# BAB IX

**RINGKASAN EKSEKUTIF**

## **Ringkasan Kegiatan Usaha**

* 1. **Konsep Bisnis**

PT Chabi Yam Yam merupakan bisnis yang bergerak di bidang industri manufaktur sebagai Rumah Pemotongan Ayam yang memproses ayam hidup menjadi produk-produk ayam yang siap digunakan untuk diproses kembali oleh pembeli. PT Chabi Yam Yam menerapkan teknologi yang canggih dalam melaksanakan proses operasi menggantikan proses pemotongan secara tradisional untuk menjamin kualitas dan ke higienisan produk bagi konsumen. Impian PT Chabi Yam Yam adalah untuk dapat menyediakan bahan baku ayam yang sehat bagi semua pihak yang memerlukannya, baik untuk dikonsumsi ataupun diproses dan dijual kembali.

* 1. **Visi dan Misi perusahaan**
1. Visi: Menjadi penyedia produk ayam boneless terbaik di Indonesia
2. Misi:
	1. Menerapkan standar kualitas tertinggi pada proses produksi dan menggunakan mesin-mesin yang modern.
	2. PT Chabi Yam Yam menawarkan produk ayam potong yang sehat, halal, berkualitas untuk seluruh pelanggan di Indonesia.
	3. Memberikan pelatihan khusus untuk pekerja, melakukan proses rekrutmen dan seleksi yang ketat.
	4. Menyediakan peluang ekspansi bagi partner dan supplier PT Chabi Yam Yam dengan memperluas pabrik serta membuka cabang di berbagai kota.
	5. **Produk dan Jasa**

Produk yang dihasilkan oleh PT Chabi Yam Yam merupakan produk olahan ayam hidup yang dapat digunakan untuk konsumsi pribadi ataupun untuk penjualan kembali. Beberapa contoh dari produk PT Chabi Yam Yam adalah Ayam Karkas, *Boneless* Dada, *Boneless* Paha, Kulit ayam, Sayap, dan produk sampingan lainnya.

Selain itu PT Chabi Yam Yam juga menawarkan jasa marinasi bagi pelanggan restoran ataupun hotel yang ingin produknya untuk dibumbui dan dilakukan marinasi terlebih dahulu. Hal ini dilakukan agar bumbu dapat meresap sepenuhnya, rasa masakan bisa terstandariasi, dan pelanggan bisa langsung menggunakan produk yang telah dimarinasi ini untuk diproses.

* 1. **Persaingan**

Dalam usaha pemotongan ayam, lokasi pesaing tidak memiliki pengaruh yang terlalu signifikan, melainkan harga dan kualitas produk akhir yang memiliki pengaruh yang signifikan dimana pelanggan mempertimbangkan di perusahaan mana mereka ingin membeli produk mereka. Pesaing PT Chabi Yam Yam dalam tingkat bisnis yang sama (tingkat RPA) adalah PT Adilmart dan PT Citra Guna Lestari. Namun apabila melihat ke pasar secara luas, maka pemotong tradisional juga merupakan pesaing yang kuat bagi PT Chabi Yam Yam. Dari analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM), PT Chabi Yam Yam memperoleh poin sebesar 3,36, sedangkan untuk PT Citra Guna Lestari memperoleh poin sebesar 3,15 (dibawah PT Chabi Yam Yam), sedangkan untuk pemotong tradisional mendapatkan poin sebesar 1,98. PT Chabi Yam Yam akan dirancang untuk memiliki keunggulan dalam kualitas produk, proses yang dilakukan, serta kestabilan pasokan. Sedangkan kelemahan dari PT Chabi Yam Yam adalah dari harga produk yang lebih mahal dibanding dengan Pemotong Tradisional dan terkadang dari RPA lain.

* 1. **Target Pasar**

Target pasar yang dituju oleh PT Chabi Yam Yam adalah restoran, katering, hotel, pabrik bakso, pabrik sosis, dan usaha lain yang menggunakan ayam sebagai bahan baku untuk membuat produknya. PT Chabi Yam Yam akan melayani konsumen dengan status pengguna besar (*heavy user*) hingga pengguna kecil (*light users*), sehingga kami melayani semua konsumer walau dengan tingkat penggunaan yang berbeda-beda.

* 1. **Strategi Pemasaran**

PT Chabi Yam Yam melakukan *product differentiation* melalui performa produk dari PT Chabi Yam Yam memiliki tingkat kesegaran yang lebih baik dari produk pesaing, karena dalam proses produksinya menggunakan mesin dan dengan standarisasi peraturan yang ketat seperti proses *blast freezing* dan proses *chilling* yang membuat produk selalu fresh sampai ke konsumen.

