

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF/REKOMENDASI



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis

Ashla Bakery merupakan sebuah bisnis kue dengan konsep usaha berupa kedai yang bergerak dibidang *food and beverages*. Fokus utama penjualan *Ashla Bakery* adalah produk-produk olahan kue seperti donat, *brownies* dan juga kukis. Konsep bisnis yang diusung oleh *Ashla Bakery* adalah konsep kue rumahan yang cocok dijadikan cemilan, dijadikan sajian pada perayaan-perayaan serta sangat cocok dijadikan hadiah atau *hampers*. Selain menjual olahan kue, *Ashla Bakery* juga menjual beberapa produk minuman sebagai pelengkap. Untuk produk minuman, *Ashla Bakery* menawarkan potongan pembelian kepada para konsumen yang membawa *tumbler*. Penerapan diskon khusus diharapkan akan mengurangi sampah dan limbah yang dihasilkan dari bisnis ini dan juga mendukung gerakan *Go Green*.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari *Ashla Bakery* adalah “Menjadi usaha kue yang unggul dengan kualitas dan cita rasa premium. Menggunakan bahan dan mesin berkualitas dengan memperhatikan kehygienisan produk demi kepuasan pelanggan.”

Misi dari *Ashla Bakery*:

- Menyediakan produk kue dari bahan berkualitas dan unggul.
- Menjamin kebersihan, mutu, kualitas, dan harga.
- Mengembangkan inovasi produk dan pelayanan terhadap pelanggan.

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Produk yang Ditawarkan

Ashla Bakery berfokus pada penjualan produk makanan berupa kue rumahan yaitu donat dengan berbagai macam *topping* dan isian, *brownies* coklat, dan kukis dengan berbagai macam isian. *Ashla Bakery* juga menyediakan produk minuman sebagai pelengkap untuk mengonsumsi kue yang dijual seperti teh, coklat dan lainnya. Seluruh proses produksi makanan dan minuman ini menggunakan bahan baku berkualitas dan teknik memasak yang benar. Menu unggulan dari *Ashla Bakery* adalah donat *glazzy*, dan *brown sugar choco crunchy cookies*.

4. Persaingan

Persaingan di industri kuliner cukup tinggi. Pesaing *Ashla Bakery* yang bergerak di bidang yang sama adalah “*Stelele Cake*” dan “*Global Bakery*”. Kedua pesaing tersebut memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri. Berikut merupakan detail pesaing yang telah dilakukan penulis dari tabel 3.1:

Tabel 9.1

Analisis Pesaing *Ashla Bakery*

Nama Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Stelele Cake Berlokasi di Mangga Besar, Jakarta Barat.	-. Harga relatif mahal. -. Hanya menyediakan berbagai macam kue ulang tahun.	-. Harga yang ditawarkan cenderung mahal.
Global Bakery. Berlokasi di Mangga Besar, Jakarta Barat.	-. Harga sangat terjangkau. -. Lokasi mudah diakses. -. Selalu melakukan promosi besar-besaran.	-. Tempat usaha tidak memiliki tempat nongkrong.

Sumber: *Ashla Bakery*, 2024



5. Target dan Ukuran Pasar



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Target pasar yang dituju oleh *Ashla Bakery* adalah seluruh kalangan masyarakat dari menengah ke bawah hingga menengah ke atas dimulai dari anak kecil hingga orang dewasa atau orang tua yang menyukai kue-kue rumahan. Seluruh masyarakat dengan gaya hidup konsumtif yang berdomisili di Indonesia terutama DKI Jakarta khususnya Jakarta Barat.

6. Strategi Pemasaran

Jenis strategi pemasaran yang dilakukan oleh *Ashla Bakery* adalah:

a. Diferensiasi

Strategi diferensiasi yang digunakan oleh *Ashla Bakery* adalah dengan penggunaan bahan baku yang dipastikan berkualitas dan memberikan cita rasa yang berbeda dari toko kue yang lain. Penggunaan bahan baku utama yang premium, menghasilkan output produk terbaik untuk para konsumen. Dan dengan konsep usaha berupa kedai yang nyaman dan penawaran harga yang terjangkau menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen dan calon konsumen *Ashla Bakery*.

b. Positioning

Positioning yang dilakukan *Ashla Bakery* adalah dengan menyediakan kedai yang nyaman dan tenang serta memberikan pelayanan penuh kepada konsumen. Penyediaan fasilitas yang bisa digunakan untuk berkumpul dengan para teman atau digunakan untuk bekerja (*work from home/remote work*) dan konsumen yang ingin mengerjakan tugas sekolah/kuliah.

