



RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA KEDAI BAKMIE BANGKA KO HIUNG

DI BEKASI

Chandrika Gunadi

Dibimbing oleh Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav.87, Sunter – Jakarta Utara

Telp: 0813 8820 3457

74180264@student.kwikkiangie.ac.id , chaandmoon6@gmail.com

ABSTRAK

Chandrika Gunadi / 74180264 / 2022 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung di Bekasi / Dosen Pembimbing: Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si.

Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung adalah sebuah bisnis yang bergerak dibidang kuliner yang fokus utamanya menjual bakmie yang direncanakan akan dijual langsung untuk makan ditempat yang terletak di Pasar Modern Harapan Indah Bekasi dan melalui *platform online* seperti *Gojek*, *Grab* dan *Shopee Food*.

Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung mempunyai visi yaitu “ingin memperkenalkan bakmie khas daerah Bangka kepada masyarakat yang belum pernah mencoba sama sekali dan membuatnya menjadi dapat diterima oleh masyarakat.”

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung dijalankan oleh lima orang, yang diantaranya adalah manajer, pembuat bakmie, pelayan dua orang dan kasir.

Produk yang ditawarkan oleh Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung adalah bakmie yang mempunyai 3 varian yaitu bakmie ayam khas Bangka, bakmie spesial dan bakmie komplit.

Kebutuhan investasi awal Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung adalah sebesar Rp. 104.833.500,00 yang mana dibutuhkan untuk kebutuhan biaya peralatan, perlengkapan, pemasaran, bahan baku, sewa gedung dan kas awal. Investasi awal ini berasal dari tabungan pribadi penulis dan sebagian bantuan dari orang tua penulis.

Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung beroperasi selama 6 hari kerja dengan waktu 10 jam dari pukul 09.00 – 19.00.

Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung menggunakan sebuah analisis kelayakan investasi untuk mengetahui tingkat kelayakan bisnis ini dengan menggunakan analisis *payback period* dengan waktu kembali selama 2 Tahun 9 Bulan dan 5 Hari, *net present value* yang positif sebesar Rp. 302.019.973,70, *profitability index* sebesar 3,88 dan *break even point* yang selalu mendapat hasil positif dalam waktu 5 tahun.

Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung adalah sebuah usaha yang dapat dikatakan layak untuk dijalankan karena mempunyai analisis kelayakan investasi dan usaha yang baik.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRACT

Chandrika Gunadi / 74180264 / 2022 / *Business Plan for the Establishment of a “Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung” in Bekasi / Advisor: Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Sc.*

Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung is a business engaged in the culinary field whose main focus is selling noodles which are planned to be sold directly for eating at places located at Pasar Modern Harapan Indah Bekasi and through online platforms such as Gojek, Grab and Shopee Food.

Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung has a vision that is "to introduce Bangka's typical bakmie to people who have never tried it and make it acceptable to the public."

In carrying out its business activities, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung is run by five people, including a manager, a noodle maker, two waiters and a cashier.

The products offered by Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung are noodles that have 3 variants, namely Bangka chicken noodles, special noodles and complete noodles.

The initial investment requirement for Bakmie Bangka Ko Hiung is Rp. 104,833,500.00 which is needed for the needs of equipment, supplies, marketing, raw materials, building rent and initial cash. This initial investment came from the author's personal savings and partly assistance from the author's parents.

Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung operates for 6 working days with 10 hours from 09.00

Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung uses an investment feasibility analysis to determine the feasibility of this business by using a payback period analysis with a payback period of 2 year 9 months and 5 days, a positive net present value of Rp. 302.019.973,70, a profitability index of 3,88 and a break even point that always gets positive results within 5 years.

Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung is a business that can be said to be feasible to run because it has a good investment and business feasibility analysis.





I. PENDAHULUAN

Konsep Bisnis

Usaha yang ingin dijalankan adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang kuliner yang menjual makanan dengan jenis bakmie. Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung adalah sebuah usaha yang menyediakan dan menjual bakmie dengan cita rasa yang khas dari daerah Bangka asli dengan memakai daging yang mempunyai kualitas yang tinggi.

Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung adalah perusahaan yang bergerak dibidang kuliner yang menjual makanan dengan jenis bakmie. Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung berlokasi di Harapan Indah Bekasi, Kota Harapan Indah Ruko Pasar Modern, Bekasi Barat.

Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

visi dari Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung yaitu “ingin memperkenalkan bakmie khas daerah Bangka kepada masyarakat yang belum pernah mencoba sama sekali dan membuatnya menjadi dapat diterima oleh masyarakat.”

b. Misi

Misi dari Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung adalah :

- 1) Memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan mengandalkan pelayanan yang ramah serta cita rasa khas daerah Bangka yang sangat enak.
- 2) Menjaga cita rasa resep khas daerah Bangka.
- 3) Ingin menciptakan lapangan pekerjaan yang baru.

Peluang Bisnis

Sebuah peluang dapat mempengaruhi seberapa berhasilnya suatu usaha. Peluang dalam menjalankan bisnis bakmie ini sendiri mempunyai peluang yang sangat besar karena seiring berjalannya waktu penduduk di Indonesia selalu bertambah yang dimana hal ini berpengaruh pada peningkatan akan kebutuhan pangan dan juga terdapat grafik yang menunjukkan peluang dalam usaha dibidang kuliner yang mempunyai kestabilan setiap tahunnya namun sedikit mengalami penurunan pada tahun 2020 diakibatkan kondisi pandemik COVID-19. Selain itu, produk bakmie yang Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung tawarkan mempunyai pembeda dengan produk lainnya karena menggunakan resep cita rasa khas daerah Bangka dan juga menggunakan minyak kelapa agar lebih sehat.

Kebutuhan Dana

Dana yang dibutuhkan oleh Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung berasal dari tabungan sendiri dan juga bantuan tambahan dari orang tua. Penulis meminta bantuan kepada orang tua karena lebih mudah daripada harus melakukan pinjaman kepada bank. Dana awal yang dibutuhkan oleh Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung adalah sebesar Rp105.065.500,00.



II. RENCANA PRODUK, KEBUTUHAN OPERASIONAL DAN MANAJEMEN

Rencana Alur Produk

Setiap usaha selalu mempunyai alur produk yang membuat produk yang dibuat dapat sampai ketangan konsumen. Produk dari kedai Bakmi Bangka Ko Hiung adalah berupa makanan berat yaitu bakmie. Berikut adalah penjelasan alur produk Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung apabila konsumen membeli secara offline:

- a. Konsumen masuk kedalam kedai dan akan disambut dengan baik oleh para pelayan. Setelah itu konsumen langsung duduk dan pelayan akan mendatangi konsumen dan memberikan menu makanan dan minuman.
- b. Konsumen menentukan makanan serta minuman apa yang mereka inginkan dan pelayan akan menuliskannya.
- c. Pelayan langsung mengantarkannya kepada pembuat bakmi dan akan langsung memproses makanan dan minumannya.
- d. Setelah makanan dan minuman siap, pelayan langsung mengantarkannya kepada konsumen.
- e. Konsumen melakukan pembayaran dan kasir menerima pembayaran.

Sedangkan berikut ini adalah penjelasan alur produk Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung apabila konsumen membeli secara online melalui aplikasi:

- a. konsumen mengunduh aplikasi shoppe, Gojek, atau Grab.
- b. konsumen melakukan pemesanan melalui aplikasi tersebut secara online.
- c. konsumen melakukan pembayaran secara digital melalui aplikasi yang mereka gunakan.
- d. Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung menerima pesanan dan langsung memprosesnya.
- e. setelah selesai diproses, makanan yang sudah jadi langsung dikemas.
- f. produk langsung diantarkan kepada konsumen oleh kurir dari aplikasi yang bertugas.
- g. produk sampai kepada konsumen.

Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Barang Persediaan

Berikut adalah proses Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung dalam mendapatkan bahan baku dan persediaan untuk mengoperasikan usaha:

- a. menghubungi dan melakukan pemesanan kepada pemasok.
- b. pemasok memproses pesanan.
- c. pemasok melakukan pengiriman.
- d. Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung menerima pesanan.
- e. setelah sampai, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung melakukan pemeriksaan terhadap barang yang dipesan apakah sudah sesuai dengan standar.
- f. bahan baku akan disimpan ditempat yang baik.
- g. Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung akan melakukan pembayaran kepada pemasok.



Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan

Di era industry 4.0 teknologi sangat dapat menunjang kinerja sebuah usaha. Dengan menggunakan teknologi yang tepat, akan meningkatkan efektifitas dan membuat segala hal menjadi lebih efisien. Berikut ini adalah kebutuhan peralatan Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung

Peralatan Operasional Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung

No.	Jenis Peralatan	Harga Satuan	Jumlah	Total Harga
1	Philips Noodle Maker	Rp3.700.000,00	2	Rp7.400.000,00
2	Meja Besar	Rp400.000,00	1	Rp400.000,00
3	Mixer	Rp200.000,00	2	Rp400.000,00
4	Kompor	Rp200.000,00	2	Rp400.000,00
5	AC 1 pk	Rp2.900.000,00	1	Rp2.900.000,00
6	Kotak Tissue	Rp15.000,00	6	Rp90.000,00
7	Tempat Sampah	Rp50.000,00	2	Rp100.000,00
8	rak piring dan gelas	Rp120.000,00	2	Rp240.000,00
9	piring	Rp10.000,00	50	Rp500.000,00
10	gelas	Rp5.000,00	50	Rp250.000,00
11	kulkas	Rp4.500.000,00	1	Rp4.500.000,00
12	freezer	Rp3.500.000,00	1	Rp3.500.000,00
13	meja pelanggan	Rp315.000,00	7	Rp2.205.000,00
14	kursi pelanggan	Rp160.000,00	28	Rp4.480.000,00
15	mesin kasir	Rp4.000.000,00	1	Rp4.000.000,00
16	printer bon kasir	Rp2.450.000,00	1	Rp2.450.000,00
17	mangkuk	Rp6.500,00	50	Rp325.000,00
18	panci stainless	Rp250.000,00	2	Rp500.000,00
19	kuali stainless	Rp60.000,00	2	Rp120.000,00
20	sendok stainless lusinan	Rp10.000,00	5	Rp50.000,00
21	garpu stainless lusinan	Rp11.000,00	5	Rp55.000,00
22	telephone	Rp250.000,00	1	Rp250.000,00
23	hanpdhone infinix hot 11s	Rp1.900.000,00	1	Rp1.900.000,00
TOTAL				Rp37.015.000,00

III STRATEGI BISNIS

Pemasaran

Melakukan pemasaran adalah sebuah hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha. Strategi pemasaran yang baik dapat membuat bisnis dapat meningkatkan penjualan serta membuat citra produk yang baik. Berikut adalah strategi pemasaran yang digunakan oleh Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung untuk meningkatkan penjualannya:

a. Diferensiasi

Menurut Kotler dan Keller (2016 : 393) Diferensiasi produk adalah upaya dari sebuah perusahaan untuk membedakan produknya dengan produk pesaing dalam suatu sifat yang membuatnya lebih diinginkan. Perusahaan dapat melakukan diferensiasi dengan membedakan ciri khas dari produk yang mereka tawarkan.

Produk bakmie yang Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung tawarkan mempunyai kualitas yang sangat berbeda dengan kedai bakmi lainnya yaitu memiliki tekstur yang kenyal dan lembut, mungkin ada beberapa pesaing yang mempunyai kualitas tinggi seperti ini juga, namun yang paling menjadi pembeda produk Kedai Bakmie Bangka



Ko Hiung dengan para pesaing adalah Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung menggunakan resep rahasia khas dari Bangka yang tidak banyak diketahui oleh pebisnis bakmie di Bekasi. Selain itu, mie mentah yang Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung gunakan adalah hasil produksi sendiri, jadi bisa dipastikan kualitas serta kebersihan yang ada pada produk Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung adalah sangat baik. Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung juga tidak pernah menjual mie yang sudah kadaluarsa. Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung juga menggunakan minyak kelapa atau biasa disebut Virgin Coconut Oil (VCO). Dengan menggunakan minyak kelapa berkualitas tinggi ini, bakmie yang Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung produksi mempunyai kemungkinan terkena penyakit kolestrol yang lebih kecil.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Positioning

Menurut Kotler dan Armstrong (2020 : 70), positioning adalah mengatur suatu produk untuk dapat menempati tempat yang jelas, khas dan relatif diinginkan oleh produk pesaing dibenak para konsumen.

Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung memposisikan diri sebagai sebuah bisnis yang bergerak dibidang kuliner yang menawarkan makanan dengan jenis bakmie yang mempunyai rasa khas Bangka. Produk Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung dikhususkan bagi mereka pencinta mie namun belum pernah mencoba rasa yang sangat khas dari Bangka. Apalagi, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung menggunakan minyak kelapa yang berkualitas tinggi. Begitu mereka mencobanya dan mereka menyukainya, produk Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung akan mempunyai sebuah posisi di hati para konsumen dan akan selalu diingat apabila mereka ingin memakan mie yang enak dan sehat.

c. Penetapan harga

Setiap perusahaan yang menjual sebuah produk harus menetapkan harga untuk menjual produknya. Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung menggunakan metode penetapan harga yang berdasarkan harga pesaing atau biasa disebut “*Competitor-Based Pricing*” untuk menjual produk bakmiennya. penetapan harga yang berdasarkan harga pesaing atau biasa disebut “*Competitor-Based Pricing*” adalah metode penetapan harga dengan membandingkan harga yang ditetapkan oleh kompetitor atau pesaing. Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung menetapkan harga yang sedikit lebih murah apabila dibandingkan pesaing. Dengan mempertimbangkan harga pesaing, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung memutuskan untuk menetapkan harga bagi Bakmie Ayam Khas Bangka yaitu Rp29.000/porsi, Bakmie Spesial sebesar Rp48.000/porsi dan Bakmie Komplit sebesar Rp60.000/porsi.

d. Saluran distribusi

Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung menggunakan saluran distribusi yang memastikan produk yang dijual sampai langsung ketangan konsumen tanpa melalui perantara. Bahan baku yang digunakan oleh Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung sudah diolah oleh pemasok. Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung hanya perlu memproses bahan baku menjadi makanan berupa bakmie dan siap disajikan langsung kepada konsumen.

Promosi

Strategi promosi adalah perencanaan aktivitas untuk melakukan cara promosi yang baik dan tepat untuk perusahaan sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan dapat meningkatkan penjualan. Berikut ini adalah strategi promosi yang dijalankan oleh Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung:

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a. Advertising

Dengan adanya kemajuan teknologi pada saat ini, ada sangat banyak media sosial yang dapat digunakan untuk melakukan periklanan. Jumlah pengguna aktif sosial media saat ini yang mencapai angka 191 juta orang pada Januari 2022, jumlah ini telah meningkat sebesar 12,35% apabila dibandingkan dengan tahun 2021 yang mencapai 170 juta orang. Dengan banyaknya pengguna aktif sosial media saat ini, melakukan periklanan melalui sosial media seperti Instagram, Facebook dan Tiktok akan sangat berpeluang besar. Oleh karena itu, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung menggunakan media online seperti Instagram, Tiktok dan Facebook untuk melakukan periklanan. Selain itu, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung juga menggunakan aplikasi seperti Shopee, Gojek, dan Grab untuk dapat menjangkau lebih banyak pembeli.

Selain itu, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung juga akan membuat spanduk dengan desain menarik tentang promo dan diskon yang akan diberikan kepada para konsumen.

b. Sales Promotion

Pada saat Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung baru akan menjalankan kegiatan operasional, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung akan memberikan diskon dan promo yang menarik kepada para konsumen agar dapat memikat mereka dengan cara memberikan harga yang sangat murah, misalnya untuk menu utama yaitu bakmie ayam khas Bangka akan ditetapkan seharga Rp. 10.000. dengan ini, diharapkan akan banyak konsumen yang tertarik untuk datang dan mencoba produk dari Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung. Dan juga, untuk tahun berikutnya akan diberikan harga diskon juga untuk bakmie ayam khas Bangka seharga Rp. 10.000. setiap perayaan imlek yang biasanya berlangsung selama 15 hari. Maka diskon harga Rp. 10.000. itu juga berlangsung selama 15 hari.

c. Personal Selling

Dalam tahap ini, pelanggan bebas menanyakan kepada Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung apa yang menjadi kelebihan dari produk Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung dan Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung akan dengan senang hati selalu menjawab pertanyaan mereka agar dapat terjalin hubungan 2 arah yang baik. Mereka dapat menghubungi Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung melalui E-mail ataupun WhatsApp.

d. Direct Marketing

Bagi para pelanggan tetap ataupun yang baru apabila mereka berkenan. Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung akan mengirimkan mereka SMS atau E-mail untuk memberikan penawaran yang menarik. Jadi, *direct marketing* ini Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung lakukan agar dapat berkomunikasi langsung dengan konsumen dan bisa menumbuhkan loyalitas pelanggan.

