



## RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA KIMBAPVENUE DI KELAPA GADING , JAKARTA UTAR

Nicholas Cindrata

Brastoro,S.E.M.M

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav.87, Jakarta 14350

Email: 71160104@student.kwikkiangie.ac.id

### ABSTRAK

Nicholas Cindrata /71160104/ 2023 / Rencana Pendirian Usaha Kimbap Venue di : Jl Boulevard Timur No. 42 A Kelapa Gading, Jakarta Utara/ Dosen Pembimbing Bapak Brastoro S.E, M.M.Kimbap Venue memiliki visi yaitu “Menjadi produsen kimbap yang terpercaya di Kelapa Gading”. Produk yang ditawarkan oleh “Kimbap Venue” yaitu kimbap dengan berbagai isian seperti Tempe Goreng, Daging Babi, Sosis Ayam, Sayuran Panggang, Ikan Tuna, KejuKornet dengan inovasi menggunakan bumbu khas Kimbap Venue.Untuk dapat bersaing dengan kompetitor maka dibutuhkan strategi pemasaran untuk menawarkan produk-produk Kimbap Venue. Strategi yang digunakan sehubungan dengan membuka Kimbap Venue, yakni pemasaran “*direct selling*” dengan sejumlah penawaran promosi dan penawaran produk terbaru dalam periode waktu tertentu serta penjualan online bekerja sama dengan beberapa *marketplace*.Sumber daya manusia adalah hal yang sangat dibutuhkan untuk jalannya suatu bisnis. “Kimbap Venue” memiliki 4 posisi kerja dalam bisnisnya yaitu manajer, juru masak, pemasaran, keuangan, yang bertotalkan sebanyak 4 orang.Investasi awal yang dibutuhkan Kimbap Venue adalah sebesar Rp 53.008.695,- yang digunakan untuk persediaan kas, bayar gaji, sewa tempat, peralatan, perlengkapan, dan bahan baku. Investasi awal ini didukung oleh orang tua pemilik usaha.Kelayakan suatu bisnis adalah hal yang perlu dipertimbangkan untuk menilai apakah bisnis tersebut layak atau tidak untuk diinvestasikan. Berdasarkan dari studi kelayakan didapatkan payback period dicapai dalam kurun waktu 1 Tahun 7 Bulan 11 Hari, dan NPV memperoleh nilai positif Rp 133.173.878,- yang berarti layak untuk dijalankan.

Kata Kunci : Rencana Pendirian Usaha, Kimbap Venue

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.

# ABSTRACT

**Nicholas Cindrata /71160104/ 2023 / Plans to Establish a Kimbap Venue Business at: Jl Boulevard Timur No. 42 A Kelapa Gading, North Jakarta/ Supervisor Mr. Brastoro S.E, M.M. Kimbap Venue has a vision, namely "To become a trusted kimbap producer in Kelapa Gading". The products offered by "Kimbap Venue" are kimbap with various fillings such as Fried Tempeh, Pork, Chicken Sausage, Grilled Vegetables, Tuna, Corned beef with innovations using Kimbap Venue's special spices. To be able to compete with competitors, a marketing strategy is needed to offer Kimbap Venue products. The strategy used in connection with opening Kimbap Venue, namely "direct selling" marketing with a number of promotional offers and the latest product offers within a certain period of time as well as online sales in collaboration with several marketplaces. Human resources are very much needed for the running of a business. "Kimbap Venue" has 4 working positions in its business namely manager, cook, marketing, finance, which totals 4 people. The initial investment required for Kimbap Venue is IDR 53,008,695 which is used for cash supplies, paying salaries, renting premises, equipment, supplies and raw materials. This initial investment is supported by the parents of the business owner. The feasibility of a business is something that needs to be considered to assess whether the business is worth investing in or not. Based on the feasibility study, the payback period was achieved within 1 year 7 months 11 days, and the NPV obtained a positive value of Rp.133,173,878, - which means it is feasible to run.**

**Keywords: Business Establishment Plan, Kimbap Venue**



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.



