



## BAB IX

### RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Konsep Bisnis

Dodol Beko adalah UMKM yang menjual berbagai macam jenis dodol dan jajanan kuliner betawi lainnya. Mulai dari dodol original, dodol almond, dodol wijen dan kembang goyang. Dodol beko sudah berdiri sejak 2016 dan akan terus mengembangkan bisnisnya hingga masuk ke pasar luar negeri.

#### B. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Dodol Beko adalah “Membuat makanan khas Betawi dikenal di seluruh dunia dengan cita rasa yang unik dan terus berinovasi dengan kualitas produk yang terjaga dan memberikan pelayanan yang terbaik”. Misi dari Dodol Beko adalah:

1. Memiliki rasa dodol yang unik dan terus berinovasi
2. Memberikan pelayanan terbaik dan profesional
3. Memperkenalkan dan menjadikan dodol ke international

#### C. Produk

1. Varian Original
  - a. Dodol isi 8
  - b. Dodol isi 16
  - c. Dodol Lonjor
2. Varian Almond
  - a. Dodol isi 8
  - b. Dodol isi 16
  - c. Dodol Lonjor

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.



- C. Varian Wijen**
- Dodol isi 8
  - Dodol isi 16
  - Dodol Lonjor
- 4. Kembang Goyang**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### **D. Persaingan**

Dodol Beko memiliki tiga pesaing utama yaitu Dodol Mpok Nini, Pusat Oleh – Oleh Jakarta dan Dodol Betawi Guruh Rasa. Dari ketiga pesaing tersebut tergolong dalam satu segmen penjualan jajanan kuliner Betawi. Walaupun demikian setiap usaha memiliki positif dan negatifnya masing-masing.

#### **E. Target dan Ukuran Pasar**

Dodol Beko memiliki target pasar skala nasional Indonesia untuk dijadikan oleh – oleh khas DKI Jakarta. Pasar dari Dodol Beko sendiri adalah perempuan dan pria yang memiliki usia 4 – 65 tahun dan memiliki pendapatan UMR yang memiliki kecenderungan konsumtif dan menyukai cemilan yang manis.

#### **F. Strategi Pemasaran**

Dodol Beko menggunakan sosial media sebagai media utama untuk melakukan kegiatan periklanan dan pemasaran seperti Facebook dan Instagram. Diiringi dengan melakukan kegiatan *sales promotion* yakni memberikan penawaran promo-promo paket penjualan pada momentum bulan- bulan perayaan tertentu serta aktif dalam mengikuti bazar acara kegiatan kuliner.

#### **G. Tim Manajemen**

Dodol Beko merupakan usaha kecil yang memiliki struktur organisasi yang sederhana, rencana sumber daya manusia yang dibutuhkan berjumlah empat orang.



Di dalam struktur organisasi Dodol Beko terdapat posisi manajer, admin, produksi, dan finance yang dimana setiap posisi diisi oleh satu orang. Dodol Beko beroperasi dari Hari Senin-Sabtu dengan jam operasional mulai pukul 09.00-17.00 WIB.

## H. Kelayakan Usaha

Hasil kelayakan usaha Dodol Beko dalam perhitungan yang sudah dilakukan pada perhitungan di bab 7 adalah sebagai berikut:

**Tabel 9.1**

### Hasil Kelayakan Usaha Dodol Beko

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisa	Kesimpulan
Payback Period	5 Tahun	1 Tahun 2 Bulan 10 Hari	Layak
Net Present Value	$NPV > 0$	333,088,415	Layak
Profability Index	$PI > 1$	5.83	Layak
Break Even Point	Penjualan > Nilai BEP	Penjualan > Nilai BEP per tahun	Layak

Sumber: Dodol Beko, 2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.