

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

9.1 Ringkasan Kegiatan Usaha

Konsep Bisnis dari Nasi Tempong Nyai Saginah yaitu usaha yang bergerak di bidang kuliner yang menjual makanan sederhana. Dengan memberikan tempat yang nyaman menjadi keunggulan usaha ini dengan desain tradisional khas Indonesia restoran ini juga menawarkan ruang khusus untuk yang ingin makan dengan lebih *private* bersama keluarga, teman maupun kolega. Restoran ini diatur dengan mengikuti gaya *modern* yang sedang *trend* saat ini tetapi tetap terlihat tradisional.

Pemilihan nama Nasi Tempong dengan nama orang yaitu Nyai Saginah dimana Saginah adalah nama dari nenek penulis. Menggunakan nama orang agar mudah membedakan dari usaha sejenis sehingga lebih memudahkan untuk menciptakan *brand awareness*.

Visi dari Nasi Tempong Nyai Saginah adalah menjadikan Nasi Tempong Nyai Saginah diterima oleh semua kalangan kapanpun dan dimanapun. Sedangkan misi dari Nasi Tempong Nyai Saginah yaitu, menyajikan nasi tempong dengan harga terjangkau, menyediakan pelayanan terbaik dan menyediakan berbagai pilihan menu serta menjaga setiap cita rasa makanan, melayani pelanggan dengan baik dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan maupun supplier dan mampu berinovasi jika adanya perubahan dimasa yang akan datang.

Nasi Tempong Nyai Saginah menawarkan produk dengan kualitas tinggi. Produk yang ditawarkan adalah makanan sederhana yang enak serta menggugah selera dan berbagai





minuman pendamping. Nasi tempong disediakan sudah dengan paket yang terdiri dari nasi, tahu, tempe, ikan asin, bayam rebus, labu rebus, mentimun dan termasuk sambal.

Adanya beberapa pesaing potensial akan memunculkan ide yang kreatif dan inovatif dari Nasi Tempong Nyai Saginah. Target usaha Nasi Tempong Nyai Saginah yaitu konsumen dengan usia 15 – 60 tahun, pria dan wanita dengan kelompok masyarakat menengah ke atas. Nasi Tempong Nyai Saginah tidak membatasi untuk *variable* seperti ras, agama dan tingkat Pendidikan

Nasi Tempong Nyai Saginah melakukan pemasaran melalui media sosial seperti *WhatsApp* dan Instagram sehingga dapat menjangkau pasar secara lebih luas. Selain itu mengumpulkan e-mail atau *WhatsApp* pelanggan untuk memperoleh memberikan informasi seputar produk atau promo dan guna membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Nasi Tempong Nyai Saginah termasuk dalam *Simple Structure* karena merupakan usaha baru dan struktur organisasinya masih sederhana, dimana karyawan berada langsung di bawah pengawasan dan tanggung jawab manajer.

Analisis keuangan yang di lakukan oleh Nasi Tempong Nyai Saginah adalah nilai *Break Even Point* (BEP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), *Payback Period* (PP). Dari perhitungan BEP dihasilkan bahwa nilai penjualan lebih tinggi dibandingkan biaya. Sedangkan untuk NPV sebesar Rp 1.602.801.854 dan PP diperoleh dalam kurun waktu 9 Bulan 25 hari dengan batas maksimal 5 tahun serta untuk perhitungan PI dihasilkan 5,281478293 diatas 1 yang artinya bisnis ini layak untuk dijalankan.



9.2 Rekomendasi Visibilitas Usaha



Peluang bisnis kuliner ini sangat menjanjikan, mengingat makanan adalah kebutuhan pokok manusia. Dengan menggunakan modal yang tidak terlalu besar namun keuntungannya cukup menjanjikan.

Dilihat dari segi keuangan, Nasi Tempong Nyai Saginah dapat dikatakan layak untuk dijalankan. Dengan kesimpulan layak dijalankan sebagai berikut:

- a. Perhitungan penjualan setiap tahun selalu menghasilkan melebihi BEP, sehingga usaha ini memberikan keuntungan.
- b. NPV yang dihasilkan bernilai positif yaitu sebesar Rp. 1.602.801.854, artinya usaha ini layak untuk dijalankan.
- c. Dalam perhitungan *Payback Periode* menunjukkan Nasi Tempong Nyai Saginah akan balik modal selama 9 bulan 25 hari. Sehingga dikatakan layak karena lamanya waktu pengembalian modal lebih cepat daripada lamanya investasi yaitu 5 tahun.
- d. Dari hasil perhitungan dihasilkan nilai *Profitability Index* (PI) sebesar 5,281478293 maka $PI > 1$ yang artinya Nasi Tempong Nyai Saginah layak untuk dijalankan.