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 Gie

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

a. Konsep Bisnis

Kegiatan usaha yang direncanakan oleh Mie Ayam Cik'Tin adalah usaha yang bergerak di bidang kuliner yang menyediakan makanan utama yaitu mie ayam. Mie Ayam Cik'Tin menjual mie ayam dengan khas semarang yang dimana rasa yang disajikan dominan manis dengan berbagai macam topping tambahan seperti sayap ayam, ceket, ati ampela, telur, dll.

Mie ayam Cik'Tin berlokasi di Kompleks Sentra Onderdil RT.008/RW.017, Pejuang, Kecamatan Medan Satria, Kota Bks, Jawa Barat 17131.

b. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Mie Ayam Cik'Tin adalah memperkenalkan Cik'Tin kepada masyarakat luas sehingga menjadi pilihan pelanggan pecinta mie ayam dan diterima baik oleh masyarakat.

Misi Mie Ayam Cik'Tin adalah

1) Mengelola dan menjalankan bisnis dengan jujur sehingga dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan.
2) Menjaga kualitas dan pelayanan sehingga pelanggan menjadikan kita sebagai pilihan pertama dengan tujuan menjadi pelanggan tetap.

3) Menjadikan Mie Ayam khas semarang menjadi mie ayam paling favorit di lidah masyarakat.

c. Produk atau Jasa

Mie Ayam Cik'Tin merupakan bisnis yang menjual produk berupa makanan yaitu mie ayam khas semarang sebagai menu utamanya dan memiliki pilihan varian mie seperti mie kecil, mie lebar, bihun, dan kwetiau. Selain varian mie nya Mie Ayam Cik'Tin juga memberikan pilihan-pilihan topping tambahan seperti telur, sayap ayam, ceker, ati ampela, dll.

d. Persaingan

Pesaing dari Mie Ayam Cik'Tin adalah Bakmie Bangka Akhiong dan juga Mie Obama yang berada di sekitar tempat usaha Mie Ayam Cik'Tin di Bekasi-Harapan Indah.

e. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar dari mie ayam Cik'Tin adalah masyarakat kalangan bawah sampai menengah keatas yang berdomisili di sekitar Bekasi khususnya di daerah Harapan Indah.

f. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang di terapkan oleh Mie Ayam Cik'Tin adalah:

1. Diferensiasi

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

Strategi diferensiasi yang dilakukan oleh Mie Ayam Cik'Tin adalah dengan menyediakan dan memfasilitasi setiap pelayanan dengan baik mulai dari operasional toko hingga pelayanan kepada pelanggan seperti memberikan harga yang terbaik sehingga pelanggan merasa puas dengan apa yang mereka bayar dengan apa yang mereka dapatkan dan juga memberikan cita rasa khas semarang yang berbeda dengan kompetitor lainya dan juga ada tambahan tambahan topping lainya seperti telur ayam, sayap ayam, ati ampela, pangsit, bakso, dll. Tentunya dengan rasa khas semarang yang cenderung manis atau semur kecap.

2. Positioning

mie ayam Cik'Tin menempatkan dan memposisikan diri di dalam benak pelanggan bahwa mie ayam yang kita jual ini mie ayam khas semarang yang cenderung manis dengan bumbu khas jawa yang menargetkan pecinta hidangan mie yang taste nya cenderung manis.

3. Penetapan Harga

Mie Ayam Cik'Tin menggunakan metode Cost - Based Pricing untuk menentukan harga produk yang dijual berdasarkan biaya produksi dalam proses pembuatan mie ayam.

4. Saluran Distribusi

Mie Ayam Cik'Tin menggunakan saluran distribusi Zero level channel karena setiap barang yang dijual kepada pelanggan langsung dijual

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

oleh mie ayam Cik'Tin melalui proses pengolahan bahan baku yang di ambil dari supplier.

g. Tim Manajemen

Mie Ayam Cik'Tin membutuhkan tenaga kerja sebanyak lima orang yang terbagi sebagai manajer, kasir, chef, dan pelayan. Di karenakan sumber daya manusia yang terbatas pemilik Mie Ayam Cik'Tin ikut turun tangan langsung dengan mengambil peran sebagai manajer yang memimpin usaha ini dan juga sebagai kasir yang mengurus kegiatan transaksi.

h. Kelayakan Keuangan

Berdasarkan analisis kelayakan usaha yang dilakukan untuk melihat apakah usaha yang dijalankan layak atau tidak layak. Analisa yang dilakukan oleh Mie Ayam Cik'Tin menggunakan 3 metode yaitu *Payback Period*, *Net Present Value*, dan *Profitability Index*. Pada *Payback Period* yang memiliki waktu pengembalian modal selama 5 tahun, berdasarkan perhitungan Mie Ayam Cik'Tin pengembalian modal yang dibutuhkan adalah 2 Tahun 4 Bulan 18 Hari. Hasil analisa dari *Payback Period* menunjukkan usaha Mie Ayam Cik'Tin layak untuk dijalankan. Dari hasil analisa *Net Present Value,* Mie Ayam Cik'Tin mendapatkan nilai sebesar Rp. 688.054.747. Hasil tersebut menunjukkan bahwa NPV Mie Ayam Cik'Tin lebih dari 0, hal ini menunjukkan bahwa usaha Mie Ayam Cik'Tin layak untuk dijalankan. Dari hasil analisa *Profitability Index* menunjukkan bahwa *PI* Mie Ayam Cik'Tin yaitu 3,8. Hasil *PI* Mie Ayam Cik'Tin

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

menunjukkan lebih dari satu dan usaha Mie Ayam Cik'Tin dinyatakan layak untuk dijalankan.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Usaha Mie Ayam Cik'Tin layak untuk dijalankan dikarenakan telah dilakukan analisis dengan menggunakan *Payback Period, Net Present Value, Profitability Index*, dan *Break Even Point*. Menurut hasil *Payback Period* Mie Ayam Cik'Tin mampu mengembalikan nilai investasi atau modal dalam jangka waktu 1 tahun 11 bulan 29 hari, menurut *Net Present Value* usaha ini memiliki nilai positif sebesar 688.054.747, menurut *Profitability Index* usaha ini memiliki nilai sebesar 3,8 yang nilai lebih dari 0, menurut *Break Even Point* usaha ini memiliki nilai penjualan tahunan yang lebih besar dari BEP setiap tahunnya.

Tabel 9.1 Rekomendasi Visibilitas Usaha

Analisis	Hasil Analisis	Syarat Kelayakan	Keterangan
Payback Period	2 Tahun 4 Bulan 18 hari	Kurang dari 5 tahun	Layak
Net Present Value	688.054.747	Lebih dari 0	Layak
Profitability Index	3,8	Lebih dari 1	Layak
Break Even Point	Penjualan > Nilai BEP	Penjualan > Nilai BEP	Layak

Sumber: Mie Ayam Cik'Tin

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 Gie