

ABSTRACT

In this final work, the authors make a business plan with the title “Evaluation and Business Development of Resto Mas Abim”. Resto Mas Abim has begun since a few months ago, but still needs to be evaluated for further development, so we need the conceptual plan. Business plan then designed by the reference to the study of literature that has been collected. There are several strategic approaches used in this business plan which can be applied to the business of Resto Mas Abim, that are experiential marketing strategy, word of mouth marketing strategy, and relationship marketing strategy.

After doing the financial analysis, the business of Resto Mas Abim proven as a business that eligible to run. This can be seen from the calculation of IRR of 44%, followed by a NPV of USD \$ 448,645,851.00, ROI of 77%, and payback period of 1:54 years.

Keywords: ROI, NPV, IRR, business planning, Resto Mas Abim, marketing.

ABSTRAK

Dalam karya akhir ini Penulis membuat perencanaan bisnis dengan judul “Evaluasi dan Pengembangan Bisnis Resto Mas Abim”. Usaha Resto Mas Abim telah dimulai sejak beberapa bulan yang lalu, namun perlu dilakukan evaluasi untuk dikembangkan lebih lanjut, sehingga perlu perencanaan yang konseptual. Perencanaan bisnis kemudian dirancang dengan mengacu kepada studi literatur yang telah dihimpun. Terdapat beberapa pendekatan strategi yang digunakan dalam perencanaan bisnis yang dapat diaplikasikan pada bisnis Resto Mas Abim yaitu strategi experiential marketing, word of mouth marketing, dan relationship marketing.

Setelah dilakukan analisis keuangan, usaha Resto Mas Abim terbukti sebagai bisnis yang cukup layak untuk dijalankan. Hal ini terlihat dari hasil perhitungan IRR sebesar 44%, diikuti oleh NPV sebesar Rp 448,645,851.00, ROI sebesar 77%, dan payback period sebesar 1.54 tahun.

Kata Kunci: ROI, NPV, IRR, perencanaan bisnis, Resto Mas Abim, pemasaran.