



**A Great Concept  
for the Right People**

**A Smart Investment  
On The Right Price**

Sedang mencari **peluang usaha** yang **unik**,

Dengan **potensi pertumbuhan** yang **baik**,

Di tengah **suku bunga deposito** yang **rendah**,

Dan dalam **situasi yang penuh ketidakpastian** saat ini ??

Mungkin, **BAKMI GILA** adalah

***Peluang bisnis yang anda cari...***

### ☺ *Latar Belakang - Info Perusahaan*

Bakmi Gila merupakan konsep bisnis restoran bakmi yang didirikan sejak tahun 2006. Melalui riset yang panjang, produk dan menu-menu di restoran Bakmi Gila diciptakan. Awal berdiri hanya menggunakan gerobak sederhana, namun dalam perjalanan usaha Bakmi Gila bermetamorfosa menjadi restoran



dengan menggunakan ruko dan atau plaza dengan tempat yang nyaman dan luas, bahkan di salah satu cabang ada yang menempati luas mencapai 1300m<sup>2</sup>.

Bakmi Gila sebagai merek dagang telah didaftarkan sejak tahun 2006 dan berhasil mendapat sertifikat merek dari departemen Hak dan Kekayaan Intelektual. Keunggulan bakmi gila adalah pada nama yang unik dan produk-produk yang dijual mempunyai cita rasa unggulan yang berbeda dengan para pesaing dan bahkan beberapa menu tidak dapat ditemui di restoran bakmi lainnya.

Bakmi Gila didirikan oleh generasi muda, dan di tahun 2008, berhasil menyabet penghargaan Bisnis Indonesia Young Entrepreneur Award 2008, yang merupakan salah satu kompetisi bisnis bergengsi yang diadakan oleh harian terkemuka di Indonesia dalam bidang bisnis dan keuangan, yaitu harian Bisnis Indonesia dimana kompetisi ini diikuti oleh ratusan bisnis setiap tahunnya. Penghargaan ini membuktikan eksistensi Bakmi Gila dan potensi pasar dari usaha restoran Bakmi Gila.

Sejak akhir tahun 2009, Bakmi Gila mulai menawarkan kerjasama kemitraan melalui metode kemitraan kepada para mitra baik untuk wilayah jabotabek, maupun di kota besar lainnya di Indonesia. Berdasarkan pengalaman kami di kota medan, potensi pasar restoran Bakmi di luar jakarta sangat menjanjikan. Di salah satu cabang medan, Bakmi Gila sanggup melayani sekitar 800 – 1000 porsi setiap harinya. Sejak dimitrakan, secara perlahan tapi pasti, Bakmi Gila lebih mendekatkan diri kepada konsumen di seluruh Indonesia, dengan hadir di Jakarta, Bekasi, Medan, Surabaya, Kalimantan, dan Pekanbaru.

### ● ***Ada Apa dengan Bakmi Gila ?***

#### **Konsep Produk & Keunikan Bakmi Gila**

Bakmi Gila ingin setiap buka cabang di lokasi baru langsung dikenal dan membuat penasaran para konsumen di lokasi tersebut. Oleh sebab itu, nama 'Gila' yang disematkan ke dalam merek dagang cukup unik dan berhasil menarik konsumen berdatangan ke restoran Bakmi Gila. Bakmi Gila sendiri mencantumkan kata "Gila" dalam namanya karena :



1. Gila Pedas (satu menu ada yang bernama mie spesial pedas, dan konsumen mengatakan 'pedasnya benar-benar bikin gila')
2. Gila Porsi (sesuai namanya, menu Bakmi Gila ada yang menawarkan porsi satu menunya sangat banyak sekali sehingga membuat konsumen mengatakan 'Gila banyak sekali')
3. Gila Rasa (rasa menu Bakmi Gila enak untuk dinikmati dan membuat konsumen mengatakan 'enak gila')

Bahan baku utama Bakmi Gila dibuat oleh rumah produksi Bakmi Gila dimana menggunakan bahan-bahan alami, tanpa zat kimia, tanpa zat pewarna dan tanpa zat pengawet sehingga membuat Bakmi Gila terjamin sehat dan halal

untuk dikonsumsi oleh konsumen. Saat ini tidak kurang dari 90 menu varian mie dan nasi yang dijual di restoran Bakmi Gila.

