

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Republik Indonesia (RI) atau Indonesia, merupakan suatu negara di kawasan Asia Tenggara yang dilintasi garis khatulistiwa yang diapit dua benua (Asia dan Australia) dan dua samudra (Pasifik dan Hindia). Karena letaknya yang berada di antara dua benua dan dua samudra maka Indonesia disebut juga sebagai kepulauan antara (Nusantara). Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia yang terdiri dari 17.508 pulau. Geografi Indonesia (Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia, 2010).

Indonesia adalah negara berpenduduk terpadat nomor empat di dunia dengan 250 juta penduduk pada tahun 2010. Indonesia memiliki komposisi etnis yang sangat variatif karena Indonesia memiliki ratusan ragam suku dan budaya. Mayoritas penduduk Indonesia didominasi oleh dua suku yaitu Suku Jawa 41 persen dari total populasi dan Suku Sunda 15 persen dari total populasi. Kedua suku ini berasal dari pulau Jawa, yang memiliki jumlah penduduk enam puluh persen (60%) dari total populasi Indonesia. Provinsi paling padat di Pulau Jawa adalah Jawa Barat (lebih dari 43 juta penduduk), provinsi yang memiliki jumlah penduduk paling sedikit adalah provinsi Papua Barat yang berada di wilayah Indonesia Timur dengan populasi hanya sekitar 761.000 jiwa. (Penduduk Indonesia, 2011)

Indonesia selain suatu negara yang kaya akan budaya, juga memiliki banyak suku. Setiap suku memiliki budayanya sendiri. Budaya tersebut dapat berupa kesenian, adat istiadat, bahasa dan masakan atau kuliner.

Masakan Indonesia merupakan salah satu tradisi kuliner yang paling kaya di dunia dan penuh dengan cita rasa yang kuat. Kekayaan jenis masakannya merupakan mencerminkan dari keberagaman budaya dan tradisi yang ada di Indonesia yang terdiri dari sekitar 6.000 pulau berpenghuni dan menempati peran penting dalam budaya nasional Indonesia secara umum. (Kuliner Nusantara, 2015)

Setiap kota atau provinsi di Indonesia kaya akan keberagaman masakan, sebagai contoh adalah Kota Semarang.

Kota Semarang adalah ibukota Provinsi Jawa Tengah, Kota Semarang merupakan kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia setelah Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Medan. Kota Semarang memiliki jumlah penduduk sekitar 2 juta jiwa. (Sekilas Tentang Semarang, 2015)

Kota Semarang terkenal dengan wisata kulinernya, Kota Semarang memiliki makanan khas antara lain lumpia, roti ganjel, tahu baso, mochi, wingko babat dan bandeng presto.

Bandeng presto dibuat dengan bahan dasar ikan bandeng (*Chanos chanos*) yang di beri bumbu dasar bawang putih, kunyit dan garam. Ikan bandeng ini kemudian dimasak dengan dibungkus oleh daun pisang dengan cara presto. Ikan bandeng terkenal dengan durinya yang banyak, oleh sebab itu jika dimasak dengan cara presto maka duri-duri ini menjadi sangat lunak dan mudah dimakan. (Bandeng Presto Khas Semarang, 2015). Presto adalah cara memasak dengan uap

air yang bertekanan tinggi. Makanan yang akan dipresto diletakkan dalam panci yang dapat dikunci dengan rapat yang biasa kita sebut panci presto. Air yang berada di dalam panci ini kemudian dipanaskan hingga mendidih. Uap air yang timbul akan memasak makanan yang berada di dalam panci ini.

Cukup banyak persaingan di Industri ini khususnya yang berasal dari Kota Semarang, para pesaing tersebut diantaranya adalah Bandeng Presto Juwana, Dang Deng Dung, Rindang, Bonafide, dll.

Seiring dengan berkembangnya teknologi khususnya transportasi dan informasi, bandeng presto pun kini dapat ditemui di berbagai kota di Indonesia, salah satunya adalah Kota Bandung. Peluang usaha di industri ini masih sangat besar dapat dilihat dari beberapa survei bahwa setiap tahun kebutuhan masyarakat Indonesia akan ikan semakin meningkat. Konsumsi ikan nasional pada tahun 2013 lalu mampu mencapai 35,62 kg per kapita dan tahun ini ditargetkan meningkat menjadi 38 kg per kapita. (Buwono, 2014) . Selain itu sebagian besar masyarakat di Indonesia adalah masyarakat kelas menengah. Pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono telah mencatat peningkatan jumlah masyarakat kelas menengah dari 37 persen pada 2004 menjadi 56,7 persen dari total penduduk di Indonesia pada tahun 2013. Sebagaimana dikutip dari buku "Satu Dasawarsa Membangun Untuk Kesejahteraan Rakyat" di Jakarta, Rabu, dengan indikasi itu, dalam satu dasawarsa pemerintah dinilai telah mengangkat lebih dari 25 persen penduduk Indonesia menjadi kelompok kelas menengah. (Rachman, 2014)

Untuk strategi pemasaran penulis akan melakukan pemasaran dengan cara *Word of Mouth* (WOM) khususnya media sosial. Pangsa pasar bisnis ini sangat besar dan sangat potensial.

1.2 Deskripsi Bisnis

Nama perusahaan ini adalah Bandeng Presto Jawara. Nama Jawara diambil dari Bahasa Sunda yang berarti juara. Alasan pemilihan nama Jawara adalah agar lebih mudah diingat oleh masyarakat Jawa Barat dan lebih dekat dengan masyarakat Jawa Barat. Selain itu juga perusahaan memiliki cita - cita dan harapan agar Bandeng Presto Jawara ini dapat menjadi juaranya bandeng presto di Jawa Barat.



Gambar 1 Logo Perusahaan

Warna biru pada nomor 1, lingkaran dan tulisan Jawara menunjukkan kepercayaan dan keyakinan. Kami percaya dan yakin bahwa produk Bandeng Presto Jawara dapat menjadi jawaranya bandeng presto di Bandung.

Warna merah pada mendali berarti semangat dan keberanian. Secara psikologis warna merah dapat menimbulkan pikiran untuk mencobanya karena warna merah menimbulkan keinginan yang sangat besar.

Warna putih berarti bersih, kami ingin menimbulkan kesan bersih pada produk Bandeng Presto Jawara karena produk kami terjaga kebersihannya.

Gambar ikan pada angka 1 menunjukkan bahwa produk yang kami jual yaitu Bandeng Presto Jawara.

Angka 1 pada logo Bandeng Presto Jawara memiliki arti harapan kami untuk menjadi bandeng presto nomor 1 di Bandung.

Gambar lingkaran pada logo Bandeng Presto Jawara memiliki arti lunak, kami ingin menunjukkan bahwa tekstur Bandeng Presto Jawara lembut dan lunak.

Gambar mendali merah berarti harapan kami untuk menjadi jawaranya bandeng presto di Bandung.



Gambar 2 Contoh Instagram Bandeng Presto Jawara

Untuk memasarkan produk ini, langkah yang akan dilaksanakan perusahaan adalah membuat akun instagram agar konsumen dapat membeli secara online (Gambar 1), memberikan masukan dan dapat bertanya dimana saja mereka dapat membeli produk Bandeng Presto Jawara ini.

Keunggulan dari Bandeng Presto Jawara adalah tidak berbau amis dan memiliki rasa yang telah disesuaikan dengan selera penduduk Jawa Barat. Perusahaan juga menyediakan beberapa varian bandