

BAB III

PERENCANAAN BISNIS JANGKA PENDEK

3.1. Deskripsi Perusahaan

Bebek Lepas merupakan usaha kuliner yang dirintis melalui program *Professional Skill Enhancement Program (PRO-STEP)* dengan fokus pada penyajian hidangan ayam dan bebek goreng yang memiliki cita rasa khas, kualitas terbaik, serta pelayanan yang cepat dan higienis. Usaha ini berdiri atas dasar semangat kewirausahaan mahasiswa dalam menciptakan solusi atas kebutuhan masyarakat akan makanan cepat saji yang tetap menjunjung tinggi kualitas rasa dan kebersihan.

Bebek Lepas menempatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan sebagai nilai utama dalam operasionalnya. Dengan konsep *value for money*, usaha ini berkomitmen menghadirkan pengalaman makan yang efisien dan berkualitas. Penulis dan tim mengedepankan profesionalisme dalam manajemen, serta menanamkan nilai tanggung jawab dan etika kerja pada seluruh tim pelaksana.

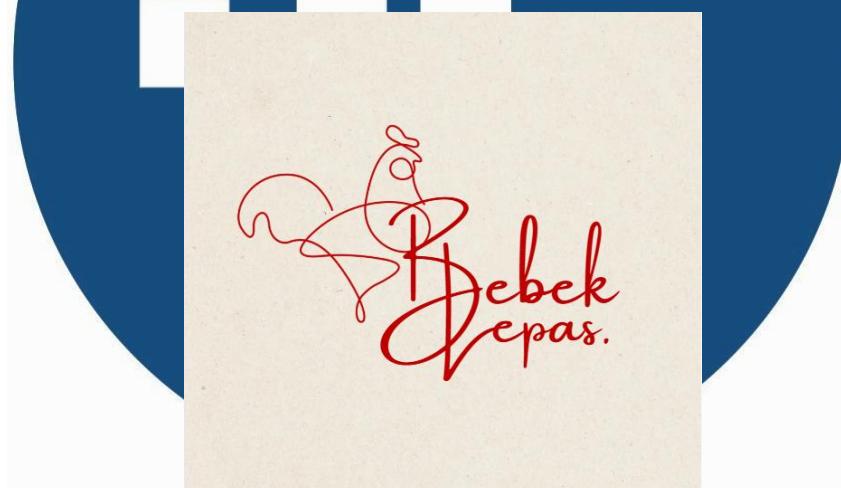
Visi Bebek Lepas adalah menjadi usaha kuliner terpercaya dan menjadi pilihan utama bagi pecinta kuliner. Untuk mewujudkan visi tersebut, perusahaan menetapkan beberapa misi sebagai berikut:

1. Menggunakan bahan baku segar dan resep khas yang terstandarisasi untuk menjaga konsistensi cita rasa.
2. Melakukan uji kualitas minimal dua kali per bulan guna memastikan kesesuaian standar produk.
3. Menerapkan sistem pelayanan cepat, higienis, ramah, dan penuh tanggung jawab di seluruh proses produksi.
4. Memperkuat citra merek melalui kampanye digital dan testimoni pelanggan.
5. Menjaga sanitasi dapur serta kebersihan menyeluruh dengan inspeksi dan pelatihan rutin.

- Mengoptimalkan sistem kerja mulai dari pelayanan hingga pengaduan pelanggan untuk menjaga citra profesional usaha.

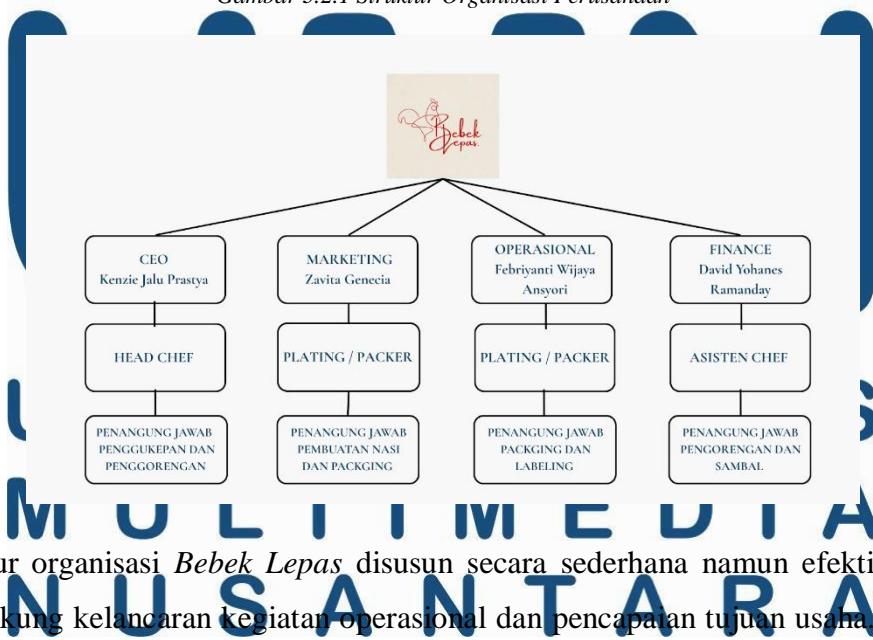
Bebek Lepas juga memiliki slogan “Konsisten Beraksi, Tanpa Basa-Basi” yang menggambarkan semangat kerja efisien, hasil nyata, dan kualitas tanpa kompromi. Slogan ini menjadi cerminan filosofi pelayanan yang cepat, sigap, dan konsisten terhadap kepuasan pelanggan.

Gambar 3.1.1 Logo Bebek Lepas



3.2. Struktur organisasi Perusahaan

Gambar 3.2.1 Struktur Organisasi Perusahaan



Struktur organisasi *Bebek Lepas* disusun secara sederhana namun efektif untuk mendukung kelancaran kegiatan operasional dan pencapaian tujuan usaha. Dalam tahap awal pendirian bisnis melalui program PRO-STEP, struktur organisasi terdiri

dari empat posisi utama yang memiliki tanggung jawab berbeda namun saling berkoordinasi secara langsung di bawah pimpinan utama.

1. *Chief Executive Officer (CEO)*

Chief Executive Officer (CEO) adalah pemimpin tertinggi dalam perusahaan yang bertanggung jawab atas keseluruhan operasi dan keputusan strategis. CEO memiliki tanggung jawab utama dalam mengarahkan visi dan misi perusahaan, serta memastikan seluruh divisi bekerja secara efektif untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan utama CEO adalah untuk memastikan perusahaan berjalan sesuai dengan arah yang ditetapkan, dengan fokus pada pertumbuhan yang berkelanjutan, stabilitas keuangan, dan pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan. CEO bertindak sebagai pengambil keputusan akhir dalam berbagai aspek penting perusahaan. Terdapat 3 tugas utama CEO yaitu

- a. Perencanaan Strategis: Menyusun visi, misi, dan tujuan jangka panjang perusahaan, serta merencanakan langkah-langkah strategis untuk mencapainya. Ini termasuk penentuan arah bisnis, pemilihan pasar, dan pengelolaan sumber daya.
- b. Pengawasan Operasional: Mengawasi seluruh operasional perusahaan, memastikan bahwa setiap divisi menjalankan rencana yang telah ditetapkan dan mematuhi standar yang telah ditentukan.
- c. Pengambilan Keputusan Bisnis: Membuat keputusan penting mengenai pengelolaan perusahaan, termasuk investasi, pengelolaan anggaran, dan perencanaan ekspansi usaha.

2. *Chief Marketing Officer (CMO)*

Chief Marketing Officer bertanggung jawab untuk merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan brand awareness dan mendatangkan pelanggan. Divisi ini berfokus pada penyampaian pesan yang tepat kepada pelanggan target melalui berbagai saluran komunikasi, baik secara digital maupun konvensional. Tujuan *Chief Marketing Officer* adalah untuk memperkenalkan produk Bebek Lepas ke

pasar, membangun hubungan dengan pelanggan, dan meningkatkan penjualan. CMO juga bertanggung jawab untuk memperkuat citra merek melalui kampanye promosi yang tepat dan efektif. Terdapat 3 tugas utama *Chief Marketing Officer* yaitu

- a. Perencanaan dan Pelaksanaan Strategi Promosi: Merancang dan melaksanakan kampanye pemasaran melalui berbagai saluran seperti media sosial, *influencer*, dan event promosi untuk menarik pelanggan target.
- b. Pengelolaan Media Sosial dan Konten Digital: Mengelola akun media sosial perusahaan (Instagram, TikTok, dll.), termasuk pembuatan konten visual dan teks yang menarik, serta interaksi dengan pelanggan.
- c. Peningkatan *Brand Awareness*: Mengoptimalkan promosi produk untuk memastikan merek Bebek Lepas dikenal lebih luas di pasar yang kompetitif. Ini termasuk kolaborasi dengan influencer dan pengelolaan materi promosi yang menarik.

3. *Chief Finance Officer (CFO)*

Chief Finance Officer bertanggung jawab untuk mengatur dan mengawasi arus kas perusahaan, serta memastikan bahwa perusahaan memiliki anggaran yang tepat untuk operasional dan pengembangan usaha. Divisi ini juga bertugas memastikan bahwa perusahaan berjalan dengan efisiensi biaya dan tetap menguntungkan. Tujuan *Chief Finance Officer* adalah untuk menjaga stabilitas keuangan perusahaan dengan mengelola anggaran secara efisien, menghitung harga pokok produksi (HPP), dan memastikan aliran kas berjalan lancar, sehingga perusahaan dapat tetap beroperasi dengan baik. Terdapat 3 tugas utama *Chief Finance Officer* yaitu

- a. Pengelolaan Arus Kas: Mengatur dan mengawasi pendapatan dan pengeluaran perusahaan, serta memastikan kas perusahaan cukup untuk menunjang operasional sehari-hari.

- b. Perhitungan HPP dan Margin Keuntungan: Menghitung harga pokok produksi dan menentukan margin keuntungan untuk setiap produk yang dijual, agar perusahaan dapat tetap menguntungkan.
- c. Penyusunan Laporan Keuangan: Membuat laporan keuangan harian dan periodik yang digunakan untuk memantau kinerja keuangan perusahaan dan memberikan informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan strategis.

4. *Chief Operating Officer (COO)*

Chief Operating Officer bertanggung jawab untuk menjalankan seluruh proses produksi dan distribusi produk. Divisi ini memastikan bahwa bahan baku yang dibutuhkan tersedia, produk diproduksi dengan kualitas yang baik, dan produk sampai ke tangan pelanggan tepat waktu. Tujuan *Chief Operating Officer* adalah untuk memastikan bahwa seluruh proses produksi dan distribusi berjalan lancar, dengan mengutamakan kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Terdapat 3 tugas utama *Chief Operating Officer* yaitu

- a. Pengadaan dan Pengelolaan Bahan Baku: Mengatur pengadaan bahan baku yang berkualitas dan memastikan ketersediaan bahan yang dibutuhkan untuk produksi.
- b. Pengendalian Kualitas: Menjaga kualitas produk dari setiap tahap produksi, mulai dari pengolahan bahan baku hingga pengemasan produk akhir, untuk memastikan produk yang sampai ke pelanggan memenuhi standar yang ditetapkan.
- c. Koordinasi Proses Produksi dan Distribusi: Memastikan bahwa seluruh proses produksi berjalan sesuai dengan jadwal dan bahwa produk sampai ke pelanggan tepat waktu. Hal ini mencakup pengawasan terhadap tim produksi dan pengemasan produk.

Struktur organisasi empat divisi ini memungkinkan Bebek Lepas untuk beroperasi dengan efektif, efisien, dan terkoordinasi, sesuai dengan skala bisnis yang dijalankan pada tahap awal. Pembagian tanggung jawab yang jelas juga membantu terciptanya akuntabilitas serta memperkuat sinergi tim dalam mencapai tujuan usaha jangka pendek maupun jangka panjang.

3.3 Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha dilakukan untuk menilai sejauh mana rencana bisnis *Bebek Lepas* layak dijalankan dari berbagai aspek, baik produk, pasar, organisasi, maupun keuangan. Tujuan analisis ini adalah untuk memastikan bahwa seluruh elemen bisnis dapat beroperasi secara efektif, menghasilkan profitabilitas yang berkelanjutan, serta memiliki daya saing dalam industri kuliner yang kompetitif.

Berdasarkan hasil observasi, perhitungan finansial, dan kegiatan program PRO-STEP yang telah dilaksanakan, dapat dijabarkan analisis kelayakan usaha sebagai berikut:

1. Kelayakan Produk (Product Feasibility)

Produk utama yang ditawarkan *Bebek Lepas* berupa olahan ayam dan bebek goreng dengan sambal bawang khas, disajikan bersama nasi uduk dan lauk tambahan seperti telur barendo. Produk dikemas dalam bentuk *paper lunch box* berlogo *Bebek Lepas* yang tahan panas, higienis, dan ramah lingkungan.