### ***Target Market Massa & Struktur Harga Terjangkau***

Dengan paket menu lengkap yang tidak kurang dari 90 varian rasa merupakan menu pilihan yang telah terseleksi selama 4 tahun ini. Bakmi Gila berupaya memberikan alternatif bagi semua segmen konsumen untuk memuaskan selera mereka, dimulai dari menu mie



ayam biasa (mie klimizz ayam dan mie krezzi ayam) dengan harga yang sangat terjangkau (Rp 12.000) sampai ke menu paling 'gila' (mie gila pedas seharga Rp 15.000).

Dengan struktur harga yang demikian, dapat dipastikan Bakmi Gila dapat masuk ke semua lapisan masyarakat (Mass Market), strata sosial, serta semua wilayah geografis (wilayah perkotaan/urban city maupun peripheral/pinggiran) di Indonesia. Seluruh pilihan menu yang ada di tiap outlet Bakmi Gila disesuaikan dengan perkiraan karakteristik target market yang ada di lokasinya masing-masing. Pilihan menu ini telah sangat memadai dibandingkan dengan restoran bakmi lainnya. Rata-rata konsumen sekali transaksi di Bakmi Gila menghabiskan uang sekitar Rp 15.000-Rp 20.000 per sekali datang.

### ***Konsep Outlet dan Info Lokasi***

Dengan mengusung konsep outlet restoran modern, maka di setiap outletnya Bakmi Gila berupaya terlihat **eye-catching** agar tampak menarik dan nyaman untuk didatangi oleh konsumen. Hal ini direfleksikan dari **pewarnaan** outlet yang menggunakan warna kuning, merah dan orange serta **pencahayaannya** lampu yang terang di malam hari. Didukung pula dengan **neonsign dan plang merek yang besar dan menarik**. Kesemuanya itu merupakan **Unique Selling Point (USP)** dari outlet Bakmi Gila yang membedakannya dengan para pesaing, yang dibangun dengan **Investasi yang WAJAR dan TERJANGKAU**.

Bakmi Gila dalam menjalankan usahanya tidak bernafsu untuk cepat-cepat menambah cabang dalam skala banyak, karena Bakmi Gila **sangat selektif dalam memilih lokasi**. Beberapa mitra yang menawarkan diri untuk membuka cabang Bakmi Gila tetapi lokasinya kurang bagus maka Bakmi Gila tidak mengizinkan mitra tersebut. **Perlahan tapi pasti itulah moto Bakmi Gila** dalam mengembangkan usahanya, setiap tahun ada pertumbuhan usaha dengan ditandainya penambahan outlet secara selektif.

### ***Peluang dan Konsep Bisnis Kemitraan Bakmi Gila***

Bakmi Gila & konsepnya dapat dilihat oleh para calon Mitra sebagai suatu alternatif pilihan investasi yang baik dan merupakan peluang yang sangat layak dipertimbangkan, antara lain sbb:

- **Pasar yang luas dan terus berkembang** dari semua lapisan masyarakat, karena masyarakat Indonesia adalah pengkonsumsi mie no 2 terbanyak di dunia setelah china.
- **Produk yang bersifat konsisten sepanjang tahun** (bukan produk musiman yang bersifat "booming" sesaat) dan terus bertumbuh (life cycle / siklus bisnis yang panjang).
- **Investasi wajar & tingkat "Return" yang tinggi**, dengan Harga Pokok Produksi setiap produknya rata-rata hanya dikisaran 50% dari harga jual kepada konsumen, dengan perkiraan titik impas investasi (BEP) yang wajar / rasional.
- **"Easy Setup" dan mudah dalam pengoperasiannya**, dengan dukungan manajemen dan sistem & prosedur kerja yang teruji dan solid.
- **Persediaan bahan baku yang minimal serta tingkat kerusakan (bahan) yang rendah**. Setiap gerai hanya dipasok bahan baku sesuai dengan kebutuhan selama beberapa hari saja untuk menjamin kesegaran kualitas produk & minimal bahan terbuang.

**Sistem Kemitraan dan Biaya Investasi**

<b>Tipe Outlet &amp; Kategori Biaya</b>	<b>Besar Biaya Investasi</b>	<b>Alokasi</b>
<b>Restoran</b>	Rp 125 juta* Luas : ± 60 m2 <i>*luas tempat bisa lebih dari ini dan apabila lebih luas investasi akan disesuaikan.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Sudah termasuk biaya kemitraan Rp 35 juta untuk 5 tahun</li><li>- Desain &amp; Layout Outlet</li><li>- Seragam &amp; Identitas Usaha</li><li>- Peralatan &amp; Perlengkapan</li><li>- Training karyawan</li><li>- Marketing kits</li></ul>
<b>Counter/Foodcourt</b>	Rp 60 juta Luas : ± 9 m2	<ul style="list-style-type: none"><li>- Sudah termasuk biaya kemitraan Rp 20 juta untuk 5 tahun</li><li>- Seragam &amp; Identitas Usaha</li><li>- Peralatan &amp; Perlengkapan</li><li>- Training Karyawan</li><li>- Marketing Kits</li></ul>
<b>Biaya Survey</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Jabotabek Rp 500 ribu</li><li>- Luar jabotabek menyesuaikan wilayah</li></ul>	Biaya akomodasi survey untuk menilai kelayakan lokasi.

Seluruh biaya investasi diatas belum termasuk sewa tempat, pajak dan renovasi.

**Ketentuan luar jabotabek dan luar pulau jawa :**

1. belum termasuk biaya ekspedisi pengiriman alat yang besarnya tergantung volume peralatan dan perlengkapan yang dikirim.

**Ketentuan luar pulau jawa :**

1. Terdapat investasi tambahan berupa mesin produksi mie, yang terdiri dari 2 unit, mesin aduk dan mesin mie, besarnya seharga Rp 30 juta, sudah termasuk training dan resep, namun belum termasuk ongkos kirim mesin tersebut. **(Keunggulan memiliki mesin produksi sendiri adalah dapat menekan harga pokok produksi sehingga bisa kurang dari 50%).**

**Syarat Mitra :**

1. Memiliki alternatif tempat yang layak untuk dibukanya restoran Bakmi Gila, dengan kategori tempat :
  - a. **Tipe Restoran** : minimal lebar depan sekitar 8m, luas yang disarankan minimal 80m<sup>2</sup>, lebih luas lebih baik karena kapasitas akan lebih banyak dan berdasarkan pengalaman, rata-rata omset di tempat lebih luas juga akan semakin tinggi. Lokasi berada di pusat keramaian, seperti komplek perumahan, perkantoran, perdagangan, rumah sakit, kampus, sekolah, atau keramaian lainnya yang banyak orang berlalu lalang di depan lokasi.
  - b. **Tipe Counter** : luas disarankan minimal sekitar 9m<sup>2</sup>, lokasi di pusat perbelanjaan yang ramai, dan mempunyai posisi yang terlihat dari berbagai arah.
2. Memiliki investasi dana yang cukup
3. Mempunyai semangat dan antusias dalam menjalankan bisnis restoran.
4. Siap terjun untuk mengawasi pengelolaan restoran Bakmi Gila yang dimilikinya

