

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep bisnis

Magu Magu Chicken adalah usaha bisnis kemitraan di bidang *F&B* dengan konsep waralaba. Namun, secara teknis dapat dikenal sebagai *business opportunity*. *Business opportunity* merupakan peluang usaha yang bisa dimiliki atau dijalankan oleh siapapun dengan membeli merk dagang dari bisnis tersebut. Pembelian ini disertai dengan ketentuan dan syarat yang berlaku antar kedua belah pihak. Fokus utama dari usaha jenis ini terletak pada paket usaha seperti perlengkapan dan alat-alat, bahan baku, hingga *training* usaha. Sedangkan untuk sistem bisnisnya sendiri tidak terikat dengan penjual merk, melainkan sepenuhnya milik pembeli. Dengan kata lain pembeli memiliki kebebasan untuk mengelola sistem bisnis berdasarkan cara kerjanya sendiri.

2. Visi dan Misi perusahaan

Visi adalah suatu pandangan yang jauh tentang perusahaan, tujuan – tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut . Visi dari Magu Magu Fried Chicken adalah menjadi pilihan *fried chicken* dan ayam geprek yang digemari masyarakat dengan kualitas produk dan pelayanan yang memuaskan.

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.



Wibisono (2006) Misi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan tujuan atau alasan eksistensi perusahaan yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik berupa produk ataupun jasa. Berikut adalah misi dari Magu Magu Fried Chicken :

- a) Konsisten menciptakan produk yang berkualitas untuk membangun citra merk yang baik
- b) Memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen serta menyediakan pesanan dengan cepat
- c) Menyediakan *fried chicken* dan ayam geprek dengan potongan daging yang besar, daging yang tebal, rasa yang khas dengan harga yang terjangkau

3. Produk / jasa

Magu Magu Fried Chicken menawarkan produk makanan yaitu *fried chicken*. Produk ini termasuk jenis *non-durable goods* dan *convenience goods*. *Non-durable goods* adalah barang berwujud yang dapat dikonsumsi, umumnya bersifat tidak tahan lama dan hanya dapat digunakan atau dikonsumsi sekali atau beberapa kali saja. *Convenience goods* adalah kegiatan konsumen ketika membeli barang sehari-hari dengan usaha yang minimum dan biasanya dilakukan dengan segera.

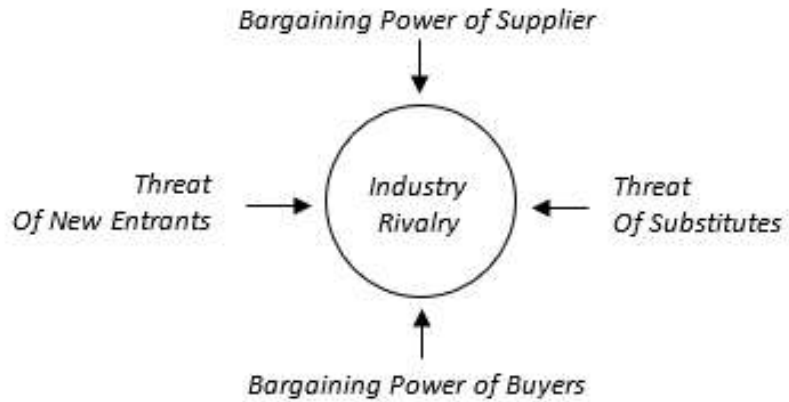
4. Persaingan

Teori *Porter's Five Forces* merupakan metode untuk mengidentifikasi kekuatan industri yang dilihat dari faktor-faktor eksternal. *Porter's Five Forces* digunakan sebagai alat untuk menganalisis kondisi persaingan industri digambarkan sebagai berikut:

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.

