

ABSTRACT

Bisnis yang saya pilih dalam rencana bisnis ini adalah bisnis kuliner di Bandung yang menawarkan salah satu makanan tradisional Bangka, yaitu martabak. Bisnis Martabak Bangka yang kemudian saya sebut Martabak Bangka PunyaQita ini merupakan bisnis yang menjual Martabak Bangka yang dibuat asli oleh orang Bangka dan menyediakan tempat makan yang bernuansa Bangka. Selain menyediakan Martabak Bangka dengan cita rasa aslinya, Martabak Bangka PunyaQita juga menyediakan berbagai pilihan ukuran martabak sehingga memudahkan konsumen untuk memilih martabak dengan ukuran yang sesuai dengan keinginan.

Dalam penulisan rencana bisnis Martabak Bangka PunyaQita, saya akan membahas lima bagian penting yaitu latar belakang, aspek pemasaran, aspek operasional, aspek sumber daya manusia dan aspek keuangan. Latar belakang saya memilih membuka usaha ini adalah karena sedikitnya penjual Martabak Bangka yang menyediakan tempat makan khusus Martabak Bangka. Dari aspek pemasaran, saya menggunakan strategi pemasaran untuk mempermudah saya melakukan pemasaran produk yang akan saya tawarkan kepada *target market* saya. Dari aspek operasional, saya memilih Jl. Dr Setia Budi sebagai tempat menjalankan bisnis. Dari segi sumber daya manusia, saya mempekerjakan satu orang *supervisor*, dua orang juru masak, dua orang asisten juru masak dan empat orang pelayan. Dari segi keuangannya, bisnis saya membutuhkan sekitar 90 juta rupiah untuk membuka usaha ini. Bisnis Martabak Bangka PunyaQita ini merupakan bisnis yang menjanjikan. Hal ini dapat dilihat dengan jangka waktu yang hanya berkisar delapan bulan bisnis ini sudah mencapai *payback period*.

EXECUTIVE SUMMARY

Martabak Bangka PunyaQita is a stall which offers one of the traditional foods of Bangka, named *martabak*. My business offers the original taste of Martabak Bangka and also provides a comfortable place for the consumers who like to enjoy the atmosphere of Bangka Island so that they would feel as if they were in Bangka. Martabak Bangka PunyaQita presents the original taste of Martabak Bangka which is made by Bangka people who are competent in making *martabak*. Martabak Bangka PunyaQita also offers various sizes of *martabak* based on the consumers' demand. Martabak Bangka PunyaQita will be located at Setia Budi Street No. 175. I choose this location because Setia Budi Street is known as a strategic place and many tourists (domestic and international) usually pass this street.

Nowadays, Bandung has become one of the cities in Indonesia that is famous for its culinary. Since the building of the highway from Jakarta to Bandung, called Cipularang, many people from Jakarta and other cities come to visit and enjoy the culinary in Bandung. I am interested to

establish Martabak Bangka business in Bandung because the development of the culinary business in Bandung has been increasing.

Martabak Bangka PunyaQita is a feasible and acceptable business because the product is suitable for situation these days where generally people like to have a delicious snack and like to hang out. Martabak Bangka PunyaQita is a profitable business because the payback period shows that in only eight months this business can recover its initial investment. This proposal is prepared to obtain financing in the amount of IDR 55,000,000, which is the total initial investment of this business. Supplemental financing is required to prepare the increase of the capital investment and the large capital investment will allow Martabak Bangka PunyaQita to provide its consumers with good products and a comfortable dinning room. I project that my profit will increase year by year.

TABLE OF CONTENTS

TITLE PAGE	i
FRONT COVER OF THE BUSINESS PLAN	ii
APPROVAL PAGE	iii
DECLARATION OF ORIGINALITY	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	vi
ABSTRACT	vii
EXECUTIVE SUMMARY	ix
TABLE OF CONTENTS	x
LIST OF TABLES	xii

LIST OF FIGURES	xiv
CHAPTER I THE BACKGROUND	1
CHAPTER II. THE MARKETING STRATEGY	8
CHAPTER III. OPERATIONAL ASPECT.....	17
CHAPTER IV. HUMAN RESOURCES ASPECT.....	25
CHAPTER V. FINANCIAL ASPECT.....	33
BIBLIOGRAPHY	
APPENDICES	
Appendix 1. The Logo of Martabak Bangka PunyaQita	
Appendix 2. The Banner of Martabak Bangka PunyaQita	
Appendix 3. The Leaflet of Martabak Bangka PunyaQita	
Appendix 4. The Brochure of Martabak Bangka PunyaQita	
Appendix 5. Menu of Martabak Bangka PunyaQita	

LIST OF TABLES

Table 2.1 Product Variants of Martabak Bangka PunyaQita	11
Table 2.2 The Price List of Martabak Bangka PunyaQita	13
Table 4.1 Working Hours of Martabak Bangka PunyaQita's Employees.....	28
Table 5.1 Initial Investment of Martabak Bangka PunyaQita	33
Table 5.2 Total Initial Investment of Martabak Bangka PunyaQita	34
Table 5.3 Cash Inflow of Martabak Bangka PunyaQita	35
Table 5.4 The Promotion Cost of Martabak Bangka PunyaQita	37
Table 5.5 The Operational Cost of Martabak Bangka PunyaQita	37
Table 5.6 Total Variable Cost of Martabak Bangka PunyaQita	38
Table 5.7 Total Fixed Cost of Martabak Bangka PunyaQita	39

Table 5.8 Total Cash Outflow of Martabak Bangka PunyaQita	39
Table 5.9 Income Tax Calculation PPh Pasal 21	40
Table 5.10 Net Cash Flow of Martabak Bangka PunyaQita	40
Table 5.11 Payback Period of Martabak Bangka PunyaQita	42
Table 5.12 Net Present Value of Martabak Bangka PunyaQita	43

LIST OF FIGURES

Figure 3.1 The Service Process of Martabak Bangka PunyaQita.....	19
Figure 3.2 The Map of Martabak Bangka PunyaQita.....	22
Figure 3.3 Layout Plan of Martabak Bangka PunyaQita.....	23
Figure 4.1 Organizational Structure of Martabak Bangka PunyaQita.....	26