



RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA “HUNGRY BOWL” DI JAKARTA PUSAT

Michelle Chrestella
Dr. M. Budi Widoyo Iryanto, M.E.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter – Jakarta Utara
Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971
Agathamichelle1@gmail.com

ABSTRAK

Michelle Chrestella / 78190079 / 2023 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Makanan Cepat Saji “*Hungry Bowl*” di Jl. Fachrudin, Jakarta Pusat / Dosen Pembimbing : Dr. M. Budi Widiyo Iryanto, M.E.)

Hungry Bowl merupakan bisnis yang bergerak di bidang kuliner yang menyajikan makanan cepat saji berupa *Rice bowl* dengan berbagai varian rasa. Bisnis ini dijalankan dengan konsep *cloud kitchen* yang beroperasi secara *online* melalui aplikasi layanan pesan – antar. Lokasi usaha *Hungry Bowl* terletak di Jl. Fachrudin Jakarta Pusat. *Hungry Bowl* memiliki visi yaitu “Menjadi penyedia makanan cepat saji nomor satu di Indonesia dengan kualitas cita rasa tinggi dan bergizi yang dapat di nikmati oleh semua orang.”, dan memiliki misi untuk mendukung pencapaian visi, antara lain : Menghasilkan produk yang berkualitas dengan cita rasa tinggi ; Memberikan penawaran harga yang menarik melalui promo atau *discount* di *marketplace*, Memberikan pelayanan terbaik untuk menjaga tingkat kepuasan dan kepercayaan konsumen; dan Terus berinovasi mengembangkan variasi menu makanan yang dapat disukai oleh banyak orang.

Usaha *Hungry Bowl* termasuk dalam pasar persaingan sempurna dan memiliki pesaing potensial sebagai tolak ukur untuk melihat keunggulan dan kelemahan bisnis yaitu *Bowls Two Go* dan *SEC Bowl*.

Target pasar *Hungry Bowl* adalah masyarakat di daerah perkotaan yaitu Jakarta Pusat, laki – laki atau perempuan, usia 7 – 60 tahun, kelas sosial menengah hingga keatas, memiliki gaya hidup praktis, serba cepat dan konsumtif, pengguna media sosial dan aplikasi layanan – pesan antar.

Untuk menghadapi persaingan bisnis yang ketat, *Hungry Bowl* menyusun berbagai strategi pemasaran untuk meningkatkan brand awareness dan meningkatkan pangsa pasar seperti periklanan di media sosial menggunakan fitur ads dan jasa KOL, serta *sales promotion* berupa promo *buy 1 get 1* dan promo *bundling*.

Sumber daya manusia yang dibutuhkan *Hungry Bowl* berjumlah enam (6) orang yang terdiri dari 1 manajer, 2 koki / juru masak, 2 staf dapur, dan 1 staf pemasaran.

Kebutuhan investasi awal *Hungry Bowl* adalah sebesar Rp Rp 206.601.971. Dana tersebut akan digunakan untuk kas awal perusahaan, perlengkapan, peralatan, hak paten, dan image building. Investasi awal ini bersumber dari dana pribadi penulis.

Dalam perhitungan analisis kelayakan usaha, *Hungry Bowl* memiliki prospek yang positif. Hal ini dilihat berdasarkan hasil analisis keuangan yang menunjukkan bahwa *Payback Period* dalam waktu 1 Tahun 11 Bulan, *Net Present Value* mendapatkan hasil positif sebesar Rp 438.610.092, Hasil *Profitability Index* sebesar 3,12, hasil *Internal Rate of Return* lebih besar dari tingkat *discount factor* yaitu sebesar 64 %, dan hasil *Break Even Point* yaitu hasil penjualan per tahun *Hungry Bowl* lebih besar dari nilai *Break Event Point*. Hal ini menunjukkan bahwa usaha *Hungry Bowl* layak untuk dijalankan.

Kata Kunci : *Hungry Bowl*, Pendirian Bisnis, *Rice bowl*, *Food and Beverages*



ABSTRACT

Michelle Chrestella / 78190079 / 2023 / Business Plan for the Establishment of the Hungry Bowl Fast Food Business on Jl. Fachrudin, Central Jakarta / Lecturer: Dr. M. Budi Widiyo Iryanto, M.E.)