Gambar 9.1

Teori *Porter's Five Forces*



Sumber : binus.ac.id

a. Industry Rivalry

Kompetitor yang dimiliki oleh Magu Magu Fried Chicken merupakan pesaing yang sudah memiliki brand image yang kuat di kalangan masyarakat. Beberapa diantaranya adalah Hisana, D’Kriuk, Sabana, dan D’Besto. Sebagai merk baru, Magu Magu Fried Chicken berusaha untuk memberikan inovasi menu “salad” sebagai upaya pemberian karakter pada brand dan menarik konsumen.

b. Supplier Power

Saat ini, setidaknya kami memiliki 4 pilhan *supplier* yang bisa kami bandingkan dari segi harga, kualitas produk, dan kualitas layanan. Keempat *supplier* tersebut memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Maka dari itu, kami memilih satu yang paling sesuai dengan kebutuhan kami. Namun, apabila *supplier*

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

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.



tersebut sedang tidak bisa memenuhi kebutuhan pesanan maka kami memiliki 3 opsi tempat lainnya. Sehingga kebutuhan kami tetap bisa terpenuhi.

c. Buyer Power

Persaingan yang terjadi dengan kompetitor lain adalah dari segi harga, kualitas dan ukuran produk. Namun karena banyak nya kompetitor sejenis, maka akan mudah bagi konsumen untuk memilih produk dari merk lain yang memberikan manfaat lebih bagi mereka.

d. Threat of Substitution

Produk ayam goreng krispi merupakan jenis makanan yang mudah untuk dibuat. Terlebih sekarang ini sudah banyak tepung krispi yang dapat digunakan secara instan untuk membuat ayam goreng krispi. Jenis produk tepung krispi instan ini dapat dikatakan sebagai ancaman produk pengganti.

e. Threat of New Entry

Ancaman pendaatang baru untuk industri ini terbilang cukup tinggi, selain karena pembuatan nya yang mudah, biaya untuk memulai usaha ini juga cendeung terjangkau bagi siapa saja.

5. Target dan ukuran pasar

Lokasi tempat usaha berada di daerah ramai penduduk dan terdapat jalanan aktif lalu lalang masyarakat. Target pasar dari Magu Magu Fried Chicken adalah masyarakat sekitar daerah Pangkalan Asem, Cempaka Putih dengan rentang usia anak – anak sampai orang tua.

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

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.



6. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran menurut (Kotler and Armstrong, 2012:72) adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam membangun citra merk dimata konsumen sehingga dalam proses menjalankan strategi pemasaran harus dilakukan dengan perencanaan yang jelas. Beberapa strategi pemasaran yang dapat dilakukan antara lain :

a. Diferensiasi

Menurut Kotler dan Keller (2016:393) diferensiasi produk adalah upaya dari sebuah perusahaan untuk membedakan produknya dengan produk pesaing dalam suatu sifat yang membuatnya lebih diinginkan atau spesial. Diferensiasi dari Magu Magu Fried Chicken adalah ide penambahan menu salad dan minuman teh hijau dan lemon sebagai *balancing* dari produk kaya lemak *fried chicken*.

b. Positioning

Menurut Kotler dan Keller (2016), Positioning adalah tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan agar mendapatkan tempat khusus dalam pikiran pasar sasaran. Positioning merupakan cara untuk menciptakan pandangan produk sebaik mungkin di benak konsumen. Strategi positioning dapat dilakukan dengan menjelaskan manfaat produk kepada konsumen, mengikuti tren, meningkatkan citra produk, memperhatikan harga dan mengamati strategi pesaing. Magu Magu

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.



Fried Chicken menawarkan ayam goreng krispi dengan daging ayam yang tebal, rasa yang khas dengan harga yang murah serta menyediakan 6 varian rasa yang nikmat.

c. Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan “strategi pemasaran yang menentukan terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli. Metode penetapan harga yang digunakan oleh Magu Magu Fried Chicken adalah *Demand Oriented Pricing*. Penetapan harga dengan mempertimbangkan keadaan permintaan, keadaan pasar dan keinginan konsumen. Terdapat 2 jenis penetapan harga *demand oriented pricing* yaitu:

- a. *Preceived value pricing* yaitu berapa nilai produk dalam pandangan konsumen terhadap yang dihasilkan perusahaan.
- b. *Demand Deferential pricing* yaitu penetapan harga jual produk dengan dua macam harga atau lebih.

d. Saluran Distribusi

Menurut Tjiptono (2014), “Saluran distribusi merupakan serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk/jasa dari penjual ke pembeli akhir. Saluran distribusi yang digunakan Magu Magu Fried Chicken yaitu saluran distribusi langsung. Proses penyaluran dilakukan oleh penjual kepada pembeli secara langsung tanpa perantara.



