

ABSTRACT

Perkembangan industri makanan di Bandung saat ini berkembang pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya jumlah rumah makan yang bermunculan di Bandung. Salah satunya yang saat ini berkembang pesat adalah rumah makan *sushi*, makanan khas Jepang, dengan harga yang terjangkau. Kesempatan untuk membuka bisnis ini pun terbuka lebar dikarenakan semakin banyaknya orang yang menikmati sushi.

Selain itu, salah satu *trend* yang cukup berkembang di Bandung adalah *fish spa*. *Fish spa* adalah *trend* spa yang berasal dari Turki dengan menggunakan ikan *Garra Ruffa* untuk menggigiti sel kulit mati yang terdapat di kaki kita. Melihat perkembangan sushi dan *fish spa* yang cukup pesat di Bandung, penulis memutuskan untuk membuka sebuah rumah makan sushi yang menyediakan fasilitas *fish spa* di dalamnya. Rumah makan tersebut akan dinamai *Sushi Spa*.

Sushi Spa menyediakan menu-menu sushi mulai dari *Maki Sushi*, *Nigiri Sushi*, *Uramaki Sushi*, *Spicy Tuna Sushi*, *Dragon Roll Sushi*, dan *Californian Roll Sushi*. Semua jenis sushi disediakan dengan harga yang terjangkau oleh konsumen kelas menengah ke atas. Selain sushi, fasilitas *fish spa* pun disediakan kepada para pengunjung yang ingin memanjakan diri mereka. *Sushi Spa* menjamin kebersihan tempat *fish spa* mereka sehingga para pengunjung dapat lebih rileks menikmatinya.

Business Plan ini disusun untuk menjelaskan secara rinci mengenai *Sushi Spa*. Dalam *business plan* ini akan dibahas mengenai latar belakang kenapa *Sushi Spa* didirikan, beserta kekuatan dan kelemahan juga ancaman dan peluang yang dihadapi. Selain itu akan dibahas pula mengenai aspek pemasaran, aspek operasional, aspek sumber daya manusia dan juga aspek finansial dari *Sushi Spa*.

TABLE OF CONTENTS

DECLARATION OF ORIGINALITY	i
FRONT COVER OF THE BUSINESS PLAN	ii
APPROVAL PAGE.....	iii
TABLE OF CONTENTS	iv-vii
LIST OF TABLES.....	viii
LIST OF FIGURES	ix
ABSTRACT	x
EXECUTIVE SUMMARY	xi
CHAPTER I. THE BACKGROUND	1
1.1. BACKGROUND OF STUDY	1
1.2. SWOT ANALYSIS	2
CHAPTER II. MARKETING ASPECT	5
2.1. THE MARKETING STRATEGY	6
2.1.1. THE SEGMENTING	6

2.1.2. THE TARGETING	7
2.1.3. POSITIONING AND DIFFERENTIATION	8
2.2. MARKETING MIX	8
2.2.1. PRODUCT	8
2.2.2. PRICE	10
2.2.3. PLACE	12
2.2.4. PROMOTION	12
CHAPTER III. OPERATIONAL ASPECT	14
3.1. THE MANUFACTURING PROCESS	14
3.1.1. SUSHI	14
3.1.2. FISH SPA	18
3.2. THE WORKFLOW PROCESS	18
3.3. THE LOCATION	20
3.4. THE SITE	21
3.5. THE LAYOUT	22
3.5.1. SHOP LAYOUT	22
3.5.2. PRODUCTION LAYOUT	23
CHAPTER IV. HUMAN RESOURCE ASPECT	24

4.1. ORGANIZATIONAL STRUCTURE	24
4.1.1. DIVISION OF LABOR	25
4.1.2. DEPARTMENTALIZATION	26
4.1.3. SPAN OF CONTROL	26
4.1.4. AUTHORITY	26
4.1.5. FORMALIZATION	27
4.1.6. CHAIN OF COMMAND	27
4.2. HUMAN RESOURCE MANAGEMENT	27
4.2.1. PLANNING	27
4.2.2. WORKING HOURS	28
4.2.3. COMPENSATION	29
4.3. JOB ANALYSIS	29
4.3.1. JOB DESCRIPTION	30
4.3.2. JOB SPESIFICATION	32
CHAPTER V. FINANCIAL ASPECT	35
5.1. INITIAL INVESTMENT	35
5.2. CASH INFLOW	37
5.3. CASH OUTFLOW	38

5.4. CASH FLOW	40
5.5. CAPITAL BUDGETING	41
5.5.1. PAYBACK PERIOD.....	41
5.5.2. NET PRESENT VALUE	42
5.6. CONCLUSION	43

BIBLIOGRAPHY

APPENDICES

Appendix 1: SUSHI SPA LOGO

Appendix 2: FLYER

LIST OF FIGURES

Figure 3.1. How to make sushi maki	14
Figure 3.2. How to make nigiri sushi	15
Figure 3.3. How to make uramaki	15
Figure 3.4. How to make spicy tuna sushi.....	16
Figure 3.5. How to make dragon roll sushi.....	17
Figure 3.6. How to make California roll sushi.....	17
Figure 3.7. How to prepare fish spa pond	18
Figure 3.8. The workflow process	18-20
Figure 3.9. Dago area location map.....	20
Figure 3.10. Dago Plaza	21
Figure 3.11. Sushi Spa layout	22
Figure 3.12. Production site layout.....	23
Figure 4.1. Organizational Structure of Sushi Spa	25

LIST OF TABLES

Table 2.1. Sushi Products	9
Table 2.2. Product Prices	10
Table 2.3. Package Price	11
Table 4.1. Working Hours	28
Table 4.2. Salary	29
Table 5.1. Initial Investment	36-37
Table 5.2. Cash Inflow per Weekdays	38
Table 5.3. Cash Inflow per Weekend	38
Table 5.4. Cash Inflow Package per Week	39
Table 5.5. Cash Outflow Variable Cost	40
Table 5.6. Cash Outflow Fixed Cost	40
Table 5.7. Cash Outflow Bonus per Year	41
Table 5.8. Cash Flow	42
Table 5.9. Payback Period	43
Table 5.10. Net Present Value	44