

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

- 9.1. Ringkasan Kegiatan Usaha**
- a. Konsep Bisnis**
- Usaha E.T Burger bergerak dibidang kuliner dengan konsep *container* dengan menjual burger sebagai menu utama dengan pelengkap menggunakan kentang goreng. Penulis memilih konsep *container* dikarenakan konsep ini masih jarang dan memiliki peluang yang besar. E.T Burger memiliki waktu operasional dari jam 12.00 – 21.00 WIB dan E.T Burger beroperasi di Jl. Sunter Agung buka setiap hari senin sampai minggu.
- 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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

- e. Membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui layanan pelanggan yang responsive dan interaksi positif di media sosial platform online lainnya.

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

c. Produk

E.T Burger menjual produknya berupa burger dengan pelengkap kentang goreng yang bisa dipadukan dengan saus sambal, mayonise, saus tomat. E.T Burger juga menjual menu andalan yaitu burger dengan daging kebab, ini menjadi cita rasa baru untuk konsumen. E.T Burger juga menjual kentang goreng sehingga menjadikan konsumen lebih nikmat saat menikmati.

d. Persaingan

Pesaing dari E.T Burger sendiri adalah Burger Bangor dan Traffic Bun. Kedua pesaing ini memiliki keunggulan dari segi pemasaran dan brand yang sudah dikenal luas oleh masyarakat tetapi penulis yakin bisa bersaing dengan kedua kompetitor itu. Karena E.T Burger yakin dengan adanya pilihan menu burger dengan daging kebab masyarakat akan tertarik untuk membelinya.

e. Target dan Ukuran Pasar

Taget E.T Burger hadir adalah untuk memberikan produk makanan yang memiliki banyak varian menu yang dapat dikonsumsi oleh umur 10 tahun keatas. Selain itu, E.T Burger juga dikonsumsi oleh masyarakat yang memiliki pendapatan tetap diatas UMR dan tidak ada batasan gender.

f. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan E.T Burger adalah media sosial seperti instagram dan tiktok. Lalu selain media sosial, E.T Burger juga melakukan pemasaran iklan seperti Food Vloger dan facebook adds. Dengan promosi seperti ini, E.T Burger akan diketahui keberadaannya oleh pengguna aplikasi tersebut.

- 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,
 - 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. Tim Manajemen



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

E.T Burger merupakan sebuah usaha yang masih tergolong baru dan muda dengan struktur organisasi yang terbilang mudah. Struktur organisasi E.T Burger hanya beranggotakan manager, kasir dan staff, dimana manager disini merupakan pemilik dari E.T Burger yang terjun langsung mengawasi situasi operasional agar berjalan sesuai standar yang berlaku

h. Kelayakan Keuangan

Hasil kelayakan keuangan E.T Burger berdasarkan pada perhitungan *Payback Period* yang memiliki maksimal kembalinya 5 tahun diketahui bahwa perhitungan ini menyatakan pengembalian modal akan dikembalikan pada 1 Tahun 4 Bulan 10 Hari. Maka dari hasil pernyataan ini, E.T Burger dikatakan layak untuk dijalankan karena tidak melebihi maksimal. Selanjutnya, untuk *Net Present Value* E.T Burger dinyatakan layak karena memiliki hasil perhitungan sebesar Rp. 256.461.102 yang artinya lebih besar dari nilai 0 (nol). Lalu untuk Analisa *Profitability Index*, E.T Burger menghasilkan 4,42% yang artinya layak dijalankan karena lebih dari 1. Dan untuk *Internal Rate of Return*, E.T Burger menghasilkan nilai sebesar 85% yang artinya layak untuk dijalankan karena lebih besar dari suku bunga yaitu 8,2%.

9.2. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Usaha E.T Burger dapat dikatakan layak karena berdasarkan perhitungan kelayakan menggunakan metode *Payback Period*, *Net Present Value*, *Profitability Index* dan *Break Event Point* telah memenuhi syarat kelayakan yang telah dibuat oleh keempat metode diatas.

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

(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 mendapat izin 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.

Tabel 9.1

BEP Rekomendasi Visibilitas E.T Burger

(Rp)

Break Even Point E.T Burger	
Tahun	BEP
2025	428.115.290
2026	476.133.663
2027	581.786.163
2028	608.062.934
2029	635.786.987

Sumber: E.T Burger

Tabel 9.2

Rekomendasi Visibilitas E.T Burger

Analisa	Syarat Kelayakan	Hasil Analisa	Kesimpulan
Payback Period (PP)	< 5 Tahun	2 Tahun 2 Bulan 6 Hari	Layak
Net Present Value (NPV)	> 0	249.158.924	Layak
Profitability Index (PI)	> 1	3,85	Layak
Internal Rate of Return (IRR)	> 8,2%	74%	Layak

Sumber: E.T Burger