**Tahapan Menjadi Mitra**



**Asumsi dan Simulasi Keuangan Outlet Bakmi Gila**

**(Ilustrasi skenario KONSERVATIF)**

	<b>TIPE RESTORAN</b>	<b>TIPE FOODCOURT</b>
<b>PROFIT &amp; LOSS</b>		
<b>Sales Revenue</b>	<b>Rp 45.000.000</b>	<b>Rp 21.000.000</b>
<b>HPP (COGS)</b>	<b>Rp 22.500.000</b>	<b>Rp 10.500.000</b>
	<b>Gross Profit Rp 22.500.000</b>	<b>Rp 10.500.000</b>
Space Rental	Rp (5.000.000)	Rp (2.500.000)
Labor	Rp (5.000.000)	Rp (2.000.000) (3 org)
Gas & lain-lain	Rp (1.200.000)	Rp ( 700.000)
Utilities (Listrik, air, dll)	Rp (1.000.000)	Rp ( 700.000)
<b>NET CASH FLOW (EBITDA)</b>	<b>Rp 10.300.000 (23%)</b>	<b>Rp 4.600.000 (22%)</b>
<b>INVESTMENT</b>	<b>Rp 125 juta</b>	<b>Rp 60 juta</b>
<b>Pay Back Period (BEP investasi)</b>	<b>12 bulan</b>	<b>13 bulan</b>

## ***Peluang Kemitraan Bakmi Gila***

---

- Asumsi Sales Revenue termasuk minuman (dengan menggunakan pendekatan **KONSERVATIF**, dan nilai sales akan bervariasi di tiap lokasi & umumnya sebanding dgn harga sewa):
  1. 30 hari kerja dalam 1 bulan (20 hari week-days: Senin-Jumat, 10 hari week-end: Sabtu dan Minggu), dan minimum 10 jam kerja/hari
  2. Sales Weekend meningkat minimal 2 x dari sales week-days
  3. Sales week day :
    - a. Tipe Restoran : Rp 1.200.000 (sekitar 60 porsi/hari)
    - b. Tipe Foodcourt : Rp 600.000 (sekitar 30 porsi/hari)
  4. Sales week end :
    - a. Tipe Restoran : Rp. 2.400.000/hari (sekitar 120 porsi/hari)
    - b. Tipe Foodcourt : Rp 1.200.000/hari (sekitar 60 porsi/hari)
  5. Penjualan minuman sebesar 15% -20% sales

\*\* Harga Sewa yang **DIREKOMENDASI** di daerah Jabodetabek (untuk lokasi diluar Jabodetabek, harga bisa jauh lebih murah, termasuk biaya lainnya).

Note: Perbedaan asumsi & angka dalam ilustrasi sangat mungkin terjadi.

**KESIMPULAN : DALAM SKENARIO PERHITUNGAN YANG KONSERVATIF, PERIODE PENGEMBALIAN MODAL INVESTASI (BEP / PAY BACK PERIOD) DI TAHUN PERTAMA LEBIH SEDIKIT DARI 5 TAHUN PERIODE INVESTASI MERUPAKAN SUATU BENTUK INVESTASI YANG WAJAR & LAYAK DIPERTIMBANGKAN !!**



**FOR FURTHER INQUIRY,  
PLEASE CONTACT  
HENDRY, ST.  
0815-10775153  
BAIHAKI 0817600028  
[bakmigila@gmail.com](mailto:bakmigila@gmail.com)**



## **LAMPIRAN**

### **TANYA JAWAB UMUM**

#### **Q1. LANGKAH AWAL APA YANG HARUS DITEMPUH OLEH CALON MITRA?**

Langkah awal yang ditempuh untuk memulai kerjasama kemitraan Bakmi Gila adalah upaya pencarian **LOKASI YANG TEPAT** oleh calon mitra, dengan dukungan evaluasi dari pihak pusat. Lokasi yang tepat adalah **Key Success Faktor utama** dalam bisnis retail (*Food & Beverage*).

Setelah terjadi kesepakatan lokasi dengan pihak Pemilik/Management Gedung, calon mitra segera dapat meminta ke pusat untuk menilai kelayakan lokasinya dengan sebelumnya membayar biaya survey lokasi.

#### **Q2. APAKAH GERAI/OUTLET HARUS DIRENOVASI MELALUI PUSAT?**

Calon mitra **TIDAK DIWAJIBKAN** untuk merenovasi melalui kontraktor yang telah menjadi rekanan pusat. Mitra dapat menunjuk kontraktor masing-masing dengan standard konstruksi dan design yang telah ditetapkan oleh Pusat. Biaya renovasi ini dibebankan kepada mitra dan tidak termasuk dalam biaya investasi yang dibayarkan kepada pusat.