Seluruh proses produksi dilakukan dengan bahan baku segar, pengolahan bumbu yang terstandar, dan pengawasan suhu penggorengan untuk menjaga konsistensi cita rasa. Uji coba produk (*trial and error*) menunjukkan bahwa pengaturan panas api dan lama perendaman bumbu berpengaruh signifikan terhadap kualitas rasa.

Berdasarkan hasil *Open Pre-Order (PO)* dan survei pelanggan, mayoritas responden menyatakan puas terhadap cita rasa, porsi, dan harga yang ditawarkan. Konsumen menilai produk ini unggul karena memberikan keseimbangan antara kualitas rasa, kebersihan, dan keterjangkauan harga. Dengan demikian, dari aspek produk, *Bebek Lepas* dinilai layak secara kualitas dan daya saing untuk dijalankan di pasar kuliner lokal.

2. Kelayakan Industri dan Pasar (Industry and Market Feasibility)

Industri *Food and Beverage (FnB)* di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan positif, khususnya di sektor makanan cepat saji yang didukung

perubahan gaya hidup masyarakat. Berdasarkan data dari Indonesia Business Association (2024), industri FnB berkontribusi sebesar 6,97% terhadap PDB nasional dengan pertumbuhan tahunan mencapai 5,87%. Kondisi ini mencerminkan potensi besar bagi usaha kuliner baru untuk berkembang di pasar domestik.

Berdasarkan hasil segmentasi pasar yang dilakukan, Bebek Lepas menetapkan target konsumen sesuai dengan kategori segmentasi yang dijelaskan oleh Kotler dan Armstrong (2018) dalam (Vivaldy et al., 2023), yang menyatakan bahwa pasar dapat dibagi berdasarkan karakteristik demografis, psikografis, dan perilaku. *Bebek Lepas* beroperasi di kawasan Gading Serpong, wilayah dengan kepadatan penduduk tinggi serta lingkungan kampus dan perkantoran yang aktif. Berdasarkan hasil segmentasi pasar yang dilakukan, target utama bisnis ini adalah:

- 1 Demografis: usia 18–45 tahun, mahasiswa, pekerja, dan keluarga muda.
- 2 Psikografis: konsumen dengan gaya hidup dinamis yang mengutamakan makanan higienis dan enak.
- 3 Perilaku: pelanggan reguler dengan tingkat pembelian 2–4 kali per bulan.

Dari sisi persaingan, *Bebek Lepas* memiliki keunggulan kompetitif melalui konsep *value for money* dengan cita rasa khas, pelayanan cepat, serta strategi promosi digital yang konsisten. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan evaluasi mentor eksternal, usaha ini dinilai memiliki peluang pertumbuhan tinggi di pasar lokal. Dengan demikian, secara industri dan pasar, *Bebek Lepas* layak dikembangkan dan memiliki prospek jangka menengah hingga panjang yang baik.

3. Kelayakan Organisasi (Organizational Feasibility)

Kelayakan organisasi dinilai berdasarkan struktur, kompetensi, serta kapasitas sumber daya manusia dalam mengelola kegiatan bisnis.

Perusahaan dapat mencapai keberhasilan apabila mampu mengelola, mengembangkan, dan memotivasi karyawan yang berpotensi, karena proses rekrutmen dan seleksi merupakan tahap penting dalam memastikan tersedianya SDM yang berkualitas. Hal ini sejalan dengan temuan Kalimah et al. (2019) yang menegaskan bahwa kualitas sumber daya manusia sangat menentukan efektivitas operasional dan pencapaian tujuan organisasi. Meskipun jumlah pelamar kerja seringkali tinggi, tantangan utama bagi perusahaan adalah menemukan kandidat yang benar-benar kompeten dan sesuai kebutuhan.

Bebek Lepas memiliki struktur organisasi sederhana yang terdiri dari empat posisi utama, yaitu Chief Executive Officer (CEO), Chief Marketing Officer, Chief Finance Officer, dan Chief Operating Officer. Setiap posisi memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas:

- 1 CEO berperan sebagai pengambil keputusan strategis dan pengawas operasional.
- 2 Chief Marketing Officer berfokus pada promosi dan komunikasi merek.
- 3 Chief Finance Officer mengelola arus kas, perhitungan biaya, dan laporan keuangan.
- 4 Chief Operating Officer bertanggung jawab atas proses produksi, pengemasan, dan distribusi.