Hungry Bowl is a culinary business that serves fast-food rice bowls with a various menu and flavors. The business is run under the concept of cloud kitchen which operates online through the online delivery application. Hungry Bowl business is located on Jl. Fachrudin, Central Jakarta.

Hungry Bowl has a vision of "Being Indonesia's number one fast food provider with high quality and nutritious flavors that everyone can enjoy", and has a mission to support vision achievement, including: Serving high quality products with high taste; Offer attractive prices through promos or discounts on the marketplace; Providing the best service to maintain customer satisfaction and confidence levels each; and Continuing to innovate developing menu variations that can be enjoyed by many.

Hungry Bowl was included in the perfect competition market and had potential competitors as a yardstick to see the advantages and weaknesses of the business, namely Bowls Two Go and SEC Bowl.

The target market for Hungry Bowl is people in urban areas, namely Central Jakarta, male or female, age 7–60 years old, middle to upper social classes, have practical, fast and consumptive lifestyles, social media and online delivery service applications users.

To deal with tight business competition, Hungry Bowl devised various marketing strategies to increase brand awareness and increase market share such as advertising on social media using ad features and KOL services, as well as sales promotion in the form of buy 1 get 1 promotion and promotion bundling.

The human resources required by the Hungry Bowl were six (6) people, consisting of 1 manager, 2 cooks, 2 kitchen staff, and 1 marketing staff.

Hungry Bowl's initial investment requirement was IDR 206,601,971. The funds will be used for the company's initial cash, equipment, patent rights, and image building. This initial investment came from the author's personal funds.

In the calculation of business feasibility analysis, Hungry Bowl had positive prospects. This is based on the results of a financial analysis that showed that the Payback Period within 1 Year 11 Months, Net Present Value received a positive result of IDR 438.610.092, Profitability Index of 3,12, Internal Rate of Return greater than the discount factor level of 64%, and Break Event Point that state Hungry Bowl's annual sales are larger than Break Event Point's value. This suggests that the Hungry Bowl business is worth running.

Keywords: *Hungry Bowl, Business Establishment, Rice bowl, Food and Beverages*

I. Pendahuluan

Hungry Bowl merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman (kuliner), yang menyajikan makanan cepat saji rice bowl dengan komposisi menu yang lengkap. Rice bowl yang disajikan memiliki menu utama ayam popcorn dengan berbagai inovasi varian rasa yang menarik untuk menambah kelezatan dan dilengkapi dengan tumis sayuran dan telur. Usaha ini akan dijalankan dengan konsep cloud kitchen yang hanya melayani layanan pesan-antar. Kemasan yang digunakan akan dibuat secara praktis dan semenarik mungkin agar berkesan bagi pelanggan kami. Bisnis ini akan dilakukan secara online melalui aplikasi seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood.

Institut Esprit dan Informatika Kwik Kian
 Dilarang menyalin, mengutip, atau menggunakan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

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



Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Hungry Bowl memiliki visi 2035 yaitu menjadi penyedia makanan cepat saji nomor satu di Indonesia dengan kualitas cita rasa tinggi dan bergizi yang dapat di nikmati oleh semua orang.

b. Misi

Misi dari *Hungry Bowl* adalah sebagai berikut :

- 1) Menghasilkan produk yang berkualitas dengan cita rasa tinggi.
- 2) Memberikan penawaran harga yang menarik melalui promo atau *discount* di *marketplace*.
- 3) Memberikan pelayanan terbaik untuk menjaga tingkat kepuasan dan kepercayaan konsumen.
- 4) Terus berinovasi mengembangkan variasi menu makanan yang dapat disukai oleh banyak orang.

Peluang Bisnis

Meningkatnya mobilitas dan kepadatan aktivitas masyarakat di perkotaan seperti Jakarta membuat kebutuhan akan makanan cepat saji meningkat. Gaya hidup yang instan, menjadikan masyarakat lebih tertarik mengonsumsi makanan dengan penyajian cepat, praktis, dan nikmat, serta diyakini dapat meningkatkan status sosial. Wakil ketua umum Bidang Restoran Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia Sudrajat (2019) menyatakan bahwa restoran cepat saji merupakan salah satu subsector industri kuliner dengan kinerja yang cukup stabil dan akan semakin baik. Restoran cepat saji selalu mengalami pertumbuhan di kisaran 10% hingga 15% setiap tahunnya. Rice bowl merupakan salah satu jenis kuliner yang diminati masyarakat dan memiliki pertumbuhan positif karena menawarkan kecepatan dan kepraktisan dalam penyajiannya. Menurut data Google Trends 2022 minat terhadap *rice bowl* mengalami peningkatan positif dengan stabil dan terus tumbuh hingga pada 19 November 2022 dengan nilai angka yang relative tinggi yaitu 95. Pemilihan lauk utama ayam dalam bisnis *Hungry Bowl* memiliki peluang bisnis yang baik, masyarakat Indonesia pada umumnya menggemari ayam. Hal ini ditunjukkan oleh data rata – rata konsumsi ayam perkapita yang cenderung mengalami peningkatan. Selain itu, adanya perubahan perilaku masyarakat pasca pandemi Covid-19 yaitu kebiasaan menggunakan aplikasi layanan pesan – antar. Mayoritas konsumen berniat untuk terus menggunakan layanan pesan-antar makanan dan meningkatkan penggunaannya pada masa mendatang karena kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan oleh layanan pesan-antar.

Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana awal yang dibutuhkan *Hungry Bowl* adalah sebesar Rp 206.601.971. Dana tersebut bersumber dari dana pribadi yang akan dialokasikan untuk kebutuhan awal usaha seperti kas, perlengkapan, peralatan, persediaan, sewa tempat usaha, serta biaya pra-operasi berupa hak paten dan promo *launching*.

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 IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



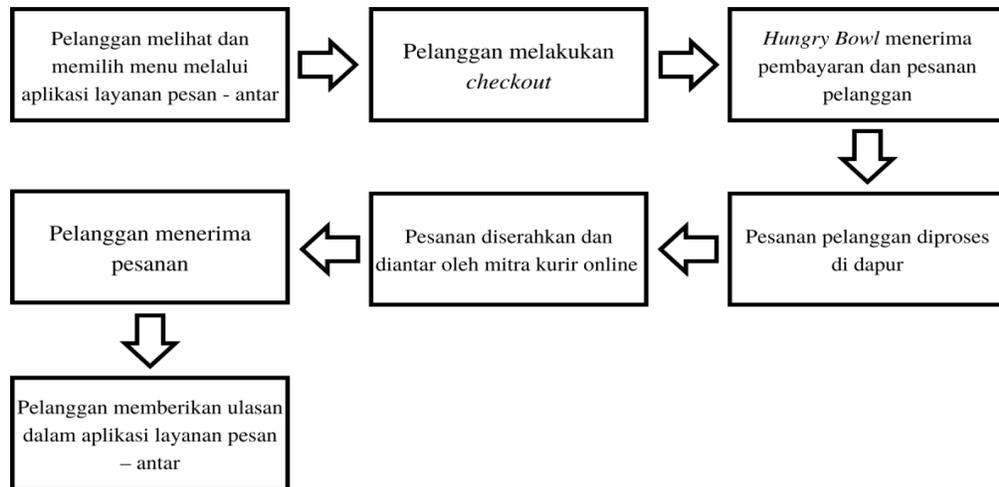
II. Rencana Produk, Kebutuhan Operasional dan Manajemen

Pendirian usaha *Hungry Bowl* dimulai dari melakukan analisis bisnis hingga pembukaan usaha dengan proses dalam waktu 5 bulan.

No	Kegiatan	Bulan dan Tahun																											
		Ags-23				Sept-23				Okt-23					Nov-23				Des-23					Jan-24					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5		
1	Analisis Bisnis	■	■	■	■																								
2	Survey dan Menentukan Lokasi Bisnis					■	■																						
3	Survey dan Menentukan <i>Supplier</i>							■	■																				
4	Membuat NPWP									■																			
5	Membuat NIB										■																		
6	Membeli Peralatan dan Perlengkapan											■	■																
7	Merencanakan Rencana Operasi													■															
8	Merekrut Tenaga Kerja														■	■													
9	Melakukan Pelatihan Karyawan															■	■												
10	Melakukan Pemesanan Bahan Baku Kepada <i>Supplier</i>																	■	■										
11	Melakukan Promosi																			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
12	Pembukaan Usaha																												■