Pusat membantu untuk pengadaan seluruh peralatan yang akan digunakan di gerai untuk standarisasi serta memudahkan Mitra untuk mendapatkan peralatan sesuai dengan spesifikasi yang ditetapkan, dengan harga yang relative lebih baik dibandingkan jika membeli pada supplier / pabrikan, secara orang per orang oleh sang mitra.

#### **Q3. APAKAH MITRA BOLEH/DAPAT MENGADAKAN SENDIRI BAHAN BAKU?**

Mitra **Wajib** mengadakan bahan baku utama hanya melalui Pusat, dengan pengecualian untuk bahan yang daya tahannya terbatas seperti ayam, sayur &

buah. Hal ini ditetapkan dengan tujuan menjaga **Standarisasi dan Kualitas** penggunaan bahan. Selain itu untuk menjaga kontinuitas supply bahan ke outlet tanpa harus merepotkan Mitra dengan pembelian bahan baku setiap hari, sehingga dapat meminimalkan risiko over stock atau under stock.

**Q4. APAKAH MITRA HARUS TERLIBAT SECARA LANGSUNG UNTUK OPERASIONAL SEHARI-HARI DI OUTLET/GERAI?**

System dan prosedur kerja yang ada, termasuk penggunaan mesin kasir, telah memungkinkan Mitra untuk dapat memberikan delegasi “*day-to-day operations*” kepada staff di gerainya, termasuk pengorderan barang kebutuhan gerai ke pihak Pusat. Namun, **partisipasi aktif** dan keterlibatan Mitra selaku pemilik gerai adalah **MUTLAK**, terutama terkait dengan monitoring kualitas SDM (kedisiplinan, kejujuran, motivasi, service, dll) yang ada di gerainya masing-masing, serta hal yang berkaitan dengan keuangan (pembayaran, *petty cash*, setoran hasil sales, gaji karyawan, dll).

**Q5. APAKAH KATEGORI INVESTASI BAKMI GILA?**

Dalam ukuran investasi pada bisnis kemitraan secara umum di industri Restoran, investasi yang ditanamkan dalam usaha kemitraan Bakmi Gila dapat dikategorikan menengah bawah, dengan alokasi investasi yang relatif terjangkau dan wajar (*Value for Money*) dengan apa yang diperoleh, bahkan dapat dikategorikan “relatif murah” jika ditelaah secara lebih mendalam terhadap keseluruhan system kerjasama yang ditawarkan.

Biaya Kemitraan yang ditawarkan senilai Rp 35 juta (tipe restoran) untuk masa kerja sama 5 tahun (60 bulan), yang berarti hanya senilai Rp 583.000 perbulan, pada dasarnya bertujuan untuk **saling mengikat kerjasama & komitmen jangka panjang** dan meminimalkan kemungkinan putus hubungan ditengah jalan (baik kemungkinan pemutusan hubungan dari pihak sang Pusat maupun Mitra, dengan beragam alasan, dengan begitu mudahnya), dibandingkan dengan suatu bisnis yang relatif “tanpa ikatan” (misal, sekedar menjual paket bisnis

dengan biaya rendah), sehingga kemungkinan kedua belah pihak untuk bersikap “**NOTHING TO LOSE**” menjadi lebih besar.

Sebagai kompensasi atas komitmen jangka panjang tersebut (yang dinyatakan dalam bentuk Biaya Kemitraan yang diberikan pada awal kerjasama), Pusat menjual bahan baku dengan struktur harga yang “**relatif murah**” (dengan profit margin terbatas bagi Pusat), sehingga Harga Pokok Produksi di tingkat Mitra bisa ditekan serendah mungkin, dan profit margin bisa dimaksimalkan.

Oleh karena itu, Mitra diharapkan melihat secara lebih jeli & bijak sejak awal, serta melakukan perbandingan. Selain itu, Pusat Bakmi Gila pun memberikan kesempatan bagi Mitra untuk menekan biaya investasi (efisiensi) antara lain dengan memberikan kebebasan untuk memilih sendiri kontraktor untuk renovasi, dan pengadaan peralatan dan perlengkapan tertentu (misal meja, kursi, kulkas dan freezer).