Makanan adalah kebutuhan pokok setiap manusia, dan setiap orang memiliki selera dan preferensi yang berbeda-beda. Salah satu makanan yang sangat populer di seluruh dunia adalah nasi. Nasi merupakan makanan pokok yang menjadi bagian dari hidangan sehari-hari di banyak negara di Asia, termasuk Indonesia, Jepang, Korea Selatan, dan China. Bahkan di negara-negara di luar Asia, seperti Amerika Serikat, nasi menjadi makanan yang semakin populer.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), konsumsi nasi di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Pada tahun 2016, konsumsi nasi per kapita per hari sebesar 332 gram, sedangkan pada tahun 2020 meningkat menjadi 340 gram per kapita per hari. Selain itu, survei dari The Nielsen Company menunjukkan bahwa Indonesia memiliki tingkat konsumsi nasi tertinggi di dunia, yaitu 97% dari populasi.

Hal ini menunjukkan bahwa nasi menjadi salah satu makanan yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia dan Asia pada umumnya. Selain itu, makanan berbasis nasi seperti kimbap juga semakin populer di luar Korea Selatan, terutama di negara-negara seperti Amerika Serikat, Kanada, dan Jepang.

Kimbap memiliki potensi sebagai pengganti makan siang dan pengganti nasi yang populer. Dalam kimbap, nasi menjadi bahan utama yang digunakan sebagai pengganti nasi putih dalam hidangan tradisional. Dengan ditambahkannya berbagai sayuran seperti wortel, mentimun, dan daun selada, serta isian seperti daging atau ikan, kimbap menawarkan kombinasi yang seimbang antara karbohidrat, serat, dan protein.



Seiring dengan semakin populernya makanan Korea, permintaan akan kimbap semakin meningkat di Indonesia. Hal ini terlihat dari banyaknya restoran Korea yang bermunculan di Jakarta dan sekitarnya. Selain itu, terdapat banyak toko online yang menyediakan kimbap sebagai salah satu produk unggulan mereka.

Data menunjukkan bahwa pasar makanan Korea di Indonesia terus berkembang. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), impor makanan dan minuman dari Korea Selatan ke Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020, nilai impor makanan dan minuman dari Korea Selatan ke Indonesia mencapai USD 339,2 juta, meningkat 16,68% dari tahun sebelumnya.

Di sisi lain, industri kuliner Indonesia juga terus tumbuh. Menurut data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, sektor kuliner Indonesia tumbuh sebesar 8,5% pada tahun 2019. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia adalah pasar yang potensial untuk usaha makanan dan minuman

#### **A. Nama dan Alamat Perusahaan**

Kimbap Venue adalah sebuah usaha kuliner yang memiliki tujuan untuk memperkenalkan kimbap kepada masyarakat Indonesia. Kimbap merupakan salah satu makanan khas Korea yang terdiri dari nasi dan bahan-bahan seperti daging, sayuran, dan telur yang dibungkus dengan rumput laut. Dengan memilih nama usaha yang mencerminkan produk utamanya, Kimbap Venue berharap dapat menarik perhatian konsumen dan menjadi pilihan utama bagi mereka yang ingin mencicipi kuliner Korea.

Pemilihan lokasi Kimbap Venue di Boulevard Timur No 42A, Kelapa Gading didasarkan pada pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan pusat kuliner yang



ramai dikunjungi oleh banyak orang, terutama kalangan anak muda. Selain itu, Kelapa Gading juga memiliki banyak pusat perbelanjaan dan tempat hiburan, sehingga Kimbap Venue dapat menjadi pilihan alternatif bagi konsumen yang ingin mencoba kuliner baru setelah berbelanja atau bersantai di daerah tersebut. Dengan lokasi strategis dan penawaran produk yang unik, Kimbap Venue berharap dapat menarik minat konsumen dan meraih keuntungan yang maksimal dalam jangka panjang. Sudah menggunakan Alamat E-Mail [Kimbapvenue@kfood.com](mailto:Kimbapvenue@kfood.com) dan website [www.kimbapvenue.com](http://www.kimbapvenue.com) dimana dapat mempermudah untuk pelanggan bisa memesan melalui kedua hal tersebut.