Tim pelaksana merupakan mahasiswa yang memiliki latar belakang manajemen dan kewirausahaan, serta mendapatkan bimbingan langsung dari dosen pembimbing dan mentor profesional di bidang FnB (Ibu Eka). Selama kegiatan PRO-STEP, seluruh anggota tim menunjukkan kemampuan kerja sama, tanggung jawab, serta adaptabilitas yang baik dalam menjalankan fungsi masing-masing. Berdasarkan hal tersebut, dari aspek organisasi, *Bebek Lepas* layak secara sumber daya manusia dan sistem manajemen internal.

4. Kelayakan Finansial (Financial Feasibility)

Analisis keuangan menunjukkan bahwa *Bebek Lepas* memiliki struktur biaya dan proyeksi pendapatan yang rasional untuk skala usaha mikro menengah. Estimasi biaya dan pendapatan dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Modal awal :
 - Peralatan dapur: Rp20.000.000
 - Deposito : Rp 5.000.000
- b. Biaya Tetap:
 - Tenant Taman Rasa: Rp 3.500.000 per bulan
 - Utilitas (listrik, air, gas): ±Rp2.000.000 per bulan
- c. Biaya Variabel:
 - Rata-rata HPP (Harga Pokok Produksi): Rp19.000–Rp21.000 per porsi
- d. Harga Jual:
 - Paket Nasi + Ayam: Rp27.000
 - Paket Nasi + Telur: Rp13.000
 - Paket Nasi + Ayam + Telur: Rp32.000

Gambar 3.3.1 Menu Pre-order 1



Dengan perhitungan tersebut, margin keuntungan kotor mencapai 27-35% per porsi, tergantung pada variasi menu dan volume penjualan. Target penjualan minimal 60-65 porsi per hari telah mampu menutupi biaya operasional sekaligus menghasilkan laba bersih yang stabil. Selain itu, potensi pendapatan tambahan dapat diperoleh melalui penjualan daring di platform *GoFood*, *GrabFood*, serta rencana kerja sama kemitraan jangka panjang dalam bentuk *mini franchise*. Berdasarkan evaluasi terhadap efisiensi biaya, perhitungan modal, dan potensi pasar, aspek finansial usaha *Bebek Lepas* dinilai sangat layak untuk dijalankan karena memiliki proyeksi keuntungan positif serta tingkat risiko yang terkendali.

Berdasarkan hasil penilaian dari keempat aspek di atas, dapat disimpulkan bahwa rencana usaha *Bebek Lepas* layak untuk dijalankan. Produk yang ditawarkan memenuhi standar kualitas dan kebersihan, pasar memiliki potensi besar dengan tingkat permintaan tinggi, struktur organisasi sederhana namun efektif, serta aspek finansial menunjukkan proyeksi keuntungan yang realistik dan berkelanjutan.

Dengan kelayakan tersebut, *Bebek Lepas* memiliki peluang besar untuk berkembang sebagai bisnis kuliner yang kompetitif dan berorientasi pada kepuasan pelanggan di sektor FnB lokal maupun nasional.

3.4 Produksi

Proses produksi pada *Bebek Lepas* dilaksanakan dengan menerapkan prinsip efisiensi, konsistensi rasa, dan kebersihan yang tinggi. Tahapan produksi disusun secara sistematis untuk memastikan setiap produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan perusahaan. Produksi dilakukan setiap hari dengan sistem kerja terjadwal agar kapasitas produksi tetap optimal dan hasil olahan memiliki mutu yang konsisten.

Gambar 3.4.1 Contoh Produk sebelum di goreng





Bahan baku utama seperti ayam, bebek, telur, dan bumbu diperoleh dari pemasok lokal yang telah melalui proses seleksi ketat. Pemilihan bahan baku segar menjadi prioritas utama dalam menjaga cita rasa khas yang menjadi identitas *Bebek Lepas*. Proses pengolahan dilakukan dengan memperhatikan suhu dan waktu penggorengan agar tekstur daging menjadi renyah di luar dan lembut di dalam. Bumbu rempah diolah dengan proporsi yang terstandar, sehingga menghasilkan rasa gurih dan aroma yang kuat pada setiap porsi makanan.

Setelah proses pengolahan selesai, tahap berikutnya adalah pengemasan. Pengemasan menggunakan *paper lunch box* berlogo *Bebek Lepas* yang tahan panas, ramah lingkungan, serta mencerminkan identitas merek. Kemasan ini juga dirancang agar tetap menjaga suhu makanan saat dibawa oleh pelanggan maupun kurir pengantar makanan daring.

