



**EVALUASI DAN PENGEMBANGAN BISNIS
RESTO MAS ABIM**

KARYA AKHIR

**OLEH
TRIANA NURDIANTI
NIM: 55109110073**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2011**



**EVALUASI DAN PENGEMBANGAN BISNIS
RESTO MAS ABIM**

KARYA AKHIR

**DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MENYELESAIKAN
PROGRAM PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

OLEH

TRIANA NURDIANTI

NIM: 55109110073

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

2011

PENGESAHAN

Judul : **Evaluasi dan Pengembangan Bisnis Resto Mas Abim**
Bentuk Karya Akhir : Perencanaan Bisnis
Nama : Triana Nurdianti
N I M : 55109110073
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal : Maret 2011

Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS.

Pembimbing Utama

Pembimbing II

Prof. Dr. H. Noor Fuad, MBA., MSc.

Sony Sutedja, SE, MM.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini:

Judul : **Evaluasi dan Pengembangan Bisnis Resto Mas Abim**
Bentuk Karya Akhir : Perencanaan Bisnis
Nama : Triana Nurdianti
N I M : 55109110073
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal : Maret 2011

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Maret 2011

Triana Nurdianti

LAMPIRAN

PENGESAHAN

Judul : **Evaluasi dan Pengembangan Bisnis Resto Mas Abim**

Bentuk Karya Akhir : Perencanaan Bisnis

Nama : Triana Nurdianti, S.IP.

N I M : 55109110073

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Maret 2011

Mengesahkan

Direktur Pascasarjana

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS.

Pembimbing Utama

Pembimbing II

Prof. Dr. H. Noor Fuad, MBA., MSc.

Sonny Sutedja, SE, MM.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini:

Judul : **Evaluasi dan Pengembangan Bisnis Resto Mas Abim**
Bentuk Karya Akhir : Perencanaan Bisnis
Nama : Triana Nurdianti, S.IP.
N I M : 55109110073
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal : Maret 2011

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Maret 2011

Triana Nurdianti, S.IP.

PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan petunjuk dan hidayah-Nya. Dalam proses pembuatan laporan Karya Akhir ini, penulis banyak mengalami hambatan dan rintangan, namun atas bantuan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak akhirnya laporan Karya Akhir ini dapat diselesaikan.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, kakak dan abang tersayang yang selalu memberikan doa, kepercayaan dan dukungan.
2. Bapak Prof. Dr. H. Noor Fuad, MBA., MSc. dan Bapak Sonny Sutedja, SE, MM. selaku dosen pembimbing untuk pengarahan dan pembukaan wawasan penulis.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS. Selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen dan Ibu Rina Astini, SE., ME., selaku Sekretaris Program Studi Magister Manajemen.
4. Keluarga Besar MM Angkatan XIV yang telah mengukir sejuta kenangan dalam semangat kebersamaan, kekompakan, dan kekeluargaan.
5. Hendra Permana yang selalu memberikan semangat dan diskusi bersama.
6. Semua pihak yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan karya akhir ini, yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu, terima kasih.

Jakarta, 19 Maret 2011

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Maksud dan Tujuan	2
1.4 Manfaat dan Kegunaan	3
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II DESKRIPSI BISNIS	
2.1 Sejarah Perusahaan	6
2.2 Lingkup Bidang Usaha	7
2.3 Sumber Daya	8
2.4 Tantangan Bisnis	9
2.5 Proses Bisnis	10
BAB III KAJIAN PUSTAKA	
3.1 Perencanaan Bisnis	11
3.2 Garis Besar Rencana Bisnis	12
3.3 Konsep Dasar Kewirausahaan (<i>Entrepreneurship</i>)	15
3.4 Pengertian Kewirausahaan dan Wirausaha	16
3.5 Karakteristik/ Sifat Wirausaha	17
3.6 Pengertian Pemasaran	19
3.7 Lingkup Pemasaran	20

3.8	Perluasan Pandangan Mengenai Tugas Pemasaran	21
3.9	Bauran Pemasaran	23
3.10	Lima Konsep Bersaing	24
3.11	Kepuasan Pelanggan	27
3.12	Kebutuhan Untuk Mempertahankan Pelanggan	29
3.13	Analisis SWOT	30
3.14	Strategi Generik	32
3.15	<i>5 Force Model</i>	33
3.16	Strategi Pengikut Pasar	35
3.17	Segmentasi	38
3.18	<i>Targeting</i>	40
3.19	<i>Positioning</i>	41
3.20	Diferensiasi	42
3.21	Siklus Hidup Produk (<i>Product Life Cycle</i>)	43
3.22	<i>Relationship Marketing</i>	45
3.23	<i>Experiential Marketing</i>	46
3.24	<i>Word Of Mouth Marketing</i>	57
3.25	Kerangka Pemikiran Perencanaan Bisnis	58

