

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

A Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep bisnis

Xya Bakery merupakan bisnis UMKM yang bergerak di bidang kuliner sejak tahun 2019 dengan menawarkan produk *handmade* berupa kue kering dan kue basah yang dapat dikonsumsi oleh anak-anak hingga orang dewasa. Dalam menghasilkan produknya, *Xya Bakery* mengutamakan kualitas baik dari segi rasa maupun penampilan produk dengan harga jual yang disasarkan untuk kalangan ekonomi menengah dan disesuaikan dengan kualitas dan *value* produk yang diberikan. *Xya Bakery* juga melakukan strategi diferensiasi pada produknya seperti desain produk *custom* yang unik dan berbeda dari para pesaing, serta desain kemasan yang unik dan menarik. Untuk melakukan pengembangan bisnisnya, *Xya Bakery* membuka toko fisik di kawasan Cempaka Putih, Jakarta Pusat yang sekaligus menjadi tempat produksi dan kantor, serta meningkatkan penjualan *online* melalui *marketplace*. Di tahun 2024, *Xya Bakery* akan meluncurkan produk baru yakni *Brownies in Jar*, *Mini Chiffon*, dan *Lapis Legit*. Pengembangan dan inovasi produk akan terus dilakukan oleh *Xya Bakery* untuk menciptakan produk yang sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen, sehingga dapat menjadi toko kue yang diminati oleh masyarakat Indonesia dan mencapai posisi yang unggul di pasar.



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



2. Visi dan Misi perusahaan

© **Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**
Xya Bakery memiliki visi untuk menjadi bisnis penghasil kue berkualitas dan inovatif yang diminati dan unggul di Indonesia pada tahun 2038. Kemudian misi dari Xya Bakery yakni sebagai berikut :

- e. Menghasilkan produk yang berkualitas baik dari segi rasa maupun penampilan dengan harga jual yang terjangkau
- f. Memberikan pelayanan yang baik untuk memperoleh kepuasan dan loyalitas konsumen
- g. Menjaga hubungan kerjasama yang baik dengan semua pihak berkepentingan yang terlibat terhadap keberlangsungan dan pengembangan usaha
- h. Mengembangkan produk inovatif dan kreatif yang disesuaikan dengan selera dan kebutuhan konsumen

3. Produk

Xya Bakery merupakan toko kue atau *Bakery* yang menawarkan produk *handmade* berupa kue kering dan kue basah dengan berbagai jenis dan varian rasa yang berkualitas dengan penggunaan bahan baku berkualitas dan *fresh*, menciptakan rasa yang enak dan sesuai dengan selera konsumen serta memperhatikan tampilan produk yang baik dan menarik. Produk kue kering Xya Bakery terdiri dari 6 jenis produk yakni diantaranya, Nastar Original, Nastar Matcha, *Strawberry Thumbprint*, Sagu Keju, Chui Kao So, dan Lidah Kucing. Produk ini dikemas menggunakan toples jar plastik yang diberikan *silica gel* dan *seal aluminium* untuk menjaga kualitas dan masa ketahanan produk. Kemudian untuk produk kue basah Xya Bakery terdiri dari 3 jenis produk yakni *Fudgy Brownies*, *Chiffon Cake*, dan Lapis Legit. Produk *Fudgy Brownies* memiliki 3 varian ukuran yakni *Brownies Full* 20 x 20 cm, *Brownies Half* 10 x 20 cm, dan

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Brownies in Jar. Kemudian produk *Chiffon Cake* berdiameter 20 cm tersedia dengan 5 varian rasa yakni Vanila, Choco, Marble, Pandan, dan Lemon, serta tersedia ukuran yang lebih kecil berdiameter 14 cm yakni *Mini Chiffon* untuk rasa Vanila dan Choco. Selain produk tersebut, *Xya Bakery* juga menyediakan produk tambahan yakni *Hampers* yang disediakan khusus di hari raya, kemudian *Slice Chiffon* yang merupakan layanan tambahan untuk produk *Chiffon* yakni dengan memotong menjadi beberapa bagian dan mengemasnya ke dalam plastik terpisah. Selanjutnya terdapat layanan Produk *Custom* khusus untuk *Fudgy Brownies Full* dan *Chiffon Cake* berdiameter 20 cm, yakni dengan menghias kue tersebut sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen, serta produk tambahan berupa Lilin, *Topper Kue*, dan Kartu Ucapan

