500	Gram	60	90.000
19	Wortel	7.5	Kg	10.000	75.000
20	Kentang	15	Kg	10.000	150.000
21	Tomat hijau	3.000	Gram	25	75.000



22	Tepung terigu	60	Kg	10.000	600.000
23	Tepung roti	30	Kg	10.000	300.000
24	Baking powder	750	Gram	120	90.000
25	Chicken powder	1.500	Gram	100	150.000
26	Margarin	1.500	Gram	20	30.000
27	Mirin Japanese sauce	18.000	ML	50	900.000
28	Japanese Curry Sauce	600	Buah	3000	1.800.000
29	Soy sauce	18.000	ML	50	900.000
30	Minyak wijen	9.000	ML	80	720.000
31	Kecap ikan	10.500	Kg	70	735.000
32	Kecap Inggris	9.000	ML	65	585.000
33	Garam	9.000	Gram	11	99.000
34	Gula	9.000	Gram	13	117.000
35	Lada	9000	Gram	200	1.800.000
36	Susu kental manis	6.000	Gram	25	150.000
37	Susu cair	22.500	ML	20	450.000
38	Minyak goreng	60	L	12.000	720.000
39	Beras	360	Kg	10.000	3.600.000
Total					43.513.500

Sumber: EatBowl

Tabel Anggaran Biaya Bahan Baku EatBowl Tahun 2023-2027

Tahun	Ramalan Biaya Bahan Baku
2023	583.606.938
2024	606.951.215
2025	631.229.263

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



2026	656.478.433
2027	682.737.570

Sumber: EatBowl

III. Strategi Pemasaran

A. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografi merupakan pembagian pasar berdasarkan pada wilayah ataupun daerah tertentu. Dengan melakukan segmentasi terhadap kondisi geografis atau wilayah tertentu, bisnis dapat mengetahui wilayah-wilayah potensial yang dapat menjadi target yang dituju untuk menjalankan bisnis. 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. Lebih lanjut, toko yang dibuka EatBowl terletak di ruko Boulevard Kelapa Gading yang menjadi wisata kuliner yang ramai didatangi penduduk sekitar ataupun luar Kelapa Gading.

B. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografi merupakan pembagian pasar berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, kebangsaan, pendapatan, dan lainnya. Melalui latar belakang seseorang, hal ini mempengaruhi perilaku yang dilakukan. Dilihat dari usia, EatBowl menargetkan pasar pada rentang usia 13-60 tahun. Hal ini dapat diketahui bahwa segala jenis usia tetap dapat mengonsumsi EatBowl yang memiliki banyak varian menu sesuai selera masing-masing. Terkait pendapatan, EatBowl dapat dikonsumsi oleh masyarakat berpendapatan menengah keatas. EatBowl juga menargetkan segmentasi pekerja dari berbagai profesi yang ingin mengonsumsi makanan secara praktis dan mudah.

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



C. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografi merupakan pembagian pasar berdasarkan kepribadian, gaya hidup atau lifestyle, serta kelas sosial seseorang. EatBowl menargetkan masyarakat dengan gaya hidup yang praktis dan serba cepat. Selain itu juga, EatBowl menyajikan makanan yang sehat dengan cara konsumsi yang mudah, tentunya hal ini menjadi suatu daya tarik bagi masyarakat di tengah pandemi yang lebih aware terhadap kesehatan dan pola makan yang sehat. Melalui kemudahan dalam mengonsumsi EatBowl, pembeli dapat memesan EatBowl secara online delivery maupun take away dengan kemasan yang praktis mengingat masyarakat juga lebih banyak memilih untuk mengonsumsi makanan dari rumah.

IV. Strategi Promosi

A. Advertising

EatBowl menggunakan media digital advertising yaitu IG & FB Ads untuk meningkatkan penjualan. EatBowl juga akan menargetkan jangkauan IG & FB Ads untuk di wilayah DKI Jakarta terlebih dahulu, terkhususnya Jakarta Utara untuk target penonton iklannya. Melalui IG Ads, EatBowl juga lebih banyak memposting iklan di IG Story yang dapat menjangkau para pengguna IG dengan mudah mengingat masyarakat lebih sering untuk membuka story dan dapat di direct ke link pembelian.