Perkenalkan, Saya Nicholas, pemilik usaha Kimbap Venue. Nicholas adalah anak pertama dari dua bersaudara dan sejak kecil Nicholas memiliki cita-cita untuk menjadi pengusaha sukses. Terinspirasi dari orang tua Nicholas yang juga merupakan pengusaha, Nicholas mulai belajar tentang dunia bisnis dan terus mengasah kemampuan Nicholas dalam berwirausaha sejak usia muda

Seiring berjalannya waktu, Nicholas sudah menjalankan beberapa usaha yang berbeda-beda dan semuanya memberikan pengalaman berharga bagi Nicholas sebagai pengusaha. Dengan semangat dan tekad yang kuat, Nicholas memutuskan untuk membuka Kimbap Venue sebagai usaha kuliner yang menghadirkan makanan khas Korea terutama kimbap, kepada masyarakat Indonesia.

Nicholas sangat bersemangat untuk membangun usaha ini dan memberikan pengalaman kuliner yang unik dan menyenangkan bagi konsumen. Dengan didukung oleh pengalaman dan pengetahuan yang telah Nicholas peroleh selama ini, Nicholas yakin Kimbap Venue dapat menjadi usaha yang sukses dan memberikan manfaat bagi banyak orang. Terima kasih telah mengenal Nicholas dan usaha Kimbap Venue.



## A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Industri makanan, terutama kuliner berbahan baku nasi, terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. Menurut laporan MarketsandMarkets, pasar makanan global diperkirakan tumbuh sebesar 3,7% per tahun dari 2021 hingga 2026, dengan Asia-Pasifik sebagai pasar terbesar untuk produk makanan. Adapun pertumbuhan pasar kuliner berbahan baku nasi diperkirakan mencapai 4,6% pada periode yang sama.

Tren permintaan konsumen terhadap kuliner berbahan baku nasi semakin meningkat karena konsumen semakin tertarik untuk mencoba makanan yang berbeda dan eksotis. Selain itu, kuliner berbahan baku nasi juga terkenal karena kesehatannya, mudah diolah dan dapat disajikan dalam berbagai bentuk yang menarik. Oleh karena itu, kuliner berbahan baku nasi semakin populer di pasar global.

Pemerintah juga turut memperhatikan industri makanan, termasuk kuliner berbahan baku nasi, dengan memberikan regulasi dan insentif bagi pelaku usaha di sektor tersebut. Sebagai contoh, pemerintah memberikan dukungan bagi UMKM kuliner melalui pemberian insentif pajak, bantuan pendanaan, dan program pelatihan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produk makanan Korea serta membantu mengembangkan pasar global.

Secara keseluruhan, perkembangan trend kuliner berbahan baku nasi menunjukkan pertumbuhan yang positif di pasar makanan global.



## B. Analisis Pesaing

Kimhap Venue merupakan usaha kuliner yang menjual makanankhas Korea yaitu kimhap. Untuk memperkirakan persaingan yang akan dihadapi, dapat dibagi menjadi dua kategori pesaing yaitu pesaing langsung dan pesaing tidak langsung.

Pesaing langsung dari Kimhap Venue adalah usaha kuliner yang juga menjual kimhap. Dalam radius 5 km dari lokasi Kimhap Venue terdapat beberapa pesaing langsung seperti Kimhap King, dan Kimhap Express. Pesaing langsung ini memiliki kelebihan masing-masing seperti variasi menu yang lebih banyak, harga yang lebih terjangkau, dan pengalaman yang lebih lama di bisnis kimhap. Namun, Kimhap Venue memiliki kelebihan dalam kualitas rasa yang lebih autentik, dan memiliki suasana yang lebih nyaman dan cozy. Selain itu, Kimhap Venue juga menawarkan promo diskon dan pembelian kimhap dalam bentuk paket.