4. Persaingan

Dalam menjalankan bisnisnya, tentunya *Xya Bakery* memiliki pesaing yang juga menawarkan produk serupa dengan yang ditawarkan oleh *Xya Bakery*. Salah satu pesaing unggul yang memiliki keunggulan dalam bersaing yakni *Pattysseriee* yang juga menjual produk *brownies* dan memiliki produk *custom*. Untuk dapat bersaing, *Xya Bakery* menerapkan strategi pengembangan produk yakni dengan melakukan *research & development* untuk dapat mengembangkan maupun menciptakan produk yang baru dan memiliki keunggulan baik dari segi kualitas maupun keunikan dengan menyesuaikan pada tren, selera dan kebutuhan pasar.

5. Target dan ukuran pasar

Xya Bakery menargetkan pasar di seluruh Indonesia terutama di kawasan JABODETABEK untuk konsumen laki-laki maupun perempuan dengan rentang usia 5 hingga 55 tahun, anak-anak hingga dewasa yang berprofesi sebagai pelajar, mahasiswa, pekerja, ibu rumah tangga maupun seorang wirausaha dari kalangan



ekonomi menengah yang memiliki kegemaran mengonsumsi kue dan makanan manis, memiliki gaya hidup berkumpul dan bersosialisasi maupun memiliki kebiasaan melakukan pemberian kepada orang lain. *Xya Bakery* juga menargetkan konsumen yang mengutamakan kualitas dan *value* dari produk yang dikonsumsinya sehingga cenderung tidak sensitif dengan harga, serta mereka yang cenderung menginginkan variasi produk yang dapat dipilih.

Berdasarkan Undang-undang No. 20 Tahun 2008. *Xya Bakery* termasuk dalam jenis usaha kecil yang merupakan usaha produktif milik orang perorangan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 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 jika digolongkan berdasarkan jumlah tenaga kerja, maka *Xya Bakery* termasuk dalam industri kecil dengan jumlah tenaga kerja 5-19 orang.

6. Strategi Pemasaran

Untuk dapat menjalankan suatu usaha yang mampu bertahan dan berkembang di pasar, tentunya diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk mampu meningkatkan *brand awareness* dan mempertahankan posisi di pasar sehingga dapat bersaing dengan para pesaingnya. Oleh karena itu, *Xya Bakery* menetapkan strategi pemasaran sebagai berikut :

a. Diferensiasi

Xya Bakery menerapkan strategi diferensiasi terhadap produknya untuk dapat memberikan nilai lebih dari pesaingnya. Diferensiasi dilakukan dengan mengamati kekurangan maupun kelebihan dari produk pesaing. Kemudian dilakukan pengembangan dan inovasi produk untuk menciptakan *value* yang

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.



akan menarik minat konsumen dan dapat menyaingi produk pesaing. Contoh inovasi produk yang dilakukan *Xya Bakery* yakni melalui Produk *Custom* untuk *Fudgy Brownies* dan *Chiffon Cake* yang memiliki desain yang menarik dan berbeda dari para pesaing, yakni dengan penggunaan *buttercream*, *fondant* dan *sprinkle* dengan berbagai warna dan bentuk yang dapat disesuaikan dengan permintaan dan kebutuhan konsumen. Diferensiasi juga dilakukan terhadap kemasan produk yang menarik.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b. Positioning

Xya Bakery memposisikan bisnisnya sebagai penghasil berbagai variasi kue yang berkualitas baik dari segi rasa maupun penampilan yang menarik serta disesuaikan dengan selera dan kebutuhan konsumen dengan harga kelas menengah.

c. Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga produknya, *Xya Bakery* menerapkan 4 strategi penetapan harga yakni diantaranya, *Value-Based Pricing*, *Competition-Based Pricing*, *High-Low Pricing*, dan *Bundle Pricing*. *Value-Based Pricing* menjadi strategi penetapan harga yang utama bagi *Xya Bakery*, yakni dengan memberikan harga produk yang sesuai dengan persepsi konsumen terhadap nilai produk yang didapatkan. Dalam hal ini, *Xya Bakery* menilai seberapa besar harga yang ingin dan mampu dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli produk dan mengedepankan nilai atau *value* yang dapat diberikan pada produk. Strategi ini mendukung *Xya Bakery* untuk dapat memberikan harga yang tinggi pada beberapa produk unggulannya yang telah memiliki tingkat loyalitas konsumen yang tinggi, serta mampu meningkatkan harga produk tanpa menimbulkan risiko terhadap penjualan, hal ini dikarenakan konsumen yang

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.

tidak sensitif dengan harga melainkan membeli produk berdasarkan nilai dan *value* yang didapatkan.

