KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF

9.1 Ringkasan Kegiatan Usaha

a. Konsep Bisnis

The Ricebowl's merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner yang menyediakan makanan dalam wadah. Ricebowl hadir sebagai pilihan makanan yang praktis, mudah untuk dikonsumsi dan tentunya mengenyangkan perut. The Ricebowl's menerima pesanan untuk acara-acara seperti pernikahan, ulang tahun, sunatan dan masih banyak lagi. Penulis memilih menggunakan nama The Ricebowl's karena unik dan belum ada yang menggunakan. Waktu operasional The Ricebowl's adalah hari Senin sampai Minggu pukul 10.00 sampai 20.00.

b. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari The Ricebowl's adalah menjadikan ricebowl sebagai makanan pilihan dan diterima oleh masyarakat serta membuat usaha ricebowl terbaik yang memiliki banyak cabang diberbagai daerah.

Misi dari The Ricebowl's adalah

1) Memberikan menu Ricebowl yang fleksibel sesuai selera masyarakat.
2) Memberikan pelayanan dengan ramah dan senyum yang bertujuan memuaskan pelanggan.
3) Memberikan kemudahan melayani kebutuhan makan masyarakat yang mencangkup segala kalangan.

4) Membantu membuka lapangan pekerjaan baru.

c. Produk atau Jasa

The Ricebowl's merupakan bisnis yang menjual produk makanan yaitu *ricebowl* secara *offline* dan *online*. Menu yang dijual antara lain ayam geprek, ayam sambal ijo dan indomie ayam geprek. Seiring berjalannya waktu tentunya menu yang dijual akan semakin bertambah.

d. Persaingan

Persaingan merupakan hal biasa yang sering ditemukan dalam berbisnis. The Ricebowl's memiliki pesaing yaitu Ayam Keprabon Express dan Ayam Koplo By Hangry. Kedua pesaing ini berlokasi di Kelapa Gading. Kedua pesaing ini sudah ada terlebih dahulu sebelum berdirinya The Ricebowl's sehingga sudah lebih dikenal dan menjadi pilihan oleh sebagian masyarakat. The Ricebowl's mempunyai diferensiasi dan strategi pemasaran sehingga dapat bersaing dalam pasar dengan kompetitor usaha yang sejenis.

e. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar The Ricebowl's adalah pria dan wanita. Semua umur dapat menikmati menu The Ricebowl's karena menggunakan bahan baku yang segar dan tidak menggunakan bahan baku yang mengandung pengawet dan bisa melakukan permintaan khusus yaitu tidak menggunakan sambal kepada pelanggan yang tidak bisa memakan pedas. Produk The Ricebowl's dapat dijangkau oleh semua kalangan baik kalangan atas maupun bawah karena harga yang diberikan sangat terjangkau. The Ricebowl's berfokus pada kelompok masyarakat yang gaya hidupnya biasa-biasa saja.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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 milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

f. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang akan dilakukan The Ricebowl's adalah melakuakan pemasaran online melalui sosial media seperti Instagram, Tiktok, Facebook, dan Whatsapps. The Ricebowl's akan memberikan harga dibawah harga pesaing. Dengan seiring berjalannya waktu, The Ricebowl's akan menciptakan menu baru yang tentunya menjadi ciri khas dan berbeda dari para pesaing.

g. Tim Manajemen

Kebutuhan tenaga kerja yang dibutuhkan The Ricebowl's dalam menjalankan usahanya sebanyak 4 orang, yang terdiri dari manajer yang sekaligus merupakan pemilik usaha, pelayan dan juga koki. Manajer bertanggung jawab penuh atas segala pekerjaan yang dilakukan oleh tenaga kerja. Manajer memiliki tugas yaitu menentukan strategi usaha, mengotrol seluruh kegiatan usaha dan mengawasi kinerja kerja para karyawan. Seluruh karyawan yang bekerja merupakan pekerja *full time*. Waktu operasional The Ricebowl's adalah hari Senin sampai Minggu pukul 10.00 sampai 09.00.

h. Kelayakan Keuangan

Berdasarkan hasil perhitungan di sub bab 7.11 dan 7.12 maka kelayakan keuangan The Ricebowl's dapat dilihat sebagai berikut:

1) *PayBack Period* = 2 Tahun 4 Bulan 9 Hari
2) *Net Present Value* = Rp 741,289,863 > 0 yang berarti hasilnya positif
3) *Profitability Index* = 8.01 > 1 artinya menguntungkan
4) *Break Even Point* = Angka penjualan lebih besar dari angka BEP setiap tahunnya

a) Rp658,221,906 > Rp467,369,875

b) Rp724,044,097 > Rp484,756,751

c) Rp796,448,507> Rp504,447,417

d) Rp876,093,357> Rp526,493,883

e) Rp963,702,693> Rp550,967,146

Kesimpulannya adalah The Ricebowl's dapat disimpulkan bahwa TheRicebowl's adalah usaha yang baik dan layak untuk dijalankan

9.2 Rekomendasi Visibilitas Usaha

The Ricebowl's layak untuk dijalankan karena berdasarkan hasil analisis dengan metode *Payback Period*, *Net Present Value*, *Profitability Index* dan *Break Even Point*. Berdasarkan angka dari *Payback Period* usaha ini dapat mengembalikan modal awal dalam jangka waktu 1 Tahun 7 Bulan 11 Hari dimana ini dapat dibilang tidak terlalu lama karena masih dibawah 5 tahun. Jika dilihat dari *net present value* maka The Ricebowl's menghasilkan arus kas positif dengan Rp 655,961,845, angka tersebut lebih besar dari nilai investasi. Berikutnya hasil dari *profitability index*, The Ricebowl's memberikan keuntungan *(profit)* 7.26 kali dari investasi di awal.

Tabel 9.1 Analisis Kelayakan The Ricebowl's

Keterangan	Hasil Analisis	Syarat Kelayakan	Keterangan
Payback Period	2 tahun 4 bulan 9 hari	Kurang dari 5 Tahun	Layak
Net Present Value	Rp 741,289,863	Lebih dari 0	Layak
Profitability Index	8.01	Lebih dari 1	Layak
Break Even Point	Penjualan > BEP	Penjualan > BEP per Tahun	Layak

Sumber : The Ricebowl's, 2022

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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 milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian