

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi konsep bisnis

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan maupun dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan atau kemauan (Kotler & Armstrong, 1996:274). Produk yang ditawarkan adalah berupa makanan khas Palembang. Alasan dipilihnya bisnis kuliner adalah peluang yang masih terbuka lebar dan masih bisa terus dikembangkan. Bisnis kuliner yang kita ketahui sampai saat ini memang sangat menggiurkan untuk dijalankan, karena mengingat setiap manusia pada umumnya membutuhkan makanan untuk keberlangsungan hidupnya. Keistimewaan dari produk yang ditawarkan oleh Kantin KawKaw 99 adalah makanan yang dijual merupakan makanan khas daerah Palembang, dengan menu utama adalah pindang daging sapi dan empek- empek, ditambah menu makanan pendukung yaitu ayam goreng, ayam bakar, bebek goreng, bebek bakar, nasi goreng, mi instan dan perkedel. Kantin KawKaw 99 juga menyediakan minuman seperti teh manis, susu milo, dan teh tarik. Penulis melihat bahwa pentingnya menjaga kelestarian dari makanan khas daerah yang ada di Indonesia. Oleh karena itu penulis mencoba mengangkat makanan khas Palembang untuk diperkenalkan dan ditawarkan sebagai makanan utama dari kantin ini. Selain itu, produk ini masih sangat minim dijual di Kota Bandung, maka peluang itu juga dipakai untuk memaksimalkan penjualan Kantin KawKaw 99. Minimnya penjualan makanan Palembang di Bandung bukan semata-mata menjadi peluang, tetapi setidaknya minimnya penjual makanan sejenis bisa dijadikan keunggulan di dalam persaingan yang ketat di bidang makanan. Persaingan di bidang makanan memang sangatlah sulit dan membutuhkan waktu dan tenaga ekstra untuk bisa bertahan dari terjangkit badai usaha makanan. Banyaknya pesaing lain yang menjual makanan juga patut diperhitungkan, karena dalam usaha makanan semua penjual makanan adalah pesaing usaha. Meskipun pesaing ini dapat dipilah menjadi beberapa bentuk, misalnya dari makanan yang dijual, jenis makanannya, waktu operasinya, dan lain-lain. Namun semua penjual makanan pada umumnya merupakan pesaing dari usaha ini. Untuk itu, memunculkan sisi unik yang nantinya diharapkan bisa menjadi suatu nilai tersendiri untuk kantin ini dibandingkan dengan penjual makanan lain sangatlah penting. Keunikan dalam menjual makanan khas Palembang di Bandung yang merupakan kota dengan mayoritas bersuku sunda memang tidak mudah, karena pasti ada perbedaan bahasa, budaya, dan tentu saja cita rasa tiap daerah di Indonesia. Tetapi hal tersebut sekaligus menjadi keunggulan untuk kantin ini, karena Kantin KawKaw 99 tidak mengikuti arus untuk menjual makanan sunda karena berada di Kota Bandung. Kantin KawKaw 99 dengan inovasi dengan nama kantin yang unik menyajikan makanan khas Palembang yang enak dan memiliki citarasa dan karakteristik tersendiri dari setiap makanannya berusaha memperkenalkan sekaligus melestarikan masakan khas Palembang yang diharapkan bisa diterima dan diminati oleh masyarakat di Bandung. Target konsumen dari Kantin KawKaw 99 ini tentu masyarakat yang hidup di Bandung baik pria maupun wanita dengan pendapatan di atas UMR (Upah Minimum Regional) Kota Bandung yang bertempat tinggal di dekat perguruan tinggi dan perkantoran. Untuk langkah awal yang penulis pilih menjadi target yaitu masyarakat yang tinggal dan menetap di sekitar Jalan Surya Sumantri dan tentu saja mahasiswa yang berkuliah di Universitas Kristen Maranatha beserta