Namun *Xya Bakery* juga menerapkan *Competition-Based Pricing* untuk beberapa produknya, yakni dengan membandingkan harga produk pesaing untuk dapat menetapkan harga produk yang dapat bersaing di pasar. Kemudian strategi *High-Low Pricing* juga dilakukan dengan memberikan potongan harga diskon terhadap produk seperti pada momen hari raya dan tanggal kembar sebagai bentuk promosi untuk meningkatkan minat konsumen dan jumlah penjualan produk. Strategi ini terutama diterapkan oleh *Xya Bakery* terhadap produk yang mengalami penurunan penjualan. Dan strategi yang terakhir yakni *Bundle-Pricing* yang dilakukan dengan membuat paket produk berupa *Hampers*, yakni dengan menggabungkan beberapa produk dan mengakumulasikan harga menjadi satu harga. Dalam menetapkan harga produknya, *Xya Bakery* juga melakukan *survey* untuk mengetahui tingkat kemampuan konsumen dalam mengeluarkan jumlah biaya untuk pembelian produk kue.

d. Saluran Distribusi

Dalam menjalankan usahanya untuk menyalurkan produk kepada konsumen, *Xya Bakery* menerapkan saluran distribusi tingkat nol atau disebut *Zero Level Distribution* yakni dengan menjual dan menyalurkan secara langsung produknya kepada konsumen tanpa menggunakan perantara. Konsumen dapat melakukan pembelian secara langsung dengan mendatangi toko dan akan menerima produknya secara langsung di tempat. Konsumen juga dapat melakukan pemesanan secara *online* melalui *marketplace* dan produk akan dikirimkan kepada konsumen. Untuk menunjang penjualan *online*, *Xya*

© 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.





Bakery menggunakan *marketplace* yakni diantaranya *Grabfood*, dan *Gofood* yang menyediakan layanan pesan antar serta *Shopee* dan *Tokopedia* untuk menjangkau konsumen yang lebih jauh dengan pengiriman melalui kurir. Pemesanan juga dapat dilakukan melalui aplikasi *Whatsapp* dan media sosial seperti *Instagram* dan *Tiktok*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

7. Tim manajemen

Xya Bakery memiliki tenaga kerja berjumlah 10 orang yang terdiri dari CEO, 4 orang *Staff* Produksi, *Staff* Gudang, *Staff Online Shop*, 2 orang *Cashier*, dan *Cleaning Service*. Jam kerja ditetapkan berdasarkan ketentuan pada peraturan Undang-Undang No 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan yang mengatur batasan jam kerja yaitu 40 (empat puluh) jam dalam 1 (satu) minggu. Untuk posisi *Staff* bekerja selama 6 hari 7 jam dengan 1 jam istirahat dan 1 hari libur yakni hari Minggu. Sedangkan untuk posisi *Cashier* dan *Cleaning Service* bekerja setiap harinya. Untuk posisi *Cashier* bekerja dengan sistem *part time* yakni bergantian jadwal hari kerja antara 2 pekerja dan memiliki jam kerja sesuai dengan jam buka dan tutup toko yakni bekerja selama 8 jam dengan 1 jam istirahat. Kemudian jam kerja untuk posisi *Cleaning Service* ditetapkan dari 1 jam sebelum pembukaan toko sampai 1 jam sesudah para *Staff* selesai bekerja dengan waktu kerja selama 5 jam dan 1 jam istirahat. Dan untuk CEO memiliki waktu kerja yang fleksibel setiap harinya sesuai dengan kebutuhan pekerjaannya.