B. Sales Promotion

Dalam menerapkan sales promotion, EatBowl menawarkan berbagai jenis paket pembelian, seperti: paket hemat free minum, paket berdua, paket keluarga. Selain itu EatBowl juga

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber atau mengutipnya tanpa izin institusi yang bersangkutan.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



akan menawarkan harga special pada event-event tertentu, seperti: event hari raya besar, anniversary restoran EatBowl.

C. Personal Selling

Eatbowl akan membuka booth di beberapa event-event makanan/kuliner di mall dan tempat lain. Di booth tersebut EatBowl juga menempatkan 1-2 sales promotion girl/boy yang akan melakukan personal selling ke pengunjung yang datang untuk menawarkan EatBowl.

D. Public Relation

Citra dari suatu perusahaan dapat menjadi salah satu faktor penentu bagi calon konsumen ketika konsumen akan melakukan pembelian terhadap produk atau jasa. Dalam menjaga hubungan dengan konsumen, EatBowl akan menyediakan layanan berupa chat dengan customer service, yang akan membantu para konsumen dalam menjelaskan produk, melakukan transaksi pembelian, serta menampung feedback dari para konsumen.

E. Direct Marketing

EatBowl menggunakan platform seperti Whatsapp & Email Blast untuk membagikan beberapa promo-promo menarik kepada pembeli. Selain untuk menarik pembeli agar kembali melakukan pembelian, langkah ini juga dapat meningkatkan loyalitas dari pelanggan yang pada akhirnya juga akan meningkatkan penjualan EatBowl.

V. Keuangan

A. 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.

B. Kelayakan Investasi

Berdasarkan hasil analisis kelayakan investasi EatBowl, diketahui bahwa hasil payback period, EatBowl mampu mengembalikan modal dalam jangka waktu 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. Oleh karena itu, nilai $PI > 1$ sehingga bisnis EatBowl layak untuk dijalankan. Menurut hasil *break even point*, maka penjualan tahunan EatBowl mampu melebihi dari total biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel Hal ini menunjukkan bahwa bisnis EatBowl layak untuk dijalankan.

VI. Antisipasi Risiko Usaha

A. Faktor Internal

- 1) Sumber daya manusia yang mengundurkan diri (*resign*) atau dikeluarkan

EatBowl akan membuat perjanjian untuk calon pekerja dalam bentuk kontrak yang jelas, dengan adanya perjanjian dengan pekerja dalam bentuk kontrak ini dapat meminimalisir risiko tenaga kerja yang mengundurkan diri secara tiba-tiba, karena dikontrak



tersebut akan terdapat keterangan mengenai minimal waktu lama bekerja sebelum diperbolehkan melakukan *resign*, dan akan ada keterangan mengenai penalti yang diterima oleh pekerja jika melanggar.

2) Kelalaian dan kecurangan yang dilakukan oleh sumber daya manusia

EatBowl memberikan manual book dan juga menjelaskan standar operasi prosedur kepada para tenaga kerja, hal ini bertujuan untuk mencegah serta meminimalisir adanya kesalahan akibat dari kelalaian yang dilakukan oleh para tenaga kerja EatBowl. Dalam mengantisipasi terjadinya kecurangan yang dilakukan oleh sumber daya manusia, EatBowl melakukan audit setiap bulannya untuk mengecek apakah kegiatan usaha yang tercatat sesuai dengan apa yang dijalankan. Selain itu, untuk memantau kinerja dan aktivitas dari para tenaga kerja di lokasi usaha, akan dipasang kamera CCTV di setiap sudut tempat usaha.

B. Faktor Eksternal

1) Permasalahan terhadap bahan baku dari supplier

EatBowl akan mencari pemasok-pemasok baru untuk bekerjasama dalam menyediakan bahan baku yang diperlukan. EatBowl juga akan membuat perjanjian dengan para pemasok untuk bersedia bertanggung jawab atas bahan baku yang rusak dengan memberikan retur terhadap bahan baku tersebut. Selain itu, EatBowl dengan memiliki pemasok lebih dari satu, hal ini akan membuat kegiatan usaha dari EatBowl menjadi lebih aman. Dikarenakan jika salah satu dari pemasok mengalami masalah atau kendala, hal ini tidak akan mengganggu kegiatan usaha EatBowl, dan kegiatan usaha masih tetap berjalan sebagaimana mestinya.