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.



c. Penetapan Harga

Ashla Bakery menggunakan metode penetapan harga *Cost – Based Pricing* dengan fokus utamanya yaitu *Break – Even Analysis and Target Profit Pricing*. Penetapan harga ini berdasarkan biaya sewa, biaya produksi, biaya distribusi, serta biaya lain yang berhubungan dengan operasional usaha.

d. Saluran Distribusi

Saluran distribusi *Ashla Bakery* menggunakan tipe distribusi secara langsung kepada para konsumen tanpa perantara. *Ashla Bakery* memproses produknya sendiri hingga sampai ke tangan konsumen.

e. *People* (Orang)

People pada strategi pemasaran ini adalah para individu yang langsung terhubung dengan bisnis yang akan dijalankan. Pada bisnis *Ashla Bakery*, orang yang langsung terhubung dengan bisnis yang dijalankan adalah *head baker, assistant baker, pramusaji* dan juga kasir. Seluruh pekerjaan tersebut berperan penting dan sangat berpengaruh dikarenakan mereka akan langsung terhubung dengan para konsumen. Dengan pelatihan pelayanan yang maksimal maka diharapkan para pelanggan akan merasakan hal positif dan puas dengan *Ashla Bakery*.

f. *Process* (Proses)

Proses usaha yang dijalankan *Ashla Bakery* akan sesuai dengan ketentuan dan SOP yang sudah ada. Mulai dari pembelian dan pengiriman bahan baku, pengolahan bahan baku, proses pembuatan kue, packaging dari setiap menu kue, seluruhnya telah diatur dan diterapkan.

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.



g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik yang dimiliki *Ashla Bakery* adalah kedai yang estetik dan nyaman yang berada di kawasan Mangga Besar, Jakarta Barat dengan menawarkan harga yang terjangkau dengan pelayanan yang cepat tanggap dan ramah. Serta logo dan nama usaha yang unik diharapkan dapat menarik minat konsumen.

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

Hak Cipta Diliindungi Undang-Undang

7. Tim Manajemen

Tim manajemen *Ashla Bakery* terdiri dari 9 tenaga kerja yang masing-masing sudah memiliki pekerjaan dan tanggung jawab khusus serta pembagian jam kerja dalam menjalankan operasional usaha. 9 tenaga kerja tersebut terdiri dari pemilik yang merangkap sebagai *manager* dan *head baker*, 1 *assistant baker*, 2 pramusaji *full time*, dan 5 pramusaji *part time*. Jam operasional *Ashla Bakery* selama 12 jam yang dimulai pada pukul 10.00 WIB sampai dengan 22.00 WIB.

8. Kelayakan Keuangan

Kegiatan analisis kelayakan keuangan telah dilakukan digunakan untuk melihat apakah bisnis yang akan dijalankan layak atau tidak. Analisis kelayakan keuangan yang dilakukan *Ashla Bakery* menggunakan 3 metode analisa yaitu *Payback Period*, *Net Present Value*, *Profitability Index*.

Untuk analisa *Payback Period*, pengembalian modal ditargetkan kembali dalam jangka waktu 5 tahun atau kurang dari 5 tahun. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, pengembalian modal usaha *Ashla Bakery* selama 1 tahun 9 bulan 10 hari. Hasil perhitungan analisa *Net Present Value* menunjukkan angka **positif** yaitu Rp 942.038.998. hasil tersebut lebih dari bilangan 0, yang artinya bisnis *Ashla Bakery* layak untuk dijalankan. Hasil perhitungan analisa *Profitability*



Index sebesar 5,78143 dimana apabila $PI > 1$, maka bisnis tersebut layak untuk dijalankan.



B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Setelah melakukan analisis kelayakan usaha pada usaha kedai kue *Ashla Bakery*, dapat dikatakan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan. Dari analisis *Payback Period*, *Net Present Value*, *Profitability Index*, dan analisis *Break Even Point*. Dari ke-5 analisis yang sudah dilakukan, semuanya menunjukkan kelayakan atas bisnis yang dijalankan.

Tabel 9.2

Rekomendasi Visibilitas Usaha

Keterangan	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period</i>	≤ 5 Tahun	1 Tahun 9 Bulan 10 Hari	Layak
<i>Net Present Value</i>	> 0	Rp 942.038.998	Layak
<i>Profitability Index</i>	> 1	5,78143	Layak
<i>Break Even Point</i>	Penjualan $>$ BEP	Penjualan $>$ BEP	Layak

Sumber: Tabel 7.25, Tabel 7.26, Tabel 7.27

Berdasarkan tabel di atas (9.2), dapat disimpulkan bahwa usaha kedai kue *Ashla Bakery* layak untuk dijalankan.

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