Pesaing tidak langsung Kimhap Venue adalah usaha kuliner yang menjual makanan yang dapat menggantikan kimhap. Dalam radius 5 km dari Kimhap Venue terdapat pesaing tidak langsung seperti warung nasi, restoran Jepang, dan restoran Cina yang menyajikan sushi dan dumpling. Kelebihan Kimhap Venue adalah memberikan variasi kuliner korea yang jarang ditemukan di wilayah tersebut dan menjadi pilihan alternatif bagi pelanggan yang ingin mencoba sesuatu yang berbeda. Kimhap Venue juga memasarkan produknya secara online dan menawarkan layanan pengantaran yang memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan.

Analisis pasar dan pemasaran adalah proses penting dalam mengembangkan strategi pemasaran yang sukses. Analisis pasar melibatkan studi tentang perilaku

konsumen dan pesaing untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan di pasar. Sementara itu, pemasaran mencakup rancangan dan promosi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan mencapai tujuan bisnis.

Dalam proses analisis pasar, perusahaan harus memahami kebutuhan dan preferensi konsumen serta tren pasar. Teori pemasaran yang mendukung analisis pasar adalah teori segmentasi pasar. Teori ini melibatkan pengelompokan konsumen dengan preferensi yang serupa ke dalam segmen pasar yang berbeda. Dengan memahami preferensi konsumen dan mengidentifikasi segmen pasar yang potensial, perusahaan dapat mengembangkan produk dan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Selain itu, dalam proses pemasaran, perusahaan harus mempertimbangkan empat elemen bauran pemasaran atau marketing mix. Keempat elemen tersebut adalah produk, harga, tempat, dan promosi. Teori pemasaran yang mendukung bauran pemasaran adalah teori diferensiasi produk. Teori ini melibatkan pengembangan produk yang unik dan memiliki nilai tambah yang membedakannya dari pesaing. Dengan melakukan diferensiasi produk, perusahaan dapat menarik pelanggan yang lebih banyak dan meningkatkan keuntungan.





Untuk melaksanakan analisis pasar dan pemasaran dengan efektif, perusahaan juga perlu mempertimbangkan teknologi dan inovasi. Teori pemasaran yang mendukung teknologi dan inovasi adalah teori adopsi inovasi. Teori ini mengatakan bahwa pelanggan memperhatikan inovasi dan teknologi baru dalam membeli produk. Dengan memperhatikan tren dan inovasi teknologi, perusahaan dapat mengembangkan produk yang lebih relevan dan inovatif serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam kesimpulan, analisis pasar dan pemasaran adalah proses penting dalam mengembangkan strategi pemasaran yang sukses. Teori pemasaran seperti segmentasi pasar, diferensiasi produk, dan adopsi inovasi dapat mendukung perusahaan dalam melaksanakan analisis pasar dan pemasaran dengan efektif. Dengan mempertimbangkan elemen bauran pemasaran serta teknologi dan inovasi, perusahaan dapat mengembangkan produk dan strategi pemasaran yang lebih efektif dan mencapai tujuan bisnisnya. Berikut pembahasannya

Rencana produksi dan kebutuhan operasional adalah salah satu komponen penting dalam manajemen produksi. Rencana ini merinci strategi dan langkah- langkah yang harus dilakukan dalam memproduksi produk tertentu, serta memperkirakan sumber daya dan biaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan produksi.

Teori yang mendukung rencana produksi dan kebutuhan operasional adalah teori manajemen operasi. Menurut teori ini, manajemen operasi mencakup perencanaan, pengendalian, dan pengembangan operasi bisnis untuk mencapai tujuan strategis organisasi.