Bab IV METODOLOGI PENYUSUNAN PERENCANAAN BISNIS

4.1	Pengumpulan Informasi	60
4.2	Metode Analisis Data	60
4.3	Proses Penyusunan Perencanaan Bisnis	61
4.4	Metode Analisis Kelayakan Bisnis	63

BAB V ANALISIS DATA

5.1	Analisa Faktor Eksternal.....	64
5.1.1	Tren Industri	64
5.1.2	<i>Market Identification</i>	65
5.1.3	<i>Product Life Cycle</i>	66
5.1.4	Teknologi	67
5.1.5	Aturan Perundang-Undangan	67
5.1.6	<i>Supply</i> dan Distribusi	68

5.2	Analisa Aspek Pasar	69
	5.2.1 <i>Product Life Cycle</i> Resto Mas Abim	69
	5.2.2 Analisa 5 <i>Force Model</i>	70
	5.2.3 Analisa SWOT	72
	5.2.4 <i>Customer Loyalty Type</i>	73
5.3	Analisa Aspek Pemasaran	73
	5.3.1 <i>Segmentation-Targeting-Positioning</i>	73
	5.3.2 <i>Marketing Mix</i>	75
	5.3.3 <i>Brand Awareness Pyramid</i>	75
5.4	Operasional Bisnis	76
5.5	Aspek Keuangan	77

BAB VI PERENCANAAN BISNIS

6.1	Gagasan Bisnis	79
6.2	Tim Manajemen.....	80
6.3	Strategi Pemasaran	80
	6.3.1 Strategi <i>Product Life Cycle</i> Resto Mas Abim	80
	6.3.2 Strategi 5 <i>Force Model</i>	81
	6.3.3 Strategi SWOT (Eksternal & Internal)	82
	6.3.4 <i>Above The Line</i>	83
	6.3.5 <i>Word of Mouth Marketing</i>	83
	6.3.6 <i>Relationship Marketing</i>	84
	6.3.7 <i>Experiential Marketing</i>	85
	6.3.8 <i>Unawareness of Brand Strategy</i>	86
	6.3.9 <i>Switcher (Customer Loyalty) Strategy</i>	87
6.4	Strategi Pengoperasian Bisnis	87
6.5	Kebutuhan Modal dan Proyeksi Keuangan	88
	6.5.1 Proyeksi Rugi Laba	89
	6.5.2 <i>Break Payback Period</i>	90
	6.5.3 Analisa NPV	90
	6.5.4 Analisa IRR	90

BAB VII REKOMENDASI BAGI MANAJEMEN

- 7.1 Rekomendasi Bagi Manajemen 91
- 7.2 Menciptakan Pemasaran Yang Unggul 92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Kota Bengkulu Tahun 2009	8
Tabel 2.2. Nama Dan Jabatan Tim Resto Mas Abim	9
Tabel 3.1. Perbedaan Gaya Manajerial Wirausaha dan Manajer	19
Tabel 3.2. Status Permintaan dan Tugas Pemasaran	21
Tabel 3.3. Metode Melacak Kepuasan Pelanggan	28
Tabel 3.4. Variabel-Variabel Diferensiasi	43
Tabel 4.1. <i>Timeline</i> Perencanaan Bisnis Resto Mas Abim	62
Tabel 5.1. Peta Persaingan Bakso Simpang Lima dan Bakso 31	70
Tabel 5.2. Laporan Biaya Resto Mas Abim Selama 1 Tahun	78
Tabel 6.1. Nama Dan Jabatan Tim Resto Mas Abim	80
Tabel 6.2. Strategi 5 Force Model	82
Tabel 6.3. Matriks SWOT	82
Tabel 6.4. Matriks SWOT Resto Mas Abim	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Faktor Penentu Nilai yang Diserahkan Kepada Pelanggan	26
Gambar 3.2. Kerangka Pemikiran Karya Akhir Perencanaan Bisnis Resto Mas Abim	59
Gambar 5.1 Logo Resto Mas Abim	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Proses Bisnis Resto Mas Abim.

Lampiran 2. *Human Resource Policy*.