

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF/REKOMENDASI

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis

Usaha yang akan didirikan oleh penulis adalah Arla yang terletak di Jl. Bengawan No.27, Cideng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Arla memiliki nomor telepon yang dapat dihubungi untuk melakukan kontak yaitu 085156439191. Arla juga memiliki media sosial untuk menyebarkan informasi dan melakukan kegiatan seperti, facebook, instagram, dan tiktok

Arla merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner dengan menu utamanya yaitu arem-arem serta pelengkapya peyek. Pembeda antara Arla dengan penjual arem-arem di luar sana dapat dilihat melalui sisi sambal yang disediakan, pada umumnya arem-arem di luar sana hanya disajikan dengan sambal kacang, namun Arla berbeda, Arla menyediakan 3 jenis varian sambal, yaitu sambal terasi, sambal cabai hijau dan juga sambal kacang yang akan melewati proses pembakaran sehingga tercipta cita rasa yang baik saat disantap oleh pelanggan. Konsep bisnis Arla yaitu mengedepankan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik, termasuk di dalamnya menyajikan makanan yang berkualitas, memiliki cita rasa yang baik dan juga higienis.

Visi dari Arla sendiri adalah menjadi penyedia arem-arem dan peyek terbaik yang ada di Jakarta khususnya Jakarta Pusat, dengan mengutamakan kualitas dan pelayanan kepada pelanggan. Untuk mencapai visi tersebut, dibutuhkan juga





sebuah misi. Misi dari Arla sendiri adalah menjadi penyedia arem-arem dan peyek berkualitas baik dan memiliki cita rasa yang dapat dinikmati serta memberi pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan.

Persaingan dalam dunia usaha adalah hal yang sangat lumrah, Arla sendiri memiliki 2 pesaing utama, yaitu Arem-Arem Laris Manis dan Lontong Yanti, maka dari itu Arla harus selalu mencari strategi atau cara agar selalu unggul dibanding para pesaing, tentunya Arla juga harus terus berinovasi agar dapat mengikuti permintaan pasar.

Dana sebesar Rp 400.000.000 akan dialokasikan untuk pembukaan kedai Arla, dimana biaya tersebut dikeluarkan untuk sewa bangunan sebesar Rp 200.000.000, biaya renovasi Rp 15.000.000, biaya peralatan 49.835.000, biaya perlengkapan Rp 14.998.200, biaya bahan baku 30.585.000, biaya utilitas 18.152.672, biaya administrasi dan umum sebesar Rp 405.000 dan sisa kas sebesar Rp 37.523.128 sebagai dana untuk berjaga-jaga Arla.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi Perusahaan

Menjadi penyedia arem-arem dan peyek terbaik yang ada di Jakarta, dengan mengutamakan kualitas bahan baku dan pelayanan kepada pelanggan.

b. Misi Perusahaan

- 1) Sebagai penyedia arem-arem dan peyek berkualitas baik dan memiliki cita rasa yang dapat dinikmati.
- 2) Memberi pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan.

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.



3. Produk

Produk makanan Arla berbahan dasar beras yang diolah menjadi arem-arem disertai dengan isi, sambal, dan juga peyek. Tidak hanya menyediakan makanan, Arla juga menyediakan minuman. Berikut produk yang ditawarkan Arla:

- a. Makanan
 - 1) Arem-arem isi wortel dan tahu
 - 2) Arem-arem isi wortel, tahu dan ayam
 - 3) Peyek teri
 - 4) Peyek kacang
- b. Sambal
 - 1) Sambal kacang
 - 2) Sambal terasi bakar
 - 3) Sambal cabai hijau bakar
- c. Minuman
 - 1) Air mineral
 - 2) Teh manis hangat/dingin
 - 3) The tawar hangat/dingin
 - 4) Jeruk hangat/dingin
 - 5) Kelapa hijau
 - 6) Es kelapa

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika 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.



1. Persaingan

Pesaing atau kompetitor adalah hal yang sangat lumrah dalam dunia kuliner. Arla sendiri memiliki 2 kompetitor terdekat, yaitu Arem-Arem Laris Manis dan Lontong Yanti. Berdasarkan hasil *Competitive Profile Matrix* () yang sudah dibuat di bab 3, dapat dilihat bahwa Arla memiliki hasil yang paling tinggi dengan nilai 3,5, diikuti oleh Lontong Yanti dengan nilai 3, dan Arem-Arem Laris Manis yang berada di urutan terakhir dengan nilai 2,75. Angka yang terdapat dari analisis dapat menjelaskan kelebihan dan kekurangan masing-masing perusahaan.

2. Target dan ukuran pasar

Target pasar Arla yaitu konsumen atau masyarakat dengan kriteria laki-laki maupun Perempuan, berumur 12-65 tahun, masyarakat kalangan bawah hingga kalangan atas yang berdomisili DKI Jakarta, khususnya Jakarta Pusat.

Berdasarkan kriteria yang tertulis pada Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang usaha kecil, mikro, dan menengah, untuk ukuran pasar Arla termasuk ke dalam kategori usaha kecil. Arla masuk ke dalam usaha kecil dikarenakan hasil penjualan tahunan paling banyak sekitar Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) dan kekayaan bersih diluar tanah dan bangunan sebesar Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

© 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.



3. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah salah satu point penting dalam keberhasilan sebuah usaha, jika pemasaran yang dilakukan efektif hasil yang diraih tentunya juga akan memuaskan. Berikut beberapa strategi pemasaran Arla :

a. Sosial Media

Arla menggunakan sosial media sebagai sarana untuk melakukan promosi. Sosial media yang akan digunakan oleh Arla yaitu Instagram, TikTok, dan juga Facebook. Arla ingin memanfaatkan setiap fitur yang disediakan sosial media tersebut untuk melakukan promosi terhadap produk Arla dan tidak lupa juga untuk penguatan *brand* Arla itu sendiri, sehingga Arla semakin dikenal luas dan angka pembeli potensial semakin meningkat. Fitur tersebut bisa seperti *reels* di Instagram, *story* di Instagram, TikTok, dan juga Facebook dan tentunya Arla juga tidak akan lupa untuk beriklan di platform sosial media tersebut.

b. Brosur

Mungkin di zaman yang serba cepat seperti ini pemasaran melalui brosur sudah dianggap kuno, namun bagi Arla hal tersebut tidak menutup kemungkinan, karena melalui brosur juga *brand awareness* Arla dapat ditingkatkan dan tentunya akan meningkatkan angka penjualan dari Arla itu sendiri.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Tim manajemen

Berjalannya suatu bisnis atau usaha tentunya tidak akan lepas dari kontribusi tenaga kerja. Arla sendiri memiliki struktur organisasi yang terdiri dari 3 bagian dengan total 5 orang, yaitu 1 manajer, 2 juru masak dan juga 2 kasir.

Arla mempekerjakan karyawan 7 jam per hari yang berlangsung selama 6 hari per minggu. Arla sendiri akan beroperasi dari jam 08.00 – 22.00 WIB dari hari Senin sampai dengan Sabtu, *shift* pertama akan bekerja dari jam 08.00 – 15.00 WIB, dan *shift* kedua akan bekerja dari jam 15.00 – 22.00 WIB dengan jumlah pekerja yang sama, yaitu 1 orang juru masak dan 1 orang kasir.

5. Kelayakan keuangan

Analisis kelayakan keuangan memiliki tujuan untuk menilai apakah investasi pada suatu usaha layak untuk dilakukan atau tidak. Arla dalam rencana bisnisnya menggunakan beberapa analisis, yaitu *Payback Period*, *Net Present Value (NPV)*, *Profitability Index (PI)* dan juga *Internal Rate of Return (IRR)*.

Payback Period Arla yaitu akan mengalami pengembalian investasi pada jangka waktu 2 tahun 4 bulan, yang berarti pendirian usaha Arla layak untuk dijalankan karena tidak lebih dari 5 tahun pengembalian investasi. Untuk NPV Arla sebesar Rp 563.438.256 yang berarti pendirian usaha Arla layak untuk dijalankan karena $NPV > 0$. Dari sisi *Profitability Index* mendapatkan nilai 2,40 yang berarti angka tersebut menunjukkan layak karena $PI > 1$. IRR Arla juga menunjukkan angka yang layak yaitu sebesar 44% yang berarti Arla adalah usaha yang dianalisis akan terbukti menghasilkan/menguntungkan.



B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

C Analisis *Break-Even-Point* (BEP) yaitu titik di mana pendapatan dan pengeluaran pada suatu perusahaan berada pada posisi yang sama atau dapat disebut impas. Berikut akan ditunjukkan analisis BEP Arla pada Tabel 9.1.

Tabel 9.1

Hasil Analisis *Break Even Point* Arla Tahun 2024-2028

Tahun	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Penjualan	1-(VC/Penjualan)	Break Even Point
2024	Rp35.458.672	Rp236.383.200	Rp428.200.000	0,447960766	Rp79.155.754
2025	Rp50.919.039	Rp270.941.520	Rp488.175.000	0,444990997	Rp114.427.122
2026	Rp56.630.943	Rp305.955.672	Rp591.400.000	0,482658654	Rp117.331.250
2027	Rp62.614.037	Rp341.471.239	Rp712.775.000	0,520927026	Rp120.197.329
2028	Rp68.895.441	Rp377.538.363	Rp861.550.000	0,561791698	Rp122.635.207

Sumber : Arla

Berdasarkan Tabel 9.1 dapat dilihat bahwa penjualan per tahun Arla lebih besar dari BEP sehingga usaha Arla dikatakan layak untuk dijalankan.

Tabel 9.2

Analisis Kelayakan Usaha Arla

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period</i>	5 Tahun	2 Tahun 4 Bulan	Layak
<i>Net Present Value</i>	NPV > 0	Rp563.438.256	Layak
<i>Profitability Index</i>	PI > 1	2,4	Layak
<i>BEP</i>	Penjualan > BEP	Rp428.200.000	Layak

Sumber : Arla

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Instititut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Instititut Bisnis dan Informatika 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 mengumumkan 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)

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.