tenaga pengajar, staf, dan pekerja di lingkungan ini. Hal tersebut dikarenakan Kantin KawKaw 99 akan dibuka di Jalan Surya Sumantri no. 82. Karena dekat dengan masyarakat yang jumlahnya sangat besar diharapkan Kantin KawKaw 99 bisa mendapatkan konsumen yang besar pula. Pengolahan makanan dari Kantin KawKaw 99 mengutamakan bahan-bahan yang segar (*fresh*) untuk diolah dan disajikan. Selain dari pengolahan yang sedemikian baik guna mendapatkan hasil yang maksimal, Kantin KawKaw 99 juga akan menggunakan media-media promosi yang bisa membantu dalam kegiatan penjualan nantinya. Contoh media yang digunakan seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, lembaran, dan brosur guna mempermudah mengenalkan kantin kepada masyarakat. Penulis akan menjelaskan alasan menggunakan media massa seperti *Twitter* misalnya, hal tersebut dikarenakan Indonesia menempati urutan ke tiga pengguna *Twitter* terbesar di dunia, maka dari itu penulis berharap media sosial akan membantu dari segi promosi dari kantin ini (<http://tekno.tempo.co/read/news/2013/12/17/072538043/Indonesia-Pengguna-Twitter-Nomor-3-di-Dunia>).

Word of mouth (WOM) adalah suatu bentuk promosi yang berupa rekomendasi dari mulut ke mulut tentang kebaikan dalam suatu produk (Lupiyoadi, 2006:238). Dengan menciptakan nilai yang baik untuk konsumen, diharapkan metode ini bisa membantu kantin dalam mempromosikan diri kepada masyarakat. *Word Of Mouth (WOM)* tidak harus berupa pembicaraan *face to face*, chat dari *facebook* juga termasuk *Word Of Mouth (WOM)* asalakan dapat menyampaikan suatu hal kepada orang lain.

Menurut Kotler (1995:200), pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Kemasan sama pentingnya dengan kualitas produk yang fungsinya juga mendorong minat pembeli untuk membeli suatu produk. Dalam hal pengemasan Kantin KawKaw 99 cenderung mengutamakan konsumen untuk datang dan menikmati sajian langsung di kantin ini, makanan akan disajikan secara langsung dan masih hangat. Tetapi kantin ini tidak membatasi pembelian dengan hanya melakukan pembelian langsung dan datang ke Kantin KawKaw 99, Kantin KawKaw 99 juga menyediakan jasa pengemasan guna melayani konsumen yang hendak membawa pulang makanannya. Selain itu, Kantin KawKaw 99 juga menyediakan jasa antar untuk konsumen yang memesan melalui berbagai media komunikasi seperti telepon, *SMS (short message service)*, *BBM (BlackBerry Messenger)*, dan line. Kotler & Armstrong (2012:62), distribusi (*place*) yakni memilih dan mengelola saluran perdagangan yang dipakai untuk menyalurkan produk atau jasa dan juga untuk melayani pasar sasaran, serta mengembangkan sistem distribusi untuk pengiriman dan perniagaan produk secara fisik. Sebagai produk makanan yang mengutamakan nilai kesehatan, maka produk harus selalu higienis agar konsumen benar-benar yakin ketika membeli atau mengkonsumsinya. Oleh sebab itu, bahan untuk membuat makanan dibeli dalam keadaan masih segar (*fresh*) untuk langsung diolah, apabila terjadi kelebihan persediaan untuk diolah maka persediaan tersebut akan disimpan sesuai kebutuhannya, contohnya persediaan daging dan ikan, apabila ada *stock* maka akan langsung dimasukkan ke dalam lemari pendingin yang memiliki temperatur rendah (*freezer*) guna membekukan daging dan ikan tersebut. Selain itu, kantin ini memilih lokasi yang berorientasi terhadap konsumen yaitu dekat dengan perguruan tinggi dan perkantoran tetapi lokasi tersebut juga masih dalam jangkauan penyuplai. Sehingga diharapkan tidak mengalami kendala dalam melakukan pendistribusian baik dari sisi supplier ke kantin maupun dari kantin ke konsumen.

