

BAB IX

RINGKASAN EKSKUTIF

9.1. Ringkasan Kegiatan Usaha

a. Konsep Bisnis

Dapur Pojok Nusantara akan menggunakan Konsep bertema Nusantara. Konsep dan menu yang ditawarkan akan memiliki bumbu yang khas dan autentik tentunya akan menarik para penikmat makanan khas Indonesia. Demi meningkatkan penjualan dan kenyamanan konsumen, Dapur Pojok Nusantara ini juga menyediakan layanan-layanan yang akan sangat menarik bagi pelanggan.

b. Visi dan Misi Perusahaan

Visi

- Menjadi perusahaan makanan yang terkenal profesional, halal, dan memiliki mutu produk Internasional.

Misi

- Mengembangkan dan mengenalkan produk makanan lokal yang bermutu.
- Mempermudah masyarakat dalam mendapatkan makanan yang bermutu.
- Kreatif dan Inovatif dalam pengembangan menu dan selalu memperhatikan selera masyarakat.

c. Produk yang Ditawarkan





Dapur Pojok Nusantara menyajikan makanan dengan bumbu khas Indonesia dari berbagai daerah dan menawarkan suasana nyaman untuk berkumpul bersama teman dan keluarga, karena tersedianya fasilitas-fasilitas yang mendukung. Dapur Pojok Nusantara

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.



juga menyediakan banyak variasi dalam menunya seperti nasi dan sambal. Rumah makan ini menyediakan berbagai masakan Indonesia dengan harga yang sangat terjangkau. d. Persaingan

Dapur Pojok Nusantara perlu menganalisa pesaing untuk dapat membuat strategi yang lebih efektif. Juga dapat menghindari kesalahan-kesalahan *competitor* yang membatasi kinerja dari perusahaan tersebut. Pesaing suatu perusahaan dapat dikategorikan pesaing yang kuat dan pesaing yang lemah atau ada pesaing yang dekat yang memiliki produk yang sama atau memiliki produk yang mirip. Dengan berbagai perbandingan, penulis menentukan beberapa pesaing yang dikira memiliki produk yang sejenis dengan Dapur Pojok Nusantara:

Tabel 9. 1

Pesaing Dapur Pojok Nusantara

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Warung Bu Kris	Rasa makanannya enak	Suasana kurang nyaman
	Harga terjangkau	Kebersihan kurang terjaga
	Varian makanannya banyak dan enak	Pelayanan kurang maksimal
Kembang Kawung	Suasana nyaman	Harga lumayan mahal
	Kebersihan baik	Rasa makanan kurang berciri khas
	Pelayanan ramah	Jarang diadakan promosi

e. Target dan Ukuran Pasar

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



Melalui segmentasi pasar, Dapur Pojok Nusantara dapat membagi pasar heterogen yang besar menjadi segmen yang lebih kecil agar bisa dijangkau secara lebih efisien dan efektif dengan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing yang unik.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:212), segmentasi pasar melibatkan pembeli di pasar mana pun berada dalam keinginan, sumber daya, lokasi, sikap pembelian, dan praktik pembelian.

Target pasar dari Dapur Pojok Nusantara adalah keluarga kalangan menengah yang memiliki ketertarikan atas makanan khas Indonesia. Target pasar keluarga penulis pilih karena makanan dari Dapur Pojok Nusantara lebih cocok untuk dimakan bersama, bukan perseorangan, sehingga keluarga yang membawa keluarganya akan lebih cocok untuk menjadi customer dari Dapur Pojok Nusantara.

F. Strategi Pemasaran

Dapur Pojok Nusantara harus dapat membuat strategi pemasaran yang baik agar pelanggan lebih dapat mengetahui ciri khas dan keunggulan brand Menurut Sofjan Assauri (2017:15) Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

G. Advertising

Advertising bisa berbentuk presentasi dan promosi tentang ide, barang dan jasa melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, ataupun dalam bentuk poster (bentuk promosi berbayar) yang dipasang di tempat-tempat strategis. Dapur Pojok Nusantara menggunakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kekuatan social media dan poster yang dipasang disekitar tempat tempat yang kiranya strategis untuk dilihat keluarga.

2. Sales Promotion

Sales Promotion merupakan insentif jangka pendek yang dilakukan oleh pihak penjual agar pelanggan segera melakukan pembelian produk. Dapur Pojok Nusantara memasarkan produk dengan cara memajang poster di tempat-tempat khusus, yang menarik perhatian. Dapur Pojok Nusantara juga mengikuti banyak event makanan secara online yang bertujuan meningkatkan awereness terhadap brand ini.

3. Personal Selling

Presentasi lisan dalam percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan dan membangun hubungan baik. Dapur Pojok Nusantara melakukan *Personal Selling* dengan cara melatih pekerjanya untuk melakukan upselling saat melakukan transaksi.

4. Public Relation

Membangun hubungan yang baik dengan publik dengan menciptakan citra perusahaan yang baik. Dapur Pojok Nusantara menerapkan pelayanan yang baik. Dapur Pojok Nusantara melatih agar karyawannya melakukan pendekatan yang baik dan tidak berlebihan kepada pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

5. Direct Marketing

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.