Dalam menyusun rencana produksi dan kebutuhan operasional, hal pertama yang perlu dipertimbangkan adalah target produksi. Target produksi ini meliputi jumlah produk yang akan diproduksi, waktu produksi, dan kualitas produk. Selanjutnya, perlu





3. Pemesanan bahan baku: Setelah pemasok dipilih, langkah selanjutnya adalah memesan bahan baku dengan jumlah yang diperlukan. Pemesanan dapat dilakukan secara langsung atau melalui platform online, tergantung pada kesepakatan dengan pemasok.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## BAB VI

### RENCANA ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA

#### A. Tenaga Kerja Yang Dibutuhkan

Dalam menjalankan usaha, dibutuhkan tenaga kerja untuk membantu pelaku usaha dalam mencapai tujuan usahanya. Kimbap Venue merekrut dan mempekerjakan karyawan untuk bidang manajemen, produksi, pemasaran, dan administrasi/keuangan. Sesuai dengan peraturan perusahaan, setiap karyawan perlu menjalankan tugasnya sesuai dengan bidangnya yang dijalankan oleh Kimbap Venue, agar bisnis dapat berjalan dengan efektif sesuai dengan petunjuk. Berikut ini adalah rencana nomor staf Kimbap Venue:

**Tabel 6.1**

#### **Kebutuhan Tenaga Kerja Kimbap Venue**

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.



Nomor	Jabatan	Jumlah
1	Manajer	1
2	Chef	2

Sumber: Kimbap Venue, 2023

Kebutuhan sumber daya manusia Kimbap Venue sebanyak 4 karyawan, tetapi posisi manajer akan dipegang oleh pemilik dalam jangka pendek, sehingga hanya 3 karyawan yang dibutuhkan dalam jangka pendek, yaitu chef, pemasaran, dan keuangan.

Staff Kimbap Venue dibagi menjadi 2 posisi, yaitu:

1. Manajer yang akan membantu mengelola karyawan ketika menghadapi kesulitan di setiap posisi.
2. Dari segi produksi hanya dibutuhkan satu orang, karena diperkirakan dari volume penjualan, jika hanya diproduksi satu orang masih bisa diproduksi.

## B. Proses Rekrutmen dan Seleksi

Menurut Gary Dessler (2017:203), tujuan dari proses seleksi adalah untuk mencari kecocokan seseorang terhadap pekerjaannya. Dengan cara ini, Kimbap Venue dapat merekrut karyawan sesuai standar yang ditetapkan perusahaan, kemudian perusahaan bisa mempekerjakan karyawan tersebut. Dapat merekrut karyawan yang memenuhi persyaratan pekerjaan, berperilaku baik dan memiliki rasa tanggung jawab. Kimbap Venue memiliki langkah-langkah berikut dalam proses rekrutmen dan seleksi:

1. Sosialisasi lowongan kerja

Sosialisasi lowongan kerja dilakukan melalui media sosial (seperti Instagram) dan



iklan resmi. Masyarakat sekitar Kimbap Venue mengutamakan lowongan pekerjaan.

Calon pelamar yang berminat dapat segera menyiapkan resume (CV) dan

mengirimkannya ke alamat email Kimbap Venue.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

## BAB VII

### RENCANA KEUANGAN

Menurut Arthur J Keown, dkk. (2016:112), manajemen keuangan berkepentingan dengan bagaimana cara menciptakan dan menjaga nilai ekonomis atau kekayaan.

Konsekuensinya, semua pengambilan keputusan harus difokuskan pada penciptaan kekayaan. Setiap bisnis pasti berhadapan dengan keputusan keuangan seperti ketika memperkenalkan produk baru, kapan melakukan investasi dalam aset baru, kapan harus mengganti asset yang sudah ada, kapan melakukan pinjaman dari bank, kapan menerbitkan saham atau obligasi, kapan memperluas kredit ke pelanggan, dan berapa banyak kas yang harus dipertahankan.

Perencanaan keuangan yang akan disusun Kimbap Venue meliputi rencana kebutuhan dana, proyeksi penjualan, biaya tenaga kerja, biaya penyusutan, biaya maintenance, biaya renovasi, biaya utilitas, biaya pemasaran, biaya perlengkapan, harga pokok produksi, proforma income statement, proforma cash flow, proforma balance sheet, dan analisis kelayakan usaha serta kelayakan investasi.