Kantin *KawKaw 99* sudah memiliki strategi untuk memilah dan menentukan target, segmen dari kantin ini dalam strategi *STP (Segmenting, Targeting, Positioning)* yang telah dibuat. *Segmenting* akan dipilah menjadi 2 (dua) yaitu berdasarkan demografi, dan geografi. Segmen usia yang dipilih adalah 12-45 tahun yang terdiri dari segmen remaja, dewasa, dan orang tua. Segmen pekerjaan yang dipilih adalah anak sekolah, mahasiswa, dan karyawan beserta wirausahawan yang tinggal di Kota Bandung khususnya di sekitar Universitas Kristen Maranatha. Kantin *KawKaw 99* memposisikan diri sebagai kantin yang menyediakan makanan khas Palembang yang dikemas menjadi lebih moderen. Dengan menyajikan makanan yang enak dan diolah dalam keadaan segar Kantin *KawKaw 99* juga menjamin kesehatan dari makanan yang diproduksi. Promosi langsung yang dilakukan menggunakan *X-banner* dan juga brosur-brosur yang isinya tentang penjelasan singkat dari produk yang di jual, cara pesan, lokasi penjualan, dan kontak yang bisa dihubungi langsung oleh konsumen ke kantin ini. Kantin *KawKaw 99* juga menggunakan media sosial seperti *Blackberry Messenger (BBM)*, *Line*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* dan *Line*. Dengan begitu, diharapkan bisa membuat Kantin *KawKaw 99* lebih fokus dan memiliki tujuan yang jelas dalam melakukan kegiatan produksi dan penjualannya agar bisa mencapai apa yang telah direncanakan untuk mewujudkan visi dan misi dari kantin *KawKaw 99* ini.

Total pembiayaan Kantin *KawKaw 99* adalah Rp 209.687.000,- yang terdiri dari aktiva lancar dan modal tetap. Sumber dana didapat dari pemilik yang menyetorkan modal sebesar total pembiayaan awal berdirinya Kantin *KawKaw 99*.

Menurut perhitungan *Net Present Value (NPV)*, bisnis ini layak dijalankan sebab nilai *NPV* lebih besar dari nol (Rp 648.272.502,-). Selain itu, dari perhitungana *Payback Period (PP)* bisnis ini layak dijalankan, karena tingkat pengembalian dari bisnis ini adalah 1 tahun 4 bulan 5 hari. Dan dari sisi *Profitability Index (PI)* lebih besar dari satu (2) sehingga bisnis ini layak dijalankan.

1.2 Deskripsi Bisnis

Bisnis yang penulis dirikan adalah sebuah bisnis kuliner, seperti yang kita ketahui bisnis kuliner masih sangat menggiurkan untuk dijalani dan dikembangkan pada saat ini. Bisnis ini berupa kantin yang menjual makanan khas Palembang. Nama usaha ini adalah Kantin *KawKaw 9* dengan pendiri bernama Jimmi Devrianto Halim. Kotler & Amstrong (2003:349), merek adalah suatu nama, kata, simbol, tanda, atau desain, atau kombinasi dari semuanya yang mengidentifikasi pembuat atau penjual produk dan jasa tertentu. Nama kantin ini didasari dari filosofi kebudayaan China yang menganggap angka sembilan (9) adalah sebagai lambang dari kelestarian, keabadian, ataupun berlangsung lama. *KawKaw* disadur dari bahasa daerah China yaitu *Kaw* yang berarti sembilan (9), oleh karena itu pemilihan nama menjadi *KawKaw* yang berarti sembilan sembilan (99) yang langsung diikuti angka sembilan sembilan di bagian akhirnya sehingga menjadi "*KawKaw 99*". Berdasarkan pemahaman filosofi tersebut akhirnya nama kantin ini terbentuk. Logo dari Kantin *KawKaw 99* adalah sebuah penulisan *KawKaw 99* yang diharapkan bisa mudah dibaca dan diingat oleh orang, ditambah penegasan dengan tulisan "*Makanan Palembang*" guna mempermudah orang untuk mengetahui kalau kantin *KawKaw 99* menyediakan makanan khususnya makanan Palembang, penulisan *tagline "Eat Our Meat"* ini ditujukan untuk meyakinkan orang kalau daging dan ikan yang kami olah benar-benar segar dan mempunyai cita rasa yang khas. Logo

dari kantin *KawKaw 99* tidak dibatasi oleh sebuah garis baik bulatan maupun persegi atau bentuk lainnya, hal tersebut dikarenakan penulis berharap dengan tidak membatasi tulisan tersebut tidak ada batasan *frame* pada logo tersebut guna memudahkan orang untuk dengan jelas melihat logo tersebut tanpa ada *frame* pembatas di bagian luarnya. Arti dan pemilihan warna untuk logo dari Kantin KawKaw 99 di dominasi oleh warna merah, menurut kebudayaan China usaha makanan memiliki unsur api, oleh karena itu logo dari kantin KawKaw 99 didominasi oleh warna merah. Selain itu, warna merah juga menunjukkan kesan berenergi, memiliki hasrat yang tinggi, dan memiliki kekuatan yang besar. Diharapkan warna merah sesuai untuk mendeskripsikan keunggulan dari Kantin KawKaw 99. Di bawah ini adalah logo dari kantin KawKaw99 :



Gambar 1 Logo kantin *KawKaw 99*

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2015)

Bentuk kepemilikan dari kantin *KawKaw99* adalah kepemilikan Pribadi yaitu kepemilikan oleh Jimmi Devrianto Halim. Kepemilikan pribadi ini didasari karena usaha kantin ini masih terbelang usaha kecil dan menengah, hal tersebut ditinjau dari modal yang diperlukan tidak terlalu besar dan tenaga kerja yang digunakan masih sedikit. Bentuk kepemilikan bisa saja berganti apabila usaha ini berkembang nantinya dan dapat disesuaikan dengan kebutuhannya. Namun untuk saat ini kepemilikan pribadi masih sangat memungkinkan untuk kantin ini. Perizinan baru dukungan dari orang tua dan keluarga, ditambah dengan izin sederhana dari RT/RW setempat. Selanjutnya dengan acuan surat izin dari RT/RW setempat Kantin KawKaw 99 mengajukan pembuatan SITU (Surat Izin Tempat Usaha) yang dikeluarkan oleh Pemerintah Daerah Tingkat II dengan biaya Rp 100.000,- untuk usaha dengan investasi total Rp 50.000.000,- sampai Rp 100.000.000,- (PERDA Nomor 17/PD/1976, Nomor 35/PD/1977 dan Nomor 09 tahun 1986.). Lalu dengan menggunakan SITU (Surat Izin Tempat Usaha) Kantin KawKaw 99 membuat SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) yang diberikan oleh menteri atau pejabat yang ditunjuk kepada pengusaha untuk melaksanakan kegiatan usaha di bidang perdagangan dan jasa. Biaya pembuatan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) adalah sebesar Rp 100.000,- (PERDA Nomor 17/PD/1976, Nomor 35/PD/1977 dan Nomor 09 tahun 1986.). Setelah pembuatan SITU (Surat Izin Tempat Usaha) dan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), Kantin KawKaw akan

membuat NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) untuk mempermudah perhitungan pembayaran wajib pajak.

Lokasi berada di Jalan Surya Sumantri No. 82 Bandung. Lokasi tersebut dipilih karena Kantin KawKaw 99 berorientasi kepada konsumen khususnya masyarakat di sekitar Jalan Surya Sumantri Bandung. Namun selain mendekati konsumen Kantin KawKaw 99 juga mempertimbangkan akan kemudahan distribusi dari penyuplai yaitu dekat dengan Pasar Sukajadi dan juga Pasar Andir.

Visi dan Misi dari Kantin KawKaw99 dibuat guna menjaga konsistensi usaha ini untuk bergerak dibidang maknaan, dan bisa melayani orang dengan baik dan dapat mencapai tujuan di jangka pendek dan panjang dari kantin ini.

Visi :

Menjadi pelopor makanan kuliner Palembang yang higienis dan sehat serta diminati di Bandung tahun 2020.

Misi :

1. Menyediakan makanan khas Palembang yang sehat dan higienis dengan cara mengolah makanan yang sehat dari bahan-bahan baku pilihan yang masih segar tanpa menggunakan bahan pengawet.
2. Meningkatkan asupan gizi masyarakat Indonesia khususnya di Kota Bandung dengan cara menyediakan makanan utama yang berbahan baku dasar daging sapi dan ikan tenggiri yang memiliki kandungan gizi yang tinggi untuk dikonsumsi.
3. Membangun citra baik makanan khas Palembang di Indonesia dengan cara menjaga citarasa yang baik serta menjaga kualitas dan konsistensi dari makanan yang diproduksi agar tetap bersih dan sehat.