Untuk menjaga standar mutu, perusahaan melakukan pengawasan kualitas secara berkala. Pemeriksaan dilakukan terhadap kesegaran bahan, konsistensi rasa, porsi, dan tampilan produk. Selain itu, *Bebek Lepas* menerapkan inspeksi kebersihan dapur setiap minggu serta pelatihan higienitas bagi seluruh karyawan.

Perencanaan produksi jangka pendek difokuskan pada peningkatan kapasitas produksi sebesar 20% setiap kuartal, sejalan dengan permintaan pasar yang meningkat. Selain itu, perusahaan juga merancang pengembangan lini produksi melalui pembukaan *booth mini franchise* di area kampus dan perkantoran. Dengan demikian, sistem produksi *Bebek Lepas* tidak hanya mengutamakan

kualitas dan efisiensi, tetapi juga diarahkan untuk mendukung strategi ekspansi jangka panjang perusahaan.

3.5 Strategi Pemasaran

Aktivitas pemasaran yang dilakukan secara langsung untuk menjangkau serta memberikan informasi kepada konsumen sangat penting dalam membujuk mereka agar membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan. Hal ini sejalan dengan pandangan Kotler dan Armstrong (2018:2) dalam (Vivaldy et al., 2023) yang menyatakan bahwa pemasaran merupakan proses menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat untuk mendapatkan nilai balikan dari pelanggan. Agar aktivitas pemasaran perusahaan berjalan efektif, diperlukan penerapan pendekatan atau model pemasaran yang tepat, seperti STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning), yang membantu perusahaan dalam menyusun pesan dan strategi pemasaran sesuai dengan karakteristik target pelanggan.

Strategi pemasaran merupakan faktor penting dalam menentukan keberhasilan usaha Bebek Lepas. Strategi ini disusun berdasarkan analisis pasar dan perilaku konsumen yang diperoleh selama pelaksanaan program PRO-STEP. Tujuannya adalah memperkuat posisi merek di pasar, memperluas jangkauan konsumen, serta meningkatkan volume penjualan dengan tetap menjaga citra positif perusahaan.

Dalam penerapannya, Bebek Lepas menggunakan pendekatan pemasaran terpadu dengan menggabungkan promosi digital dan konvensional. Pendekatan ini dirancang untuk menjangkau konsumen secara luas, baik secara daring maupun luring, sekaligus mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Berdasarkan analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP), strategi pemasaran Bebek Lepas dijabarkan sebagai berikut.

1. Aspek segmentasi pasar, perusahaan menargetkan konsumen berusia 18–45 tahun yang terdiri dari mahasiswa, pekerja, dan keluarga muda di wilayah Gading Serpong. Kelompok konsumen ini memiliki gaya hidup yang dinamis, menghargai efisiensi waktu, namun tetap mengutamakan cita rasa

dan kebersihan makanan. Meskipun fokus konten pemasaran lebih diarahkan pada kelompok 18–28 tahun, produk Bebek Lepas tetap relevan bagi konsumen hingga usia 45 tahun karena termasuk makanan berat yang dapat dinikmati oleh berbagai kelompok usia.

2. Aspek penentuan pasar sasaran (*targeting*), *Bebek Lepas* fokus pada pelanggan dengan kebutuhan makanan cepat saji yang praktis dan berkualitas, dengan harga yang terjangkau.
3. Aspek penentuan posisi (*positioning*), *Bebek Lepas* memposisikan diri sebagai usaha kuliner cepat saji yang menyajikan cita rasa khas, pelayanan cepat, dan kualitas yang konsisten. Tagline perusahaan, “Konsisten Beraksi, Tanpa Basa-Basi”, memperkuat citra usaha sebagai penyedia makanan cepat dan berkualitas tanpa mengesampingkan kejujuran dan profesionalisme pelayanan.