## A. Sumber dan Penggunaan Dana

Dana yang digunakan dalam menjalankan usaha Kimbap Venue berasal dari dana sendiri yang diperoleh oleh bantuan orang tua. Dana awal yang dimiliki usaha Kimbap Venue akan digunakan untuk keperluan seperti kas, biaya peralatan, biaya perlengkapan, dan biaya bahan baku. Rincian penggunaan biaya tersebut dapat dilihat dalam tabel 7.1.

Ha Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ha Cipta Dilindungi Undang-Undang  
IBIKKG (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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 7.1**  
**Kebutuhan Dana Kimbap Venue**

Keterangan Biaya	Jumlah/Rp
Kas	20.000.000
Peralatan	16.260.000
Perlengkapan	4.647.070
Bahan Baku	61.304.949
Sewa Gedung	47.787.981
Total	150.000.000

Sumber: Kimbap Venue

Berdasarkan Tabel 7.1 bisnis ini memerlukan modal awal sebesar Rp. 150.000.000,-, kemungkinan adanya ketidakpastian penerimaan semenjak bisnis ini dijalankan maka disediakan cadangan dalam bentuk uang kas sebesar Rp. 124.543.350,-. Usaha Kimbap Venue akan segera dioperasikan pada awal tahun 2024 maka diperlukan dana awal yang diperlukan untuk membeli bahan baku dana untuk biaya bahan baku sebesar Rp. 7.949.580,-. Peralatan yang digunakan usaha Kimbap Venue dapat digunakan selama 5 tahun dengan biaya sebesar Rp. 16.260.000,-. Usaha Kimbap Venue menyiapkan perlengkapan dengan biaya sebesar Rp. 1.247.070,-.

© 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.



## BAB VIII



### ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

Setiap aktivitas yang dilakukan akan selalu disertai dengan risiko. Risiko adalah hasil atau penyimpangan yang mungkin terjadi dari realisasi yang direncanakan akibat proses yang sedang berlangsung, kejadian yang akan datang atau kejadian yang tidak diharapkan.

Menurut Ebert dan Griffin (2017: 611), risiko adalah setiap bisnis atau perusahaan akan terus menghadapi berbagai risiko. Risiko didefinisikan sebagai ketidakpastian tentang peristiwa masa depan. Untuk kelangsungan hidup dan kemakmuran jangka panjang, perusahaan perlu menerapkan manajemen risiko, yang didefinisikan sebagai proses melindungi aset dan pendapatan perusahaan dengan mengurangi ancaman kerugian yang disebabkan oleh kejadian yang tidak terduga.

#### A. Dampak Terhadap Masyarakat Sekitar

Pendirian perusahaan pasti berdampak secara langsung maupun tidak langsung terhadap sekitarnya. Kimbap Venue yang bergerak di bidang pangan telah memberikan sumbangsih bagi lingkungan, khususnya kehidupan sosial. Berikut ini akan dijelaskan lebih lanjut dampak Kimbap Venue terhadap masyarakat sekitar. Kimbap Venue membantu meningkatkan perekonomian pendapatan daerah dan memberikan tambahan pendapatan bagi daerah.

##### 1. Dampak dalam Perekonomian

Kimbap Venue membantu meningkatkan perekonomian pendapatan daerah dan memberikan tambahan pendapatan bagi daerah.

Hak cipta milik IBIKKS (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 IBIKKS.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKS.



## BAB IX

### RINGKASAN EKSEKUTIF



Hak ciptaan dilindungi undang-undang  
© Hak ciptaan dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### A. Konsep Bisnis

Kimbap Venue adalah perusahaan makanan yang menggunakan bahan baku pisang kombo dan mengolahnya menjadi pisang goreng dengan berbagai bahan. Penjualan Kimbap Venue dilakukan secara offline dan online di beberapa layanan daring, yaitu melalui media sosial (Instagram dan Facebook) dan e-commerce ternama (Shopee, Tokopedia dan Lazada).

#### B. Visi dan Misi Perusahaan

##### a. Visi

Menjadi produsen kimbap yang terbaik dan terpercaya di Indonesia.