8. Kelayakan keuangan

Kelayakan keuangan *Xya Bakery* dapat dinilai berdasarkan laporan keuangan di akhir periode yakni berupa laporan laba rugi, laporan neraca, dan laporan arus kas usaha. Berdasarkan laporan laba rugi *Xya Bakery* tahun 2024-2028, menunjukkan bahwa *Xya Bakery* mampu menghasilkan laba dari hasil penjualan yang dilakukan.

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.



Kemudian menurut laporan neraca tahun 2023-2028, *Xya Bakery* mampu meningkatkan modal investasinya mulai dari Rp 383.876.526 yang menjadi modal awal di tahun 2023 hingga menjadi Rp 556.843.939 pada tahun 2028. Laporan arus kas *Xya Bakery* tahun 2023-2028 juga menunjukkan hasil yang positif dimana arus kas masuk atau pendapatan perusahaan mampu menutupi arus kas keluar atau biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Arus kas bersih *Xya Bakery* mengalami kenaikan tiap tahunnya yang dimulai dari Rp 2.000.000 sebagai modal kas di tahun 2023 hingga mencapai Rp 459.776.142 pada tahun 2028.

B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Xya Bakery telah melakukan analisis kelayakan usaha untuk mengukur tingkat kelayakan untuk menjalankan usaha. Analisis kelayakan usaha yang digunakan terdiri dari *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Break Event Point* (BEP) yang memperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 9.1
Analisis Kelayakan Usaha *Xya Bakery*

Keterangan	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period</i> (PP)	< 5 Tahun	4 tahun 1 bulan 29 hari	Layak
<i>Net Present Value</i> (NPV)	> 0	Rp 191.587.388	Layak
<i>Profitability Index</i> (PI)	> 1	1,50	Layak
<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	> 14,98%	28%	Layak
<i>Break Even Point</i> (BEP)	Penjualan > BEP	Penjualan > BEP	Layak

Sumber : Tabel 7.33, Tabel 7.34, Tabel 7.35, Tabel 7.36

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa usaha *Xya Bakery* layak untuk dijalankan, dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis *Payback Period* (PP), didapatkan hasil analisis *Payback Period* *Xya Bakery* yakni selama 4 tahun 1 bulan 29 hari, maka dapat disimpulkan bahwa usaha *Xya Bakery* layak untuk dijalankan karena *Payback Period* kurang dari 5 tahun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI RKG (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 IBI RKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI RKG.



2. Berdasarkan analisis *Net Present Value* (NPV), didapatkanlah hasil NPV yang positif ($NPV > 0$) yakni sebesar Rp 191.587.388, maka dapat disimpulkan bahwa usaha *Xya Bakery* layak untuk dijalankan
3. Berdasarkan analisis *Profitability Index* (PI), didapatkanlah hasil PI sebesar 1,50 yang berarti $PI > 1$, maka dapat disimpulkan bahwa usaha *Xya Bakery* layak untuk dijalankan
4. Berdasarkan analisis *Internal Rate of Return* (IRR), didapatkanlah hasil IRR sebesar 28% yang lebih besar dari *expected return* sebesar 14,98%, maka dapat disimpulkan bahwa usaha *Xya Bakery* layak untuk dijalankan
5. Berdasarkan analisis *Break Even Point* (BEP), didapatkanlah hasil bahwa penjualan usaha *Xya Bakery* lebih besar dari BEP, maka dapat disimpulkan bahwa usaha *Xya Bakery* layak untuk dijalankan. Berikut ini rincian hasil analisis *Break Even Point* dari usaha *Xya Bakery* :

Tabel 9.2
Analisis Break Even Point Xya Bakery

Tahun	Biaya Variabel (VC)	Biaya Tetap (FC)	Penjualan	Break Even Point (BEP)
2024	Rp 395.313.654	Rp 534.445.745	Rp 960.661.500	Rp 908.151.423
2025	Rp 433.468.770	Rp 553.834.075	Rp 1.012.287.900	Rp 968.591.920
2026	Rp 475.224.245	Rp 587.110.052	Rp 1.118.248.500	Rp 1.021.011.151
2027	Rp 516.299.950	Rp 607.866.767	Rp 1.166.654.100	Rp 1.090.437.042
2028	Rp 548.273.568	Rp 636.407.302	Rp 1.218.240.000	Rp 1.157.217.428

Sumber : Tabel 7.42