



## BAB IX

### RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### 9.1 Ringkasan Kegiatan Usaha, Mencakup :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

##### 9.1.1 Konsep Bisnis

Bubur Manis BM merupakan sebuah usaha di bidang makanan & minuman, Bubur Manis BM menawarkan produk berupa bubur manis yang memiliki 8 menu yaitu bubur sumsum, ketan hitam, kacang hijau, asinan buah, asinan sayur, sagu rangi, biji salak, dan pacar cina. Bubur Manis BM menawarkan produknya dengan cara membuka stand yang berada di Ruko Central Point, Jl. Harapan Indah No.1-2, RT.008/RW.017 17131 Pejuang Jawa Barat Kota Harapan Indah, Kota Bekasi. Serta secara online dengan memanfaatkan kemajuan teknologi berupa layanan pesan antar seperti : *Gojek, Grab, Shopee.*

##### 9.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

###### a. Visi Bubur Manis BM

“Menyediakan bubur manis di seluruh Indonesia dengan harga yang terjangkau serta tetap menjaga kualitas rasa yang baik agar dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat”

###### b. Misi Bubur Manis BM

1. Menyediakan makanan yang sehat dan higienis
2. Menjaga kualitas produk dengan mengutamakan cita rasa dan kualitas bahan baku

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.



3. Memberikan pelayanan yang terbaik untuk menjaga kepuasan konsumen
4. Terus melakukan inovasi produk untuk dapat membuat menu baru yang unik

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 9.1.3 Produk / Jasa

Produk yang dihasilkan oleh Bubur Manis BM adalah bubur manis yaitu produk makanan penutup ataupun bisa juga menjadi alternatif makanan untuk sarapan. Bubur Manis BM menawarkan 8 menu yaitu : Bubur sumsum, ketan hitam, kacang hijau, asinan buah, asinan sayur, sagu rangi, biji salak, dan pacar cina.

#### 9.1.4 Persaingan

Persaingan merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari dalam menjalankan suatu usaha. Karena bisnis atau usaha itu sendiri dapat diartikan bersaing atau berkompetisi dalam mencapai keuntungan. Informasi – informasi data perusahaan pesaing sangat dibutuhkan dalam membuat perencanaan strategi usaha yang akan digunakan perusahaan untuk bersaing secara efektif.

Dari hasil data yang penulis dapatkan, penulis menetapkan beberapa pesaing potensial : Bubur Candil HI, dan Pancong & Kacang Ijo Pakde. Berdasarkan analisis CPM, Bubur Manis BM memiliki keunggulan nilai yang lebih tinggi dibandingkan pesaing yaitu Bubur Manis BM 3.74, Bubur Candil HI 2.74, dan Pancong & Kacang Ijo Pakde 2.99. Bubur Manis BM memiliki keunggulan pada harga, cita rasa, kemasan yang bagus & aman dibandingkan pesaing serta memiliki kekurangan dalam citra merek yang belum dikenal masyarakat luas.

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.



### 9.1.5 Target dan Ukuran Perusahaan

Target pasar yang dipilih oleh Bubur Manis BM adalah masyarakat dari kalangan menengah kebawah yang berdomisili di Kota Bekasi yang memiliki gaya hidup yang sibuk dan tidak memiliki waktu untuk membuat sarapan.

### 9.1.6 Strategi Pemasaran

Berikut adalah strategi pemasaran yang digunakan oleh Bubur Manis BM :

#### 1. Advertising

Bubur Manis BM melakukan periklanan dengan cara membuat stiker logo usaha pada kemasan produk yang dijual yang dimana sticker logo tersebut akan menjadi iklan berjalan yang bermanfaat untuk Bubur Manis BM. Sticker logo usaha bertujuan untuk memberikan *brand awareness* kepada masyarakat. Bubur Manis BM juga membuat iklan secara digital dengan menggunakan media sosial seperti *instagram* dan *facebook* yang dimana platform tersebut memiliki fitur *ads* yang memudahkan dalam beriklan. Serta Bubur Manis BM bisa membuka bazar pada acara - acara tertentu atau bisa menawarkan jasa untuk menjadi pihak konsumsi untuk masyarakat yang memiliki acara.

#### 2. Direct and Digital Marketing

Bubur Manis BM melakukan pemasaran langsung dengan cara menggunakan media sosial pribadi yang dimana media sosial pribadi tersebut memiliki kontak orang - orang yang berada di sekitar wilayah Bubur Manis BM beroperasi.



### 9.1.7 Tim Manajemen

Dalam menjalankan usaha, Bubur Manis BM memerlukan 2 SDM yang kompeten dan bertanggung jawab atas pekerjaan yang dilakukan, yang akan dibimbing langsung oleh pemilik. Rencana tenaga kerja Bubur Manis BM terdiri dari 1 orang produksi dan 1 orang penjualan.

### 9.1.8 Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha penting untuk dilakukan agar bisa menentukan apakah Bubur Manis BM layak untuk dilaksanakan dan memiliki potensi untuk sukses.

Berikut adalah analisis kelayakan usaha dari Bubur Manis BM menggunakan beberapa alat analisis :

Tabel 9.1

*Kesimpulan Kelayakan Investasi Bubur Manis BM*

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
Payback Period (PP)	5 Tahun	1 Tahun 3 Bulan 26 Hari	Layak
Net Present Value (NPV)	0	Rp. 714.407.273	Layak
Profitability Index (PI)	1	16,063	Layak
Break Even Point (BEP)	Penjualan > Nilai BEP	Penjualan Per tahun > BEP Per Tahun	Layak

Sumber : Tabel 7.22, 7.23, 7.24

## 9.2 REKOMENDASI VISIBILITAS USAHA

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Berdasarkan hasil kesimpulan kegiatan usaha di atas yang terdiri dari : konsep bisnis, visi dan misi perusahaan, produk, persaingan, target dan ukuran pasar, strategi pemasaran, tim manajemen, dan kelayakan keuangan yaitu 4 alat analisis : payback period (PP) diperkirakan Bubur Manis BM mencapai titik balik modalnya dalam waktu 1 tahun 3 bulan 26 hari, net present value (NPV) nilainya lebih besar daripada 0 yaitu Rp 714.407.273, profitability index (PI) nilainya lebih daripada 1 yaitu 16,063, dan analisis break-even point (BEP) nilai penjualan yang dilakukan oleh Bubur Manis BM lebih tinggi dibandingkan nilai BEP setiap tahunnya maka bisnis Bubur Manis BM bisa direkomendasi dan layak untuk dijalankan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
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.