Penggunaan saluran ini berlaku untuk penjualan di toko secara offline maupun penjualan melalui online (gofood, grabfood, shopeefood)

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

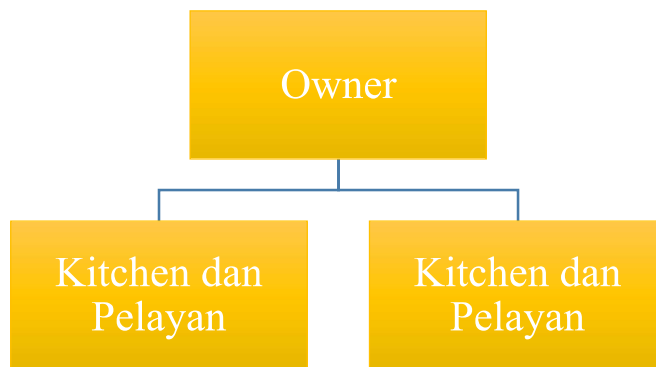
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

7. Tim manajemen

Struktur organisasi adalah sistem yang digunakan untuk menjelaskan dan menggambarkan susunan kedudukan atau posisi jabatan seseorang dalam suatu perusahaan atau usaha. Struktur organisasi berfungsi untuk menjelaskan jalur hubungan di antara anggotanya. Supaya penyelesaian pekerjaan kian mudah, lebih efektif, serta menguntungkan berbagai pihak. Berikut struktur organisasi pada Magu Magu Fried Chicken

Gambar 9.2
Struktur Organisasi Magu Magu Fried Chicken



Sumber : Magu Magu Fried Chicken, tahun 2022

8. Kelayakan keuangan

Kelayakan keuangan adalah suatu analisi yang digunakan untuk memperhitungkan kemungkinan laba yang akan diperoleh dari suatu penanaman modal.

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.



Tabel 9.1

Tabel BEP Magu Magu Fried Chicken

Tahun	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Penjualan	BEP
2023	Rp269.507.680	Rp23.789.500	Rp310.640.000	Rp291.858.880
2024	Rp282.690.640	Rp27.723.150	Rp342.480.600	Rp307.589.415
2025	Rp296.533.035	Rp30.363.401	Rp377.584.862	Rp322.463.896
2026	Rp311.065.404	Rp33.215.861	Rp416.287.310	Rp338.037.671
2027	Rp326.328.489	Rp36.324.953	Rp458.956.759	Rp354.376.229

Sumber : Magu Magu Fried Chicken, tahun 2022

B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Kelayakan pengembangan usaha Magu Magu Fried Chicken berdasarkan perhitungan proyeksi laba rugi, arus kas, neraca yang sudah di paparkan pada BAB VII, maka dapat disimpulkan beberapa poin sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis BEP maka dapat dikatakan bahwa usaha ini layak untuk terus dikembangkan dan dijalankan.
2. Berdasarkan perhitungan PP, perkiraan balik modal dalam waktu 2 Tahun 6 bulan
3. Berdasarkan analisis NPV, usaha Magu Magu Fried Chicken mendapatkan hasil positif di angka Rp207.278.746
4. Berdasarkan perhitungan PI, usaha Magu Magu Fried Chicken dapat dikatakan layak dikembangkan karena memiliki PI yang lebih dari 1

Kesimpulan dari poin-poin tersebut adalah pengembangan usaha Magu Magu Fried Chicken layak untuk terus dikembangkan dan dijalankan.

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

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.