##### b. Misi

1. Menyediakan produk kimbap yang berkualitas tinggi dengan bahan-bahan yang segar dan halal.
2. Menawarkan variasi rasa dan isian kimbap yang berbeda agar pelanggan dapat memilih sesuai dengan selera mereka.
3. Memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada pelanggan agar mereka merasa nyaman dan puas saat makan di tempat kami.
4. Mengutamakan kebersihan dan kualitas produk sehingga pelanggan merasa aman dan terjamin saat memakan kimbap kami.
5. Menjadi inovator dalam industri kimbap dengan terus mengembangkan dan menciptakan rasa dan varian kimbap yang baru.

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. Membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, mitra, dan pemasok sehingga dapat menciptakan kerja sama yang saling menguntungkan.

7. Mengembangkan brand awareness usaha kimbap sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas dan menjadi salah satu pilihan makanan yang populer di Kelapa Gading dan sekitarnya.

8. Memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dengan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar dan mendukung produk lokal yang berkualitas.

### C. Produk Usaha

Kimbap Venue akan menyediakan produk yang terbuat dari nasi digulung nori dengan 6 varian rasa yaitu kimbap goreng tempe, kimbap sosis ayam, kimbap babi, kimbap sayuran panggang, kimbap tuna dan kimbap keju kornet..

### D. Persaingan

Menganalisis persaingan yang dihadapi perusahaan dengan menghitung company profile matrix (CPM). Kimbap Venue mendapat skor 3,08, masih lebih unggul dibandingkan Kimbap King dan Kimbap Express. Kimbap Venue bertujuan untuk menungguli pesaing dalam hal harga produk dan kualitas rasa.

### B. Target dan Ukuran Pasar

Target dan ukuran pasar Populasi target Kimbap Venue adalah orang tua berusia 5 hingga 60 tahun, tanpa memandang jenis kelamin, dengan latar belakang pendidikan apa pun, pekerjaan apa pun, mulai dari kelas menengah hingga kelas atas.

### C. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran Kimbap Venue adalah menggunakan iklan dari e-commerce Top Ads dan media sosial Insta Ads untuk memasarkan produknya secara online dan melayani langsung ditempat lokasi.



## D. Tim Manajemen

Sebagai usaha kecil yang baru saja dimulai, struktur organisasi yang dianut oleh

Kimbab Venue adalah struktur sederhana yang terdiri dari Manager, Production, Adm & Finance, dan Marketing.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku Teks

Crouhy, M., Galai, D., & Mark, R. (2014). *The Essentials of Risk Management*, Edisi 2, United States: Mc Graw Hill Education.

David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*, Edisi 16, Global Edition, Malaysia: Pearson Education.

Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2017). *Business Essentials*, Edisi 11, Global Edition, Malaysia: Pearson Education.

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). *Principles of Managerial Finance*, Edisi 14, Global Edition, United States: Pearson Education.

Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Principles of Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi 10, Global Edition, Malaysia: Pearson Education.

Hirsch, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship*, Edisi 10, Global Edition, New York: Mc Graw HILL Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*, Edisi 17, Global Edition, Italy: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, Edisi 15, Global Edition, United States: Pearson Education.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management*, Edisi 14, United States: Pearson Education.

Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan : Teori Praktik dan Kasus-Kasus*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat

### Website dan Media Internet

Agus. (2022). *Gaji UMK DKI Jakarta Tahun 2022, dan Sebelumnya*, diakses pada Januari 2022,

<http://www.gajiumr.com/gaji-umk-dki-jakarta/>

Annazri. (2021). *Kota DKI Jakarta Dalam Angka 2021*, diakses pada Oktober 2022,

<http://book-bappeda.dkijakarta.go.id/download/doc/dkijakarta-dalam-angka-2021-ta->



2022

Badan Pusat Statistik (BPS) (2022). *PDB Per Kapita Indonesia (1921-2022)*, diakses pada Januari 2023,

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/06/pdb-per-kapita-indonesia-2018-sebesar-rp-56-juta>