Hubungan langsung dengan konsumen untuk memperoleh respon langsung dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dengan menggunakan surat, telepon, e-mail, televisi, radio, dan alat penghubung non personal lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan. *Direct Marketing* berlangsung Ketika pelanggan berada di area Dapur Pojok Nusantara, pekerja Dapur Pojok Nusantara sudah dilatih untuk melakukan pemasaran langsung untuk meningkatkan penjualan.

g. Tim Manajemen

Dapur Pojok Nusantara saat ini memiliki 2 orang tenaga kerja. 1 *staff* yang mengurus pemasaran dan juga merencanakan promosi dan juga 1 orang *staff* yang melakukan produksi/memasak dan juga menjalankan operasional usaha.

Tabel 9. 2

Rencana Kebutuhan Tenaga Kerja Perusahaan Dapur Pojok Nusantara

No	Jabatan	Jumlah
1	<i>Owner + Manager</i>	1
2	<i>Staff</i> Bagian Pemasaran dan Promosi	1
3	<i>Staff</i> Masak dan Operasional	1

Sumber Dapur Pojok Nusantara, 2021

h. Kelayakan Keuangan

Sebagai pembuktian kelayakan keuangan dari perusahaan Dapur Pojok Nusantara, penulis membuat 3 analisa kelayakan bisnis yaitu *Payback Period (PP)*, *Net Present Value*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya, atau tanpa mencantumkan 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.



(NPV), *Profitability Index* (PI), dan *Break Even Point* (BEP). Hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut :

- Berdasarkan perhitungan *Payback Period* (PP), Dapur Pojok Nusantara akan mencapai titik balik modal dalam jangka waktu yang cukup singkat yaitu 2 tahun 13 hari. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan Dapur Pojok Nusantara layak untuk dijalankan karena titik balik modal tidak mencapai 5 tahun.
- Berdasarkan perhitungan *Net Present Value* (NPV), Dapur Pojok Nusantara mendapat nilai Rp. 252.046.736 yang berarti usaha Dapur Pojok Nusantara layak untuk dijalankan karena nilai NPV yang lebih dari 0.
- Berdasarkan perhitungan *Profitability Index* (PI), Dapur Pojok Nusantara mendapatkan nilai PI sebesar 4,8388 yang menunjukkan usaha Dapur Pojok Nusantara layak untuk diinvestasikan karena nilai PI yang lebih besar dari 1.
- Nilai penjualan yang melebihi jumlah BEP pada 5 tahun kedepan, yang nilai BEPnya adalah Rp. 395.502.120 pada tahun 2021, Rp. 252.046.736 pada tahun 2022, Rp. 434.503.176,41 pada tahun 2023, Rp. 438.852.032,25 pada tahun 2024, dan Rp. 445.343.793,30 pada tahun 2025

Poin-poin diatas menunjukkan bahwa Dapur Pojok Nusantara merupakan usaha yang layak untuk dijalankan.

9.2. Rekomendasi Visibilitas Usaha

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.



Sebagai ringkasan kegiatan usaha Dapur Pojok Nusantara yang meliputi visi dan misi perusahaan , produk , persaingan , target dan ukuran pasar , strategi pemasaran , tim manajemen dan yang terakhir kelayakan keuangan dengan 4 analisis yaitu analisis *Payback Period*, *Net Present Value*, *Profitability Index* dan *Break Even Point* :

Tabel 9. 3

Analisa Kelayakan Keuangan Dapur Pojok Nusantara

Analisis Kelayakan	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period</i>	5 Tahun	2 tahun 13 hari	Layak
<i>Net Present Value</i>	Lebih dari 0	Rp. 405.497.203	Layak
<i>Profitability Index</i>	Lebih dari 1	12,89	Layak
<i>Break Even Point</i>	Penjualan > BEP	Penjualan > BEP	Layak

Sumber : Dapur Pojok Nusantara, 2022

Tabel 9. 4

Break Even Point Dapur Pojok Nusantara Tahun 2021 – 2025

Tahun	Biaya Tetap (FC)	Biaya Variabel (VC)	Penjualan	1-(VC/Penjualan)	BEP
2021	Rp. 215.340.000,00	Rp. 202.496.000,00	Rp. 453.750.800,00	0,553728611	Rp. 388.890.868,04
2022	Rp. 226.065.000,00	Rp. 176.213.892,00	Rp. 499.125.880,00	0,646955009	Rp. 349.429.244,67
2023	Rp. 262.326.250,00	Rp. 180.904.653,19	Rp. 549.038.468,00	0,670506415	Rp. 391.236.003,38
2024	Rp. 276.650.562,50	Rp. 185.717.374,17	Rp. 603.942.314,80	0,692491535	Rp. 399.500.280,54
2025	Rp. 291.816.091,13	Rp. 190.657.252,90	Rp. 664.336.546,28	0,713011042	Rp. 409.272.891,68

Sumber : Dapur Pojok Nusantara, 2021

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

Dari tabel analisis diatas, dilihat bahwa Dapur Pojok Nusantara sudah dinyatakan layak.

Lalu penjualan yang lebih besar dari hasil perhitungan BEP selama 5 tahun. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa Dapur Pojok Nusantara merupakan usaha yang layak dijalankan dan dapat menghasilkan keuntungan.

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.





© 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.