Kegiatan promosi yang akan dijalankan dalam kurun waktu satu tahun kedepan yaitu kami akan melakukan kegiatan promosi melalui dua saluran utama, yaitu digital dan offline. Promosi digital dilakukan melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram, dan Google Maps untuk menampilkan konten promosi yang menarik. Kampanye berbayar juga dilakukan melalui Instagram Ads dengan segmentasi geografis dalam radius 5 hingga 10 kilometer dari lokasi usaha. Optimalisasi Google Maps juga menjadi bagian dari strategi pemasaran digital. Bebek Lepas melengkapi profil bisnis dengan foto produk, jam operasional, serta peta lokasi yang jelas. Konsumen juga didorong untuk memberikan ulasan positif melalui Google Review guna meningkatkan visibilitas usaha dan mempermudah calon pelanggan menemukan lokasi secara langsung. Optimalisasi Google Maps ini diharapkan dapat meningkatkan kunjungan konsumen secara luring, khususnya dari pelanggan yang berada di sekitar lokasi usaha. Selain itu, kerja sama dengan micro-influencer lokal dilakukan untuk meningkatkan jangkauan promosi dan memperkuat hubungan dengan calon pelanggan.

Promosi offline dilakukan dengan pendekatan langsung kepada masyarakat melalui kegiatan *Grand Opening* yang disertai pemberian potongan harga 10

hingga 20 persen, serta pemasangan spanduk dan banner di lokasi strategis seperti area kampus, perkantoran, dan pusat kuliner. Untuk menambah visibilitas Bebek Lepas, penulis dan tim berencana akan turun ke lapangan dengan membawakan *tester* supaya konsumen bisa tau rasa produk kami. Kami akan membuat konsumen tertarik dengan produk kami dengan menampilkan maskot kami serta kami akan memberikan voucher diskon untuk yang datang ke tempat kami. Kemudian kami akan meminta calon konsumen kami untuk *follow* Bebek Lepas supaya mereka bisa tahu apa lebih lagi *update-an* tentang Bebek Lepas.

3.6 Strategi Keuangan

Strategi keuangan disusun untuk memastikan keberlanjutan operasional usaha serta mendukung pertumbuhan bisnis dalam jangka pendek. Tujuan utama strategi ini adalah untuk mengatur arus kas dengan baik, mengoptimalkan penggunaan modal, dan menciptakan efisiensi biaya tanpa menurunkan kualitas produk maupun pelayanan. Sumber modal awal diperoleh dari iuran anggota tim sebesar Rp100.000 per orang, serta hasil keuntungan dari kegiatan *Open Pre-Order (PO)* sebelumnya. Seluruh transaksi keuangan dicatat secara transparan melalui laporan keuangan sederhana yang mencakup data pemasukan, pengeluaran, laba bersih, dan saldo kas akhir.

Penentuan harga jual produk dilakukan dengan menggunakan metode *cost-plus pricing*, yaitu dengan menambahkan margin keuntungan sekitar 30 - 40 persen dari *Harga Pokok Produksi (HPP)*. Berdasarkan hasil perhitungan, HPP rata-rata per porsi berkisar antara Rp19.000 hingga Rp21.000, dengan harga jual akhir antara Rp27.000 hingga Rp32.000. Dengan margin keuntungan tersebut, usaha ini menghasilkan laba kotor antara 28 hingga 35 persen per porsi, yang dianggap layak untuk menutupi biaya operasional sekaligus memberikan ruang pengembangan usaha.

Efisiensi biaya dilakukan melalui berbagai langkah strategis, seperti mengganti kemasan *rice bowl* dengan *paper lunch box* yang lebih ekonomis dan ramah lingkungan, sehingga dapat menurunkan biaya produksi hingga 20 persen.

Selain itu, penggunaan bahan baku dari pemasok lokal membantu mengurangi biaya logistik serta memastikan ketersediaan bahan secara berkelanjutan.

Pendapatan utama *Bebek Lepas* berasal dari penjualan langsung dan pemesanan melalui platform *GoFood* serta *GrabFood*. Perusahaan juga berencana menambah sumber pendapatan melalui program kemitraan dan pelatihan kuliner (*cooking class*) yang berbayar. Dalam rencana jangka pendek, perusahaan menargetkan peningkatan laba bersih sebesar 25 persen dari total penjualan bulanan serta peningkatan volume penjualan sebesar 5 hingga 15 persen per kuartal.

Melalui strategi keuangan yang disiplin dan efisien, *Bebek Lepas* berupaya menjaga kestabilan finansial, memperkuat likuiditas, serta membangun pondasi yang kokoh untuk ekspansi usaha di masa mendatang. Pengelolaan keuangan yang terencana dengan baik menjadi aspek penting dalam menjamin keberlanjutan dan profitabilitas bisnis dalam jangka panjang.