Sumber : *Hungry Bowl*, 2023

Alur Proses Pemesanan Produk *Hungry Bowl*



Sumber : *Hungry Bowl*, 2023

Rencana Kebutuhan Peralatan dan Perlengkapan

Hungry Bowl membutuhkan peralatan yang dapat menunjang kegiatan operasionalnya. Peralatan dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama dan dipengaruhi oleh biaya penyusutan sehingga penggunaan peralatan akan memiliki batas pemakaian. Berikut merupakan daftar peralatan yang dibutuhkan oleh *Hungry Bowl* :

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak seluruh atau sebagian isi tulisan 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 IBKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

(Dalam Rupiah)

Keterangan	Jumlah	Harga	Total
Lemari Penyimpanan Dapur	1	580.000	580.000
Rice Cooker Besar Miyako MCG171	1	1.250.000	1.250.000
Kulkas 2 pintu SHARP SJ-236MG-GB	1	2.835.000	2.835.000
Showcase Warmer	1	1.655.000	1.655.000
Laptop HP 14s-dq0510TU	1	4.599.000	4.599.000
Smartphone Xiaomi Redmi 10	1	2.269.000	2.269.000
Meja Kompor	1	293.500	293.500
Meja Prepare	2	302.000	604.000
Printer Thermal	1	195.000	195.000
Tape Dispenser JOYKO TD-103	1	17.890	17.890
Electric deep fryer GETRA EF-81	1	530.000	530.000
Dispenser galon elektrik	1	21.000	21.000
Garlic press stainless steel	1	14.000	14.000
Botol kecap 500 ml	3	3.900	11.700
Pisau	3	19.000	57.000
Pengasah pisau	1	13.000	13.000
Food Pan Stainless uk 1/9	7	55.500	388.500
sendok sayur	7	1.888	13.216
Kompor Gas 2 Tungku Rinai RI302S	1	288.000	288.000
MAXIM NEO18SP 18 cm Sauce Pan	3	128.000	384.000
Happy Call cetakan 7 lubang	1	99.900	99.900
Sendok 1 pack (isi : 6)	1	13.000	13.000
Garpu 1 pack (isi : 6)	1	13.000	13.000
Mangkok stainless uk 26	2	24.200	48.400
Mangkok stainless uk 24	2	21.250	42.500
Mangkok stainless uk 20	12	17.000	204.000
Talenan kayu	2	15.000	30.000
Gunting SC 838 Joyko	2	6.500	13.000
Sutil sodet spatula	2	11.200	22.400
Spatula pengaduk	8	6.790	54.320
Piring (isi : 6 pcs)	1	52.250	52.250
Gelas (isi : 3 pcs)	1	28.000	28.000
Saringan d 18 cm	1	9.000	9.000
Apron	8	24.750	198.000
kotak makan plastik 3500 mL	2	8.950	17.900
Tempat sendok	1	5.200	5.200
Cooling rak 35 x 25 cm	1	24.650	24.650
Nampan Besar	1	13.600	13.600
Capitan 12 inch	2	5.000	10.000

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.





Keterangan	Jumlah	Harga	Total
Kain lap dapur (12 pcs)	2	12.500	25.000
Total			16.942.926

Sumber : *Hungry Bowl*, 2023

Perlengkapan merupakan alat penunjang dalam kegiatan operasional usaha. *Hungry Bowl* melakukan pembelian perlengkapan secara rutin dalam jangka waktu 3 bulan sekali. Berikut adalah daftar perlengkapan yang dibutuhkan oleh *Hungry Bowl* :

(Dalam Rupiah)

Keterangan	Jumlah	Harga	Total
Tissue dapur	6	11.700	70.200
Med+ masker transparan plastik	60	2.500	150.000
Med+ Disposable hair Cap Green(isi : 50)	8	19.500	156.000
Sabun Cuci Piring (800 ml)	3	9.900	29.700
Sarung tangan plastik (isi 100)	2	2.000	4.000
Kertas printer thermal	9	1.385	12.465
Kantong sampah 50 x 75	6	9.290	55.740
plastik bening 15 x 30	2	9.000	18.000
Kabel Ties Nylon (isi : 1000)	8	18.300	146.400
Isolasi 12mm x 72 yard	6	2.690	16.140
Gas 12 Kg	1	430.000	430.000
Total			1.088.645

