

BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF

I.1. Deskripsi Konsep Bisnis

Indonesia adalah salah satu negara dengan wilayah yang cukup besar dan jumlah penduduk yang banyak. Pertumbuhan dan kepadatan penduduk paling besar yang terjadi ada di Pulau Jawa terutama di kota besar dan semakin tahun terus meningkat pesat. Hal ini membawa dampak positif dalam industri makanan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Banyaknya masyarakat yang merantau dari kota-kota kecil atau bahkan dari luar pulau untuk datang ke kota-kota besar di Pulau Jawa untuk bekerja membuat tingkat kebutuhan akan makanan dan minuman meningkat. (<http://www.bisniskecil.org>, 17 September 2015). Oleh karena itu, bisnis kuliner masih sangat terbuka luas di Indonesia khususnya di kota Bandung. (<http://bisnisukm.com>, 17 September 2015)

Perkembangan bisnis kuliner di Bandung terbilang cukup pesat. Terlihat dari banyaknya kedai-kedai atau rumah makan yang menghiasi kota Bandung dan hal ini membuat masyarakat baik dari dalam kota maupun luar kota selalu berdatangan dan memenuhi seluruh tempat kuliner yang ada di Bandung. Ada hampir sekitar 6 juta orang mendatangi kota Bandung setiap tahunnya. (<http://swa.co.id>, 17 September 2015)

Banyaknya bisnis kuliner yang berkembang di kota Bandung ini membuat para pebisnis semakin berinovasi dengan bisnis yang ditekuni. Bisnis kuliner yang cukup ramai saat ini adalah *food truck*. *Food truck* pertama diperkenalkan di Amerika, dikarenakan negara ini yang begitu luas dan banyak masyarakatnya

yang sering berpergian dengan waktu yang cukup lama dari satu kota ke kota yang lain. Seperti namanya "*food truck*" yaitu makanan yang dibawa dengan menggunakan kendaraan besar semacam truk atau yang dapat berpindah-pindah, sehingga banyak yang membawa kendaraan tambahan seperti "*towing car*" atau semacam van. Selain mengisi dengan barang bawaannya, kendaraan ini juga terkadang membawa suatu modal. Modal ini seperti barang yang akan mereka jual di kota berikutnya untuk mendapatkan jajan. Pergerakan jaman yang semakin pesat juga membawa masyarakatnya untuk lebih berinovasi dengan lingkungan sekitar, yang membuat kendaraan mereka di desain semenarik mungkin untuk menarik pelanggan. Di Amerika, bisnis semacam ini banyak dikenal dari penjual es krim dan *fast food* seperti *burger*, *hotdog*, dll. Banyak dari penjual es krim yang menggunakan kendaraan seperti van ini untuk berjualan keliling sekitar blok perumahan atau ke tempat lain untuk bisa menggapai konsumen seperti anak-anak kecil. Umumnya mereka mendesain kendaraannya semenarik mungkin dengan menambahkan manikin di atas kendaraannya dan lagu khas dari para penjual es krim untuk semakin memikat konsumen. Atau berjualan berbagai macam makanan ringan seperti *hamburger* dan *hotdog* yang sangat digemari masyarakat Amerika. Karena mudah membuatnya dan tidak membutuhkan proses memasak yang begitu rumit. Kebiasaan ini semakin banyak diikuti oleh negara lainnya seperti Mexico dan sampai mendunia untuk saat ini. Selain tidak memakan modal yang terlalu besar, berjualan seperti ini juga lebih mudah untuk menjangkau konsumennya karena dapat berpindah lokasi dengan mudah. Ketika ada *festival culinary* pun jenis *food truck* ini dapat menjadi bagian penting yang dapat menarik minat pengunjung. Jenis usaha yang dijalankan berhubungan dengan semua yang

