

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

9.1 Ringkasan Kegiatan Usaha

a. Konsep Bisnis

Dapur Mommyku adalah usaha yang bergerak di bidang usaha *F&B (Food & Beverage)* yang menjual makanan rumahan dengan rasa yang terjamin enak dan berkualitas. Pemilik usaha memberikan nama usaha dengan nama Dapur Mommyku agar konsumen dapat mengingat nama usaha dengan mudah sehingga dapat menciptakan brand awareness dengan baik. Ide bisnis Dapur Mommyku berawal dari keresahan pemilik usaha dalam melihat banyaknya wanita karir yang sudah berkeluarga menjadi kurang memperhatikan kebutuhan konsumsi keluarganya karena pekerjaan yang memaksanya lembur.

b. Visi dan Misi perusahaan

Visi Perusahaan:

menjadi bisnis makanan yang memiliki kualitas dan rasa terbaik untuk menghasilkan kepuasan konsumen.

Misi Perusahaan:

- 1) Memperoleh profit dari penjualan setiap bulannya
- 2) Menjadi penyedia bisnis makanan makanan terbaik di Jakarta Barat
- 3) Memberikan lapangan pekerjaan untuk orang yang membutuhkan
- 4) Memberikan pelayanan dan kualitas makanan yang terbaik
- 5) Memberikan pengalaman baru dalam menjalankan bisnis





c. Produk / jasa

Produk yang ditawarkan Dapur Mommyku adalah produk makanan yang memiliki beberapa varian menu diantaranya adalah ayam goreng camba dengan nasi, ayam goreng kremes bumbu kuning dengan nasi, hekung udang dengan nasi, dan opor ayam dengan nasi.

d. Persaingan

Disekitar lokasi usaha Dapur Mommyku terdapat 2 pesaing yaitu Ny. Hendrawan dan Kantin Madu. Kedua usaha ini sudah lebih dulu berjalan, sehingga sudah mendapatkan kepercayaan konsumennya. Maka pemilik usaha akan berfokus dalam melakukan promosi dan berinovasi untuk dapat bersaing dengan kedua usaha pesaing tersebut.

e. Target dan ukuran pasar

Target pasar Dapur Mommyku adalah untuk masyarakat dari kalangan menengah hingga kalangan keatas, dan dapat dinikmati oleh segala umur dengan latar belakang pendidikan dan pekerjaan apa saja. Selain itu, berdasarkan wilayah maka target pasar Dapur Mommyku adalah masyarakat yang berada di sekitar wilayah Mangga Besar, Jakarta Barat.

f. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang direncanakan Dapur Mommyku adalah:

- 1) Melakukan promosi melalui media sosial seperti instagram.
- 2) menggunakan jasa endorsement kepada beberapa selebgram, atau food vlogger yang terkenal.
- 3) Mengeluarkan promo-promo yang menarik dari hasil kerjasama Dapur Mommyku dengan layanan pengantar makanan online seperti GoFood, GrabFood. ShopeeFood dan Traveloka Eats

© 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) Menggunakan packaging yang ramah lingkungan sebagai salah satu keunggulan yang bisa ditonjolkan oleh Dapur Mommyku saat melakukan promosi

g. Tim manajemen

Karena usaha yang masih bersifat baru dan berskala kecil, Dapur Mommyku menggunakan struktur organisasi sederhana, sehingga pemilik usaha berperan sebagai manager. Tugas manager sendiri adalah yang bertanggung jawab dan berpengaruh dalam memberikan setiap keputusan dan kebijakan usaha. jumlah pegawai Dapur Mommyku hanya 2 orang, dengan rincian satu orang sebagai Chef dan satu orang yang mengurus bagian kasir

h. Kelayakan keuangan

Berikut kesimpulan dari hasil analisis kelayakan keuangan Dapur Mommyku

Tabel 9.1

Kesimpulan Kelayakan Keuangan

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisa	Kesimpulan
Payback Period (PP)	5 Tahun	2 Tahun 11 Bulan 4 hari	Layak
Net Present Value (NPV)	NPV > 0	Rp202.496.688	Layak
Profitability Indeks (PI)	PI > 0	3,193506364	Layak
Break Even Point (BEP)	Penjualan > Nilai BEP	Penjualan > Nilai BEP per Tahun	Layak

Sumber: Bab 7, data diolah



9.2. Rekomendasi Visibilitas Usaha



Berdasarkan keseluruhan perencanaan bisnis dan analisis kelayakan usaha dan investasi pada Bab 7 dapat menunjukkan jika usaha Dapur Mommyku layak untuk dijalankan.

Hak Cipta milik IBI KKG (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.