Sumber : *Hungry Bowl*, 2023

III. Strategi Bisnis

Rencana Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh *Hungry Bowl* dalam strategi diferensiasi yaitu dengan keberagaman varian rasa menu yang terinspirasi dari berbagai Negara di Asia seperti Indonesia, Jepang, Korea, dan China, yang pada umumnya mudah disukai dan populer dalam masyarakat Indonesia serta komposisi penyajian *rice bowl* yang lengkap dengan gizi seimbang. *Hungry Bowl* memosisikan mereknya sebagai penyedia produk makanan *rice bowl* yang praktis, lezat, dan bergizi. strategi *Hungry Bowl* dalam menetapkan harga adalah penetapan harga berdasarkan persaingan (*Competition – Based Pricing*) karena strategi ini cocok digunakan pada usaha di bidang kuliner. Penetapan harga dilakukan dengan melihat harga pasar saat ini, dengan melihat target pasar yang dimiliki *Hungry Bowl* yaitu kalangan menengah keatas. *Hungry Bowl* menetapkan harga produk yang lebih rendah dari pesaing agar mampu menyaingi para pesaing dan menarik perhatian konsumen yaitu sebesar Rp 42.000 per porsi. Untuk saluran distribusinya, *Hungry Bowl* menggunakan saluran distribusi secara langsung, yaitu menyalurkan produknya kepada konsumen tanpa perantara atau distributor.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI (Kwik Kian Gie) dan diterbitkan oleh IBI (Kwik Kian Gie)

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



Rencana Promosi

Hungry Bowl lebih memfokuskan strategi promosi secara *online* dengan memanfaatkan platform media sosial sebagai program promosinya. Strategi promosi yang diterapkan oleh *Hungry Bowl* untuk berinteraksi dengan konsumen yaitu dengan membuat konten – konten yang menarik dan edukatif, pemanfaatan fitur *ads* pada Instagram dan Tiktok, menggunakan jasa *influencer* / KOL, promosi *mouth to mouth*, dan pemberian program diskon berupa promo *buy 1 get 1*, promo *bundling* pada hari – hari tertentu seperti tanggal kembar, *anniversary Hungry Bowl*, dan tanggal akhir bulan.

Rencana Organisasi

Hungry Bowl merupakan perusahaan kecil yang baru berdiri sehingga struktur organisasi yang dimiliki *Hungry Bowl* merupakan struktur organisasi yang sederhana. *Hungry Bowl* memiliki 6 (enam) pekerja yang terbagi atas jabatan manajer, koki / juru masak, staf dapur, dan staf pemasaran. Tenaga kerja memiliki kewajiban waktu kerja mulai hari senin hingga minggu dalam sistem *shift* dengan waktu kerja 7 jam sehari termasuk istirahat. Dalam satu hari jam kerja karyawan terbagi menjadi dua *shift* yakni *shift* pertama dimulai pukul 08.00 – 15.00 WIB dan *shift* kedua dimulai pukul 15.00 – 22.00 WIB

Analisis Keuangan

Berdasarkan hasil analisis keuangan, *Hungry Bowl* memiliki prospek yang positif. *Payback Period* diraih dalam waktu 1 Tahun 11 Bulan, *Net Present Value* mendapatkan hasil positif sebesar Rp 438.610.092, Hasil *Profitability Index* sebesar 3,12 menunjukkan bahwa usaha *Hungry Bowl* layak untuk diinvestasikan karena nilai $PI > 1$, hasil *Internal Rate of Return* lebih besar dari tingkat *discount factor* yaitu sebesar 64 %, dan hasil *Break Even Point* yaitu hasil penjualan per tahun *Hungry Bowl* lebih besar dari nilai *Break Event Point*. Hal ini menunjukkan bahwa usaha *Hungry Bowl* layak untuk dijalankan.

Pengendalian Resiko Usaha

Suatu bisnis tentunya memiliki risiko – risiko yang mungkin terjadi di kemudian hari. *Hungry Bowl* membagi 2 (dua) kategori risiko, yakni risiko internal dan eksternal sebagai berikut :

1. Risiko Internal

a. Finansial Usaha

Krisis finansial atau penurunan keuangan perusahaan bisa saja terjadi. Hal ini dapat disebabkan oleh menurunnya daya beli masyarakat dan perencanaan keuangan yang sudah direncanakan tidak sesuai dengan realitanya. Risiko paling fatal yang dapat terjadi adalah kebangkrutan yang disebabkan total pengeluaran lebih banyak dibandingkan total pemasukan yang didapatkan.

b. Kualitas Produk

Kualitas produk dapat menjadi risiko ketika terjadi kegagalan atau adanya kecacatan dengan produk yang dihasilkan, yaitu apabila kualitas produk yang dihasilkan tidak sesuai standard yang telah dibuat oleh pemilik. Kualitas produk yang kurang baik akan menurunkan tingkat kepuasan konsumen dan dapat mencemari nama merek sehingga membuat pelanggan kehilangan kepercayaan terhadap bisnis.



- c. Pemasaran
Promosi yang kurang gencar dan konten promosi yang kurang menarik akan membuat konsumen kurang memiliki kesadaran merek perusahaan / rendahnya *brand awareness* dan kurang tertarik terhadap produk yang ditawarkan perusahaan sehingga akan berdampak pada rendahnya angka penjualan produk.

- d. Sumber Daya Manusia
Sumber daya manusia yang kurang berkualitas atau memiliki kinerja yang tidak baik dan tidak sesuai dengan yang diharapkan dapat menjadi suatu risiko. Tenaga kerja merupakan salah satu kunci keberhasilan bisnis. Kinerja karyawan yang tidak maksimal akan menjadi hambatan bagi *Hungry Bowl* dalam operasi bisnisnya. Tentunya hal ini akan berpengaruh terhadap reputasi merek apabila terdapat kesalahan atau hal – hal lainnya yang mengecewakan pelanggan.

2. Risiko Eksternal

- a. Krisis Ekonomi
Keadaan ekonomi suatu Negara tentunya akan memengaruhi bisnis yang ada dalam Negara tersebut. Keadaan krisis ekonomi memberikan dampak negative bagi bisnis yaitu membuat daya beli masyarakat menurun sehingga angka penjualan produk juga menurun.
- b. Perkembangan Teknologi dan Informasi serta Tren dalam masyarakat
Cepatnya perkembangan teknologi dan informasi dapat memberikan suatu risiko apabila perusahaan tidak cepat tanggap untuk terus beradaptasi dengan perkembangan yang dinamis. Perusahaan harus terus mengembangkan inovasi sesuai dengan tren agar dapat bertahan dan mampu bersaing dipasar.

Untuk dapat menghadapi risiko – risiko bisnis yang dapat terjadi, *Hungry Bowl* telah mempersiapkan rencana dan strategi untuk mengantisipasi dan meminimalisir terjadinya risiko tersebut. Berikut adalah rencana antisipasi risiko usaha yang akan dilakukan oleh *Hungry Bowl*:

1. Melakukan Evaluasi Bisnis Secara Rutin dan Meningkatkan Kualitas SDM
Antisipasi dapat dilakukan dengan melakukan evaluasi pada setiap bidang yang ada dalam *Hungry Bowl*. Dari segi keuangan yaitu terkait perencanaan keuangan yang baik dan melakukan kontrol agar tidak terjadi pengeluaran berlebihan. Segi pemasaran, yaitu terus melakukan evaluasi terhadap keefektifan program pemasaran yang telah dilakukan. Risiko dari kualitas produk dapat diantisipasi dengan meningkatkan ketelitian dalam proses produksi / menyiapkan pesanan pelanggan serta melakukan *quality control* yang baik agar pelanggan dapat selalu mendapatkan produk yang baik dan memuaskan. Pelatihan karyawan juga dapat dilakukan agar para karyawan meningkatkan kemampuan sesuai dengan bidangnya masing – masing.
2. Melakukan Research dan Development
Hungry Bowl harus selalu mengikuti arus informasi terkait dunia bisnis terutama dalam bidang F&B, baik terhadap akan kemunculan suatu tren baru atau perkembangan politik yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah. Dengan dilakukannya penelitian dan pengembangan ini maka *Hungry Bowl* dapat mengantisipasi dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan-perubahan yang dinamis sehingga dapat mampu mengikuti perkembangan dan menciptakan inovasi yang sesuai dengan tren / keinginan masyarakat.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Ambarwati, R., & Supardi. (2021). *Manajemen Operasional dan Implementasi dalam Industri*. Mungkid: Penerbit Pustaka Rumah C1nta.

Daed, T.S., & Nasution, M. A. (2021). *STUDI KELAYAKAN BISNIS (Teori dan Aplikasi Keuangan Dalam Bisnis)*. Medan: Undhar Press.

