



## BAB IX

### RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

© Himpunan Ilmiah dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### 9.1 Ringkasan Kegiatan Usaha

##### A. Konsep Bisnis

Chriss Bun merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner yang menjual makanan sehat dengan jenis *salad wrap*. *Salad wrap* dari Chriss Bun menggunakan bahan - bahan yang segar dan berkualitas seperti selada, tomat ceri, kol ungu, potongan jagung, makaroni, dada ayam tanpa tulang, putih telur dan juga saus khas dari Chriss Bun yang kemudian dibungkus dengan *tortilla*. Alasan Chriss bun menggunakan daging dada ayam tanpa tulang adalah karena pada daging dada ayam begitu tinggi protein yang bagus untuk memenuhi kebutuhan asupan protein kita. Selain itu, dengan menggunakan dada ayam tanpa tulang sangat memudahkan pada saat menikmati *salad wrap* tersebut sehingga makanan tersebut sangat praktis.

Penjualan *salad wrap* ini juga dilakukan dengan menggunakan aplikasi Grab, Gojek dan Shopee yang dapat mempermudah masyarakat yang ingin membeli produk Chriss Bun yang berlokasi di Harapan Indah Bekasi.

##### B. Visi dan Misi Perusahaan

###### 1. Visi

Menjadi usaha yang selalu mementingkan kualitas bahan yang digunakan, kebersihan dan kepuasan para pelanggan serta dapat memenuhi kebutuhan para pelanggan akan asupan yang sehat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,  
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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



## 2. Misi

- a. Selalu menggunakan bahan terbaik untuk menciptakan hidangan yang berkualitas
- b. Berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pelanggan
- c. Menyediakan menu yang sehat dan bergizi, yang mampu memenuhi asupan pelanggan sehari-hari
- d. Mampu menciptakan lapangan pekerjaan yang baru untuk masyarakat Indonesia

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### C Produk atau Jasa

Chriss Bun menjual produk makanan yaitu *salad wrap*, yang dimana Chriss Bun terinspirasi dari adanya wabah covid-19 akan pentingnya kesadaran terhadap makanan sehat yang memiliki tinggi protein dan juga serat. *Salad wrap* yang memakai daging dada ayam yang memiliki tinggi protein, sayuran selada, tomat ceri, potongan jagung, makaroni, potongan putih telur yang sudah direbus, lalu diberikan saus khas dari Chriss Bun kemudian dibungkus menggunakan tortilla yang sudah dipanggang sehingga menciptakan cita rasa sangat nikmat.

### D. Persaingan

Dalam menjalankan sebuah usaha, memiliki pesaing secara langsung dan tidak langsung merupakan hal yang sudah pasti. Untuk menghadapi persaingan kita perlu mengetahui kekuatan dari pesaing langsung maupun tidak langsung yang akan menjadi kompetitor di pada masa ini maupun mendatang sehingga usaha kita dapat terus berinovasi dan bersaing dengan kompetitornya. Maka, dengan melakukan survei terhadap pesaing, secara spesifik dengan melihat kekuatan dan kinerja kompetitor seperti Realme.id, Salad Bar by Hadi Kitchen, SaladStop! dan Hawker Bun, maka penulis dapat mempelajari kekurangan maupun kelebihan kompetitor tersebut sehingga Chriss Bun dapat belajar dari para kompetitor untuk mengembangkan bisnisnya.

### C 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## E. Target dan Ukuran Pasar

Chriss Bun menargetkan pasar utama di Harapan Indah Bekasi. Chriss Bun juga tidak menargetkan umur karena semua umur bisa mengonsumsi *salad wrap* karena menggunakan bahan yang menyehatkan dan berkualitas tinggi. Dan yang terakhir Chriss Bun juga menargetkan cita rasa dan bukan kemewahan.

Ukuran pasar dari Chriss Bun sejalan dengan data pertumbuhan penduduk di Indonesia yang semakin tinggi sehingga semakin tinggi juga kebutuhan makanan dan terlebih adanya data peningkatan permintaan terhadap makanan.

## F. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang digunakan oleh Chriss Bun adalah:

### 1. *Advertising*

Dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, kini masyarakat memiliki kesempatan yang lebih besar untuk mengakses internet di mana pada umumnya mereka memanfaatkan hal tersebut untuk menggunakan media sosial. Terkait dengan situasi tersebut, hal ini dijadikan Chriss Bun sebagai peluang untuk melakukan iklan di media sosial yang dapat dikatakan sangat mudah dan juga tidak memerlukan biaya yang besar, bahkan gratis.

### 2. *Sales Promotion*

Pada tahap ini strategi yang digunakan oleh Chriss Bun dengan memberikan promo yang menarik kepada konsumen. Contohnya seperti mendapatkan 1 *salad wrap* secara gratis untuk setiap pembelian 6 pcs *salad wrap*, Chriss Bun. Promo ini berlaku setiap hari Senin sampai Jumat pukul 18.00 sampai 21.00. Selain itu, Chriss Bun juga melakukan edukasi di media sosial seperti TikTok dan Instagram tentang gaya hidup sehat dan memberikan edukasi dengan harapan masyarakat semakin sadar akan pentingnya pola hidup sehat, memperkenalkan produk dari Chriss Bun dan membentuk citra brand di mata masyarakat, serta meningkatkan penjualan dari Chriss Bun.



### 3. Public Relation

Strategi yang digunakan oleh Chriss Bun salah satunya dengan metode *influencer* marketing, di mana kami bekerja sama dengan *influencer* yang memiliki personal branding atau image yang sesuai dengan Chriss Bun yaitu seseorang yang menerapkan pola hidup yang sehat. Dengan begitu Chriss Bun dapat secara efektif dan efisien dalam menjangkau target pasar yang diinginkan.

#### G. Tim Manajemen

Chriss Bun membutuhkan 3 orang tenaga kerja untuk membantu menjalankan kegiatan operasional perusahaan yang terdiri dari manajer, 2 karyawan. Pemilik dari Chriss Bun juga ikut membantu menjalankan usaha sebagai manajer yang bertugas untuk mengawasi jalannya operasional kinerja karyawan dan mengambil keputusan akhir agar bisnis tetap berjalan dengan lancar. Jam operasional Chriss Bun memulai penjualan dari senin - minggu dimulai pukul 10:00 – 22:00.

#### H. Kelayakan Keuangan

Tabel 9.1 Kesimpulan Kelayakan Keuangan Chriss Bun

No	Uraian Analisis	Standar Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
1	<i>Break Even Point</i>	Penjualan > Nilai BEP	Penjualan setiap tahun	Layak
2	<i>Net Present Value</i>	0	Rp2,172,793,079.71	Layak
3	<i>Payback Period</i>	5 Tahun	1 tahun 2 bulan	Layak
4	<i>Profitability Index</i>	1	49.52	Layak

Sumber: Chriss Bun, 2023

#### 9.2 Rekomendasi Visibilitas Usaha

Berdasarkan keseluruhan perhitungan kelayakan keuangan Chriss Bun seperti Metode *Break Even Point*, *Net Present Value*, *Payback Period*, *Profitability Index*. dapat disimpulkan bahwa rencana bisnis Chriss Bun layak untuk dijalankan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan dan menyebarkan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)