di panggang atau lebih dikenal dengan BBQ. Pemilihan jenis masak dengan cara panggang ini dikarenakan banyak masyarakat yang semakin menyadari bahwa semakin kesini banyak makanan yang semakin tidak higienis atau banyak menggunakan berbagai macam bahan kimia dan dapat mengganggu kesehatan tubuh. Jenis makanan yang diproduksi dengan cara dipanggang akan jauh lebih aman daripada di goreng yang mengandung minyak ataupun dibakar. Selain itu pemilihan BBQ pada *food truck* ini karena bertambahnya kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi. Dan tidak dipungkiri juga bahwa tingkat konsumsi daging khususnya masyarakat menengah ke bawah masih kurang dengan didasari faktor ekonomi untuk pemenuhan kebutuhan karena harga daging yang terbilang cukup mahal bagi masyarakat menengah ke bawah. Oleh karena itu harga yang ditawarkan pun disesuaikan dengan tetap menjaga kualitas. Pemilihan daging babi sebagai ikon utama dari usaha ini dikarenakan disesuaikan dengan lokasi yang berada di Cibadak yang kebanyakan orang datang ke sana lebih untuk makan berbagai jenis makanan yang mengandung babi.

Media yang digunakan untuk mempromosikan dengan instagram, facebook, path, broadcast message, twitter dan berbagai macam jenis media sosial lainnya yang dapat mendukung. Selain menghemat biaya yang dapat di bilang gratis promosi dengan menggunakan media sosial juga dapat menyebar dengan cepat ke berbagai konsumen. Serta dengan pembagian brosur di sekitaran mall, tempat gym, kampus yang berisi voucher agar brosur juga tidak terbuang dengan percuma.

I.2 Deskripsi Usaha

Nama yang akan digunakan adalah *Pan Truck*. Nama Pan di ambil sendiri dari panggang karena seluruh proses produksi dilakukan dengan memanggang sedangkan Truck diambil dari jenis usaha yang dijalankan karena menggunakan kendaraan truk yang sudah di modifikasi sedemikian rupa. Pan Truck ini bersifat *open kitchen* sehingga pelanggan dapat langsung melihat proses produksinya.

Bentuk kepemilikan dari usaha *Pan Truck* adalah perusahaan perseorangan.

Perizinan:

1. Pendaftaran merek dagang
2. Surat izin usaha perdagangan
3. Tanda daftar perusahaan perseorangan

Visi: Menjadi BBQ yang selalu menjaga kualitasnya dari produk lokal dan dicari selalu konsumen khususnya kota Bandung pada Tahun 2016

Misi:

- Memperkenalkan varian baru tentang BBQ kepada masyarakat luas
- Memberikan kualitas rasa yang enak bagi konsumen
- Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen

Lokasi dari usaha ini berada di salah satu pusat kuliner terbesar di Bandung yaitu Cibadak Food Market yang terletak di jalan Cibadak. Lokasi ini dianggap paling cocok karena sesuai dengan produk yang akan di jual yang mengandung babi dan target pasar yang berstatus ekonominya menengah ke atas dan cocok dengan jenis produk yang akan di jual. Sudah sejak lama Cibadak ini terkenal dengan pusat kulinernya yang bermacam-, macam. Ini adalah salah satu

Chinatown di kota Bandung. Selain warga Bandung sendiri banyak warga dari kota lain selalu mengunjungi tempat ini setiap harinya yang tidak pernah sepi oleh pengunjung. Varian pengunjung yang datang pun beragam, mulai dari kalangan menengah hingga menengah ke atas. Tidak jarang banyak mobil-mobil mewah pun parkir dipinggir jalan dan menikmati segala kuliner yang ada di Cibadak ini. Walaupun jam buka dari *Cibadak Food Market* ini mulai dari sekitar pukul 19.00 tapi produk-produk yang dijual selalu habis tidak sampai tengah malam. Dengan konsep makan yang terbuka juga membuat para pengunjung terbawa suasana yang santai dan bisa saling berkomunikasi baik dengan penjual ataupun dengan pengunjung lainnya.