David, F. R., & David, F. R. (2019). *Management Strategic*. Jakarta: Salemba Empat.

Franklin, M., Graybeal, P., & Cooper, D. (2019). *Principles of Accounting, Volume 1: Financial Accounting*. Houston: OpenStax.

Hajar, H. I. (2019). *Manajemen Strategik - Konsep Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Hamali, A. Y., & Budihastuti, E. S. (2019). *Pemahaman Praktis Administrasi, Organisasi, dan Manajemen Strategi Mengelola Kelangsungan Hidup Organisasi*. Jakarta: Prenada Media.

Irmayani, N. W. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.

Kotler, P. & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson Education.

Padli, H. A. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Banjarmasin: Poliban Press.

Riyanto, S. (2022). *Analisis Pemecahan Masalah dan Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.

Sobana, H. D. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis*. Bandung: PUSTAKA SETIA.

Sudana, I. M. (2019). *Manajemen Keuangan Teori dan Praktik*. Surabaya: Airlangga University Press.

Sulindawati, N. L., Yuniarta, G. A., & Purnamawati, I. G. (2021). *Manajemen Keuangan : Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Bisnis*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.

Sumber Web Site / Internet :

Rizaty, Monavia Ayu (2022), *Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,68% pada Kuartal II/2022*, Data Indonesia, diakses 15 November 2022, <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-368-pada-kuartal-ii2022>

Solagracia, Maylida Frisca Elenor solagracia (2020), *Kenapa Bisnis Kuliner “Tidak Ada Matinya”?*, Oke Finance, diakses 15 November 2022, <https://economy.okezone.com/read/2020/02/15/320/2168837/kenapa-bisnis-kuliner-tidak-ada-matnya>

Sanjaya, Rumzil Maynisa (2020), *Pola Makan Modern, Sudahkah Sesuai dengan Syariat?*, Universitas Gajah Mada, diakses 15 November 2022, <https://sef.feb.ugm.ac.id/pola-makan-modern-sudah-sesuai-dengan-syariat/>

Riyandi, Vlora (2022), *Menilik Geliat Industri F&B Pasca Pandemi*, Landx, diakses 15 November 2022, <https://landx.id/blog/menilik-geliat-industri-f-b-pasca-pandemi/>

Nissa (2022), *Kemenperin Optimis Tahun Politik 2023 Bakal Dongkrak Industri Makanan-minuman*, Bizlaw, diakses 15 November 2022, <https://m.bizlaw.id/read/65848/Kemenperin-Optimis-Tahun-Politik-2023-Bakal-Dongkrak-Industri-Makanan-minuman>

Jayani, Dwi Hadya (2019), *Pemesanan Makanan secara Online Makin Digemari*, Databoks, diakses 15 November 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/26/pemesanan-makanan-secara-online-makin-digemari>

Burhan, Fahmi Ahmad (2022), *Riset : Layanan Pesan-antar Makanan Kian Diminati*, GoFood Rajai Pasar, Kata Data, diakses 15 November 2022, <https://katadata.co.id/ameidyonasution/digital/62ab24bd2d4a5/riset-layanan-pesan-antar-makanan-kian-diminati-GoFood-rajai-pasar>



- Annur, Cindy Mutia (2022), Konsumsi Daging Ayam Warga RI Meningkat, Capai Rekor pada 2021, Databoks, diakses 16 November 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/06/konsumsi-daging-ayam-warga-ri-meningkat-capai-rekor-pada-2021#:~:text=Menurut%20laporan%20Badan%20Pusat%20Statistik,terakhir%20seperti%20terlihat%20pada%20grafik.>
- Richard, M. (2019), Bisnis Restoran Cepat Saji Berpeluang Tumbuh 15% Tahun Ini, *Ekonomi Bisnis*, diakses pada 16 November 2022, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190211/12/887488/bisnis-restoran-cepat-saji-berpeluang-tumbuh-15-tahun-ini>
- Putra Bayu Aditya (2022), Survei Grab, Konsumen Keluar Uang Lebih Banyak untuk Pesan-Antar Makanan dan Belanja Kebutuhan Harian *Online*, *Tren Teknologi*, diakses pada 16 November 2022, <https://tren teknologi.com/survei-grab-konsumen-keluar-uang-lebih-banyak-untuk-pesan-antar-makanan-dan-belanja-kebutuhan-harian-online/>
- Sajian Cita Rasa GoFood - Tren & Lanskap Kuliner Indonesia, Gojek, diakses tanggal 16 November 2022
- Pemerintah Turunkan Tarif PPH Final UMKM Jadi 0,5%, Kementerian Keuangan Direktorat Jendral Pajak, diakses pada 18 November 2022, <https://www.pajak.go.id/pemerintah-turunkan-tarif-pph-final-umkm-jadi-05>
- Pertumbuhan Ekonomi Nasional Triwulan III-2022 Sebesar 5,72%, Menkeu : Cerminan Menguatnya Pemulihan Ekonomi Nasional di Tengah Ketidakpastian Ekonomi Global, Kementerian Keuangan, diakses 21 November 2022, <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Perekonomian-Indonesia-Triwulan-III-2022-5,7>
- Eka, Rahmawati (2022), Pesan Antar Makanan *Online* Menjadi Tren di Masyarakat, Kompasiana, diakses pada 22 November 2022, <https://www.kompasiana.com/rahmawatieka7061/61d809111b796c6e967ab842/pesan-antar-makanan-online-menjadi-tren-di-masyarakat>
- Mely (2022), Hasil Survei Mengungkapkan Media Sosial Paling Digemari di Indonesia, Gatra, diakses pada 22 November 2022, <https://www.gatra.com/news-548811-nasional-hasil-survei-mengungkapkan-media-sosial-paling-digemari-di-indonesia-.html>
- Annur, Cindy Mutia (2022), Survei: Banyak Anak Muda Semakin Peduli Terhadap Lingkungan, Databoks, diakses pada 22 November 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/16/survei-banyak-anak-muda-semakin-peduli-terhadap-lingkungan>
- Pemerintah Permudah Perizinan Bagi Pemilik UMKM 2022, Badan Koordinasi Penanaman Modal, diakses pada 23 November 2022
- Destiana, Nisa (2022), Advertising adalah: Pengertian, Tugas, Ciri, dan Komponennya, Majoo, diakses pada 14 Desember 2022, <https://majoo.id/solusi/detail/advertising-adalah>
- Kemenperin paparkan dukungan dan kinerja industri makanan dan minuman 2022, Antara News, diakses pada 21 Desember 2022, <https://www.antaranews.com/berita/2978517/kemenperin-paparkan-dukungan-dan-kinerja-industri-makanan-dan-minuman>
- Pamela (2022), Apa Itu Saluran Distribusi? Pengertian, Fungsi, Jenis, dan Contohnya, Mekari Qontak, diakses pada 7 Januari 2023, <https://qontak.com/blog/saluran-distribusi/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.
a. Penyalinan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Penyalinan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Kwik Kian Gie School of Business



Sumber Undang – Undang :

Republik Indonesia. 2008. *Undang - Undang nomor 20 tahun 2008 mengenai jenis dan ukuran usaha di Indonesia tentang usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*

Republik Indonesia. 2009. *Undang – undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan*

Republik Indonesia. 2016. *Peraturan Menteri Ketenagakerjaan (Permenaker) Nomor 6 Tahun 2016 tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan Bagi Pekerja/buruh Di Perusahaan.*

Republik Indonesia. 2018. *Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2018 mengatur pengenaan Pajak Final Pasal 4 ayat (2) Tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan Pelaku Usaha oleh Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu*

Republik Indonesia. 2018. *Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 Pasal 25 ayat 1 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik atau Online Single Submission (OSS)*

Republik Indonesia. 2021. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 36 Tahun 2021 Pasal 36 tentang ketentuan pemberian gaji pokok*

- 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 seluruhnya tulisan 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 IBI KKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.

**PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA**

Belah terima dari

Nama Mahasiswa / I :

Michelle Chrestella

NIM

: 78190079

Tanggal Sidang : 12 April 2023

Judul Karya Akhir

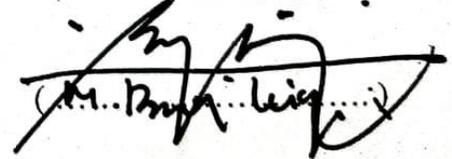
: Rencana Bisnis Pendirian Usaha "Hungry Bowl" Di Jakarta
Pusat

Jakarta 4 / 4 20 23

Mahasiswa/I

(.....)

Pembimbing


(M. Budi Wicak)