2) Perubahan regulasi aplikasi layanan pesan antar makanan



Dalam mengantisipasi perubahan regulasi aplikasi layanan pesan antar makanan dari segi kenaikan biaya administrasi layanan pesan antar makanan. EatBowl akan melakukan penyesuaian strategi harga yang diikuti dengan promosi agar tetap mampu mendorong penjualan secara online.

Selain itu, dalam menghadapi hal tersebut, EatBowl juga akan memperluas hubungan kerjasama dengan beberapa aplikasi layanan pesan antar makanan lainnya. Hal ini dilakukan untuk memperluas jangkauan distribusi penjualan secara online dan menjadi opsi bagi pelanggan untuk memilih melakukan pembelian dari berbagai aplikasi.

3) Munculnya pesaing baru

Dalam menghadapi risiko munculnya pesaing baru, hal yang akan dilakukan oleh EatBowl adalah dengan menjaga reputasi *brand* dan meningkatkan hubungan jangka panjang dengan konsumen untuk membentuk sebuah *customer loyalty*. Selain itu EatBowl juga akan selalu melakukan inovasi terhadap produk-produknya dengan mengikuti trend yang sedang berlangsung agar dapat menarik dan mempertahankan pangsa pasar. Dan dari segi strategi, EatBowl juga akan melakukan riset serta pembaruan strategi baik dari segi pemasaran, manajemen, dan operasional EatBowl.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



C. Daftar Pustaka

Sumber Buku

1. Agus. (2017). *Manajemen Organisasi*. Mataram: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Mataram.
- Brigham, E. ., & Houston, J. . (2019). *Fundamentals of Financial Management 15th edition* (15th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Budiman, N., Mulyani, S., & Wijayani, D. (2019). *Perpajakan*. Universitas Muria Kudus.
- David, F R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach 16 edition* (16 edition). England: Pearson.
- Hasibuan, M. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Heizer, J. & Render, B. (2017). *Manajemen Operasi edisi 11*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Seventeenth Edition* (17th ed.). United States: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. Armstrong, G., Harris, L. C., & Piercy, N. (2017). *Principles of Marketing* (7th Europe). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Zutter, C., & Smart, S. . (2019). *Principles of Managerial Finance 15th edition* (15th ed.). USA: Pearson Education.

Sumber Website

- Alaydrus, H. (2022). *Hadapi Tahun 2022, Airlangga Tegaskan Fundamental Ekonomi Indonesia Sehat*. Diakses 15 Mei 2022. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220101/9/1484332/hadapi-tahun-2022-airlangga-tegaskan-fundamental-ekonomi-indonesia-sehat>
- Ariani, R. (2021). *Pengenaan Pajak atas Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Diakses 15 Mei 2022. <https://www.pajak.com/pwf/pengenaan-pajak-atas-pelaku-usaha-mikro-kecil-dan-menengahumkm/>
- Bank Central Asia. (2022). *Tahapan Gold*. Diakses 17 Juli 2022. <https://www.bca.co.id/en/Individu/produk/simpanan/Tahapan-Gold>
- Bayu, D. J. (2021). *Daya Tahan Industri Makanan dan Minuman di Masa Pandemi Covid-19*. *Katadata.Co.Id*. Diakses 14 Mei 2022. <https://katadata.co.id/ariayudhistira/analisisdata/6108e72a74512/daya-tahan-industri-makanan-dan-minuman-di-masa-pandemi-covid-19>
- Foodizz. (2021). *Berapa Persen Biaya Marketing? Ini 5 Pendekatan dalam penentuan budgetnya*.



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

**PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA**

Telah diterima dari

Nama Mahasiswa / I : Bui Lip Hendra

NIM : 72180228

Judul Karya Akhir : Rencana Bisnis Pendirian Usaha "Eatbowl" di Boulevard

72180228

Tanggal Sidang : 20 - September 2022

Rencana Bisnis Pendirian Usaha "Eatbowl" di Boulevard
Kelapa Gading Jakarta Utara

Jakarta, 3 / Oktober 20 22

Mahasiswa

(Bui Lip Hendra)

Pembimbing

(Brastoro)