Bank Indonesia (2022). *Laporan Inflasi*, diakses pada Januari 2023,

<https://www.bi.go.id/id/moneter/inflasi/data/Default.aspx>

Bank Indonesia (2022), *Penetapan Target Inflasi*, diakses pada Januari 2023,

<https://www.bi.go.id/id/moneter/inflasi/bi-dan-inflasi/Contents/Penetapan.aspx>

Indihome (2022), *Paket Dual Play*, diakses pada Februari 2023,

<https://www.indihome.co.id/pusat-bantuan/kenali-indihome/dual-play>

Kementerian Perindustrian Indonesia (2019). *Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun*, diakses pada Januari 2023,

<https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiun>

Niman, Mikael. (2021), *Menuju Kota Cerdas, Kreatif, Maju, Sejahtera, dan Ihsan*, diakses pada Januari 2023,

<https://www.beritasatu.com/nasional/575685/menuju-kota-cerdas-kreatif-maju-sejahtera-dan-ihsan>

Obengplus.com (2019), *Tarif dasar listrik PLN 2022 dan Cek Tagihan Listrik Online*, diakses pada Februari 2022,

<http://www.obengplus.com/articles/4518/1/Tarif-dasar-listrik-PLN-2022-dan-Cek-Tagihan-Listrik-Online.html>

Pajak (2016), *Cara Daftar NPWP Online*, *Online-pajak.com*, diakses pada Februari 2023,

<https://www.online-pajak.com/daftar-npwp-online-wajib-pajak-orang-pribadi>

PDAM Jaya (2022), *Lima Tahun Tidak Naik: PDAM Jaya Milik Pemda DKI*, diakses pada Februari 2023,

<https://pdamjaya.co.id/lima-tahun-tidak-naik-pdam-jaya-rencanakan-penyesuaian-tarif/>

Rafael E. C., & Husaini, A. (2019). *Industri makanan dan minuman akan tumbuh 8%-9% tahun ini*, diakses pada Januari 2023,

<https://industri.kontan.co.id/news/industri-makanan-dan-minuman-akan-tumbuh-8-9-tahun-ini>

Sleekr (2021), *Cara Menghitung Kenaikan UMP untuk Tahun 2022*, diakses pada Januari 2023,

<https://sleekr.co/blog/cara-menghitung-kenaikan-ump-untuk-tahun-2021/>

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Sistem Informasi Bisnis dan Manajemen (SIBM) Kwik Kian Gie



## Peraturan Pemerintah dan Undang-Undang

Republik Indonesia. 2003. *Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan,*

Lembaran Negara RI Tahun 2003, No. 39. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2004. *Undang-Undang No. 40 Tahun 2004 Tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional,* Lembaran Negara RI Tahun 2004, No 150. Sekretariat Negara.

Jakarta.

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah,* Lembaran Negara RI Tahun 2008, No. 93. Sekretariat Negara.

Jakarta.

Republik Indonesia. 2014. *Peraturan Presiden RI No. 98 Tahun 2004 Tentang Perizinan untuk Usaha Mikro dan Kecil,* Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 222. Jakarta.

Republik Indonesia. 2015. *Peraturan Pemerintah No. 78 Tahun 2015 Tentang Pengupahan,*

Lembaran Negara RI Tahun 2015, No. 237. Sekretariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2016. *Peraturan Menteri Ketenagakerjaan No. 6 Tahun 2016 Tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan Bagi Pekerja/Buruh di Perusahaan,* Berita Negara

RI tahun 2016, No. 375. Sekretariat Negara. Jakarta.

PERSETUJUAN RESUME  
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa/I : Nicholas Cindrata

NIM : 71160104 Tanggal Sidang : 12 September 2023

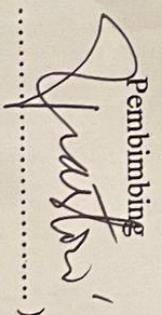
Judul Karya Akhir : Pendiniam Kimbap Vene ditelapa badiny

Jakarta Utara

Jakarta, 12 / 10 / 2023

Mahasiswa/I

()

Pembimbing  
()

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