Kemudian dapat juga dilakukan *services differentiation* melalui pengiriman yang cepat, mudah, dan hati-hati. PT Chabi Yam Yam menawarkan pengiriman dengan mobil box milik perusaahan yang dilengkapi dengan pendingin agar dapat mengirimkan produk pelanggan dengan aman dan tetap dalam kondisi *fresh* ataupun beku sesuai dengan permintaan konsumen, sehingga pelanggan tidak perlu untuk mengambil sendiri produk yang dibeli ke pabrik.

Dalam hal *positioning* perusahaan, PT Chabi Yam Yam memposisikan diri sebagai RPA yang memberikan nilai “*high quality”,* proses produksi, produk yang dijual, sistem pengantaran, sampai layanan yang diberikan pada konsumen

Kemudian dalam menetapkan harga yang akan ditawarkan kepada konsumen, maka PT Chabi Yam Yam menggunakan penetapan harga berdasarkan biaya atau *cost-based pricing*. PT Chabi Yam Yam akan menghitung seluruh biaya yang dibutuhkan untuk membuat produk, biaya untuk distribusi, dan biaya layanan yang diberikan sebagai dasar untuk menetapkan harga produk yang akan dijual.

* 1. **Tim Manajemen**

PT Chabi Yam Yam merupakan bisnis dengan struktur organisasi sederhana atau menggunakan *simple structure*. Posisi tertinggi diduduki oleh Direktur perusahaan yang kemudian membawahi secara langsung bagian administrasi, operasi, dan bagian pemasaran. Pada bagian administrasi terdapat 1 orang, kemudian 1 orang untuk manajer bagian operasi yang bertanggung jawab atas 35 pekerja pabrik, kemudian 1 orang untuk bagian pemasaran. Tugas direktur yang membawahi bagian-bagian ini adalah untuk melakukan kontrol dan pengawasan atas setiap bagian.

* 1. **Kelayakan Keuangan**

Dalam menentukan kelayakan usaha PT Chabi Yam Yam, penulis telah melakukan beberapa macam analisis keuangan seperti analisis *payback period* (PP)*, net present value* (NPV), *profitability Index* (PI), *internal rate of return* (IRR), dan *break even point* (BEP).

Hasil yang diperoleh dalam analisis *payback period* adalah PT Chabi Yam Yam dapat memperoleh kembali dana yang digunakan untuk investasi awal dalam waktu 3 tahun 2 bulan dan 16 hari, waktu yang diperoleh untuk *payback period* masih lebih kecil dari 5 tahun sehingga dapat dikatakan layak untuk dijalankan.

Kemudian untuk analisis NPV diperoleh nilai positif sebesar Rp 806.935.675, nilai NPV yang positif menunjukkan bahwa usaha ini layak dijalankan.

Lalu menggunakan metode analisa *profitability index*, dimana bila perusahaan memperoleh nilai yang lebih besar dari 1 maka usaha tersebut layak dijalankan, PT Chabi Yam Yam memperoleh nilai sebesar 1,12 sehingga bisnis ini layak untuk dijalankan.

Untuk analisis IRR, perusahaan harus memperoleh nilai IRR yang lebih tinggi dari tingkat diskonto yang diharapkan, dimana untuk PT Chabi Yam Yam adalah 11%. Dari hasil analisa ini perusahaan memperoleh nilai sebesar 15,22%, sehingga usaha PT Chabi Yam Yam layak untuk dijalankan.

Untuk analisa BEP menunjukkan bahwa penjualan yang dimiliki oleh PT Chabi Yam Yam lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan sehingga dapat usaha dapat dikatakan layak untuk dijalankan.

Dari hasil analisa kelayakan keuangan yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa usaha PT Chabi Yam Yam layak untuk dijalankan.

## **Rekomendasi Visibilitas Usaha**

Agar suatu perusahaan dapat dikatakan layak untuk dijalankan, maka dibutuhkan studi kelayakan melalui metode-metode analisa yang tersedia untuk membuktikan apakah suatu usaha betul-betul layak untuk dijalankan atau tidak. Dalam hal ini penulis menggunakan beberapa metode seperti *payback period*, *net present value*, *internal rate of return*, *profitability index*, dan *break even point*.

Hasil yang diperoleh dalam analisis *payback period* adalah PT Chabi Yam Yam dapat memperoleh kembali dana yang digunakan untuk investasi awal dalam waktu 3 tahun 2 bulan dan 16 hari, kemudian untuk analisis NPV diperoleh nilai positif sebesar Rp 806.935.675, lalu PT Chabi Yam Yam memperoleh nilai *profitability index* sebesar 1,12, untuk analisis IRR diperoleh nilai sebesar 15,22%, dan untuk analisa BEP menunjukkan bahwa penjualan yang dimiliki oleh PT Chabi Yam Yam lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Dari hasil analisa kelayakan keuangan yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa usaha PT Chabi Yam Yam layak (*veasible*) untuk dijalankan.