Rencana Organisasi dan Kebutuhan Tenaga Kerja

Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung membutuhkan 5 orang tenaga kerja yang terdiri dari 1 orang manajer, 1 orang pembuat bakmie, 2 orang pelayan, dan 1 orang kasir dengan jam kerja 10 jam sehari dari pukul 09.00 – 19.00

Keuangan

Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung menggunakan beberapa metode analisis yaitu Payback Period yang akan mencapai titik balik modal dalam waktu 2 Tahun 8 Bulan 10 Hari, kemudian Net Present Value nilainya lebih besar dari 0 yaitu sebesar Rp. 254.849.316,5, sedangkan analisis Break Even Point nilai penjualan Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung lebih tinggi daripada nilai BEP. Lalu yang terakhir, *Profitability Index* menunjukkan bahwa Kedai

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Bakmie Bangka Ko Hiung mampu menunjukkan keuntungan atau *profit* sebesar 3,43 dari jumlah investasi awal. Oleh karena itu, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung dapat direkomendasikan dan layak untuk dioperasikan.

Analisis Resiko Usaha

Resiko usaha adalah sebuah hal yang akan dialami oleh setiap pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usaha baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Berikut adalah resiko usaha yang memungkinkan untuk dialami oleh Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung

a. Resiko usaha dari dalam perusahaan (*internal*)

1) Penurunan kualitas Sumber Daya Manusia

Penurunan kualitas Sumber Daya Manusia yang diakibatkan oleh penurunan kinerja para pegawai yang sudah tidak lagi sesuai standar perusahaan akan menjadi resiko dan hal ini akan berpengaruh terhadap penjualan. Dan tentu saja hal ini harus dihindari dengan cara pemilik harus terus memantau para karyawan agar tidak merusak reputasi kedai bakmie Bangka Ko Hiung.

2) Ketidakjujuran Tenaga Kerja

Selain terjadinya penurunan kualitas dari tenaga kerja, sifat tidak jujur yang dimiliki tenaga kerja juga bisa menjadi resiko usaha karena hal ini dapat membuat perusahaan rugi secara materi.

b. Resiko usaha dari luar perusahaan (*external*)

1) Terjadi perubahan permintaan dari konsumen

Saat masyarakat sekitar atau konsumen sudah mulai bosan mengonsumsi makanan dengan jenis mie, maka hal ini sangat akan berpotensi menjadi resiko yang besar untuk kelangsungan perusahaan.

2) Munculnya pesaing baru yang berkualitas

Membuka bisnis seperti ini tidaklah sulit. Ketika seorang pelaku usaha melihat adanya sebuah peluang disuatu lingkungan maka kemungkinan mereka akan mulai merambah kebisnis tersebut. Apalagi kedai bakmie Bangka Ko Hiung yang sudah memiliki ciri khas sendiri yang jarang dimiliki oleh kedai lainnya akan sangat berpotensi untuk ditiru oleh para pesaing dan pendatang baru.

3) Menurunnya kondisi perekonomian negara

Kondisi perekonomian negara Indonesia sering kali mengalami naik dan turun, hal ini dapat berakibat pada daya beli masyarakat dan bisa mengurangi angka penjualan yang dapat dilakukan oleh Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung. Sebenarnya apabila masalah ini sedang terjadi, tidak hanya berimbas kepada Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung saja tetapi semua kegiatan bisnis akan terkena dampaknya.

Antisipasi Resiko Usaha

Berikut adalah antisipasi resiko usaha yang akan dilakukan oleh Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung.

a. Antisipasi resiko usaha dari dalam perusahaan (*internal*)

1) Untuk mencegah terjadinya penurunan kualitas Sumber Daya Manusia, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung biasanya terus melakukan pengawasan dan evaluasi kerja para karyawannya setiap minggu, dan terus melakukan



pelatihan secara berkala supaya mereka tidak lupa apa yang menjadi standar Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung.

- 2) Untuk mengantisipasi adanya tindakan kecurangan atau ketidakjujuran yang dilakukan oleh tenaga kerja, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung setiap harinya akan melakukan proses *closing* setiap harinya disaat kedai sudah tutup untuk menghitung keuntungan dan laba dari penjualan selama sehari.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Antisipasi resiko usaha dari luar perusahaan (*external*)

- 1) Untuk mencegah masyarakat sekitar dan para pelanggan bosan memakan bakmie yang seperti itu saja, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung akan terus melakukan inovasi produk agar mereka tidak merasa bosan karena terjadi perubahan pada produk dari Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung.
- 2) Untuk terus dapat bertahan jika ada pesaing baru yang potensial, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung terus melakukan hubungan dua arah yang baik dengan konsumen serta menjaga kualitas produk tetap tinggi. Dan juga kedai bakmie Bangka Ko Hiung terus menjaga kualitas pelayanan dan keramahan yang diberikan oleh para karyawan agar selalu membuat mereka merasa puas dan membuat keinginan mereka terpenuhi. Dengan melakukan hal ini, rasa loyalitas pelanggan akan terbentuk dan munculnya pesaing baru bukanlah ancaman yang serius lagi.
- 3) Cara untuk mengantisipasi penurunan penjualan disaat perekonomian negara sedang lesu adalah dengan memberikan solusi kepada pelanggan, karena disaat perekonomian negara sedang buruk, yang merasakan dampaknya bukan hanya pengusaha tetapi juga seluruh masyarakat. Namun hal ini dapat dijadikan kesempatan sebagai peluang untuk mendapatkan keuntungan. Apabila kondisi seperti ini benar – benar terjadi, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung akan memberikan sajian hidangan untuk makanan pembuka dan penutup secara gratis, tetapi tenjo saja dengan perhitungan makanan pembuka dan penutup ini hanya membutuhkan biaya yang sangat rendah.

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.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku Teks:

- David, F. R., & David, F. R. (2017), *Full-Circle Learning* (D. Tylman (Ed.); Edisi 16). Boston: Pearson Education.
- Gary, D. (2020). *Gary Dessler - Human resource management-Pearson (2020)* (L. Albelli (Ed.); Edisi 16). Harlow: Pearson Education.
- Husnan Suad. (2019), *Manajemen Keuangan* Edisi 3. Yogyakarta: Universitas Terbuka.
- Jay, H., Barry, R., & Chuck, M. (2017), *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* Edisi 12. London: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016), *Marketing management* Edisi 15. London: Pearson Education.
- Philip, K., & Gary, A. (2020), *Principles of Marketing* Edisi 18. United Kingdom: Pearson Education.
- Zamrosalamia Saida. (2020), *MANAJEMEN PEMASARAN Teori dan Strategi* (Hamdan (Ed.)). Lombok: Forum Pemuda Aswaja.
- Zutter C. J., & Smart, S. B. (2021), *principles of Managerial Finance* Edisi 16. United Kingdom: Pearson Education.

Sumber Website:

- Data Industri 2022, Pertumbuhan Industri Makanan Diakses pada 10 April 2022
<https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/>
- Jumlah Kepadatan dan Pertumbuhan Penduduk Indonesia Diakses pada 10 April 2022
<https://adjar.grid.id/read/543088857/menghitung-jumlah-kepadatan-dan-pertambahan-penduduk-indonesia-10-april>
- Google Trends 2022, Minat Terhadap Bakmie Diakses pada 10 April 2022
<https://trends.google.co.id/trends/explore?q=bakmie&geo=ID>
- Jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah Diakses pada 11 April 2022
<https://mojowarno-rembang.desa.id/artikel/2020/10/27/apa-beda-jenis-usaha-mikro-kecil-dan-menengah>
- Bantuan UMKM Diakses pada 19 April 2022
<https://www.online-pajak.com/seputar-pph-final/bantuan-umkm>
- Penggunaan Sosial Media Pada Tahun 2022 Diakses pada 19 April 2022
<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Deskripsi Mesin Pembuat Mie Diakses pada 19 April 2022
<https://wiratech.co.id/mesin-pembuat-mie-philips/>
- Inflasi Tahun 2021 Diakses pada 25 April 2022
[https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_240222.aspx#:~:text=Berdasarkan%20data%20Badan%20Pusat%20Statistik,%2C68%25%20\(yoy\).](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_240222.aspx#:~:text=Berdasarkan%20data%20Badan%20Pusat%20Statistik,%2C68%25%20(yoy).)

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Inflasi Tahunan Indonesia Tahun 2021 Diakses pada 27 April 2022
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/04/inflasi-tahunan-indonesia-naik-menjadi-187-pada-desember-2021>

Pembuatan Surat Ijin Usaha Diakses pada 1 Mei 2022
<https://www.bhinneka.com/blog/surat-izin-usaha-perdagangan/#:~:text=Untuk%20proses%20Normal%208%20%E2%80%93%2010,biayanya%20adalah%20Rp%202.500.000.>

Aturan Pajak UMKM Terbaru 0,5% Diakses Pada 1 Mei 2022
<https://perpajakan-id.ddtc.co.id/panduan-pajak/rekap-aturan/aturan-lengkap-dan-terbaru-pajak-umkm-0,5>

Daftar 5 Bank Terbesar di Indonesia Diakses pada 5 Mei 2022
[https://money.kompas.com/read/2022/05/09/070800026/daftar-5-bank-dengan-aset-terbesar-di-indonesia-bank-mandiri-jadi-jawara?page=all#:~:text=Adapun%20lima%20bank%20terbesar%20di,Tabungan%20Negara%20\(Persero\)%20Tbk.](https://money.kompas.com/read/2022/05/09/070800026/daftar-5-bank-dengan-aset-terbesar-di-indonesia-bank-mandiri-jadi-jawara?page=all#:~:text=Adapun%20lima%20bank%20terbesar%20di,Tabungan%20Negara%20(Persero)%20Tbk.)

Tingkat Suku Bunga Deposito Bank Diakses pada 6 Mei 2022
<https://pusatdata.kontan.co.id/bungadeposito>

Biaya Izin Edar BPOM Diakses pada 11 Mei 2022
<https://entrepreneur.bisnis.com/read/20220114/52/1489289/pebisnis-berikut-cara-dan-biaya-registrasi-izin-edar-bpom#:~:text=Biaya%20Registrasi%20Izin%20Edar%20BPOM%20mulai%20Rp100.000%20per%20produk,ASEAN%20Rp500%20ribu%20per%20item.>

Kelompok Golongan Pelanggan Penggunaan Air
<http://pdamtirtanadi.co.id/kelompok-atau-golongan-pelanggan>

UMP Kota Bekasi Tahun 2017-2021 Diakses pada 15 Mei 2022
<https://metro.sindonews.com/berita/1157679/171/umk-kabupaten-bekasi-2017-rp35-juta>
<https://metro.sindonews.com/berita/1259960/171/resmi-umk-bekasi-2018-rp391-juta-kalahkan-ump-jakarta>
<https://metro.sindonews.com/berita/1356804/171/umk-2019-kota-bekasi-rp42-juta-kabupaten-bekasi-rp41-juta>
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20191115164130-4-115657/tok-umk-2020-kota-bekasi-rp-458-juta-tertinggi-kedua-di-ri>
<https://www.merdeka.com/peristiwa/upah-minimum-tahun-2021-di-kota-bekasi-naik-421-persen.html>

Sumber Undang-Undang:

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*, Lembaran Negara RI Tahun 2008, No. 93. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 1999. *Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Daur Ulang Makanan Kadaluarsa*. Lembaga Negara RI Tahun 1999.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 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 mengemukakan 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)

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 di luar negeri tanpa izin IBIKKG.

**PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA**


Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Chandrika Gunadi

NIM : 74180264 Tanggal Sidang : _____

Judul Karya Akhir : Rencana Bisnis Penebaran Usaha Kedai Bakmie Bangke
Ko Hing

Jakarta, 06 / Oktober 2022

Mahasiswa/I

(Chandrika.....)

Pembimbing

(Dr. Syarif SK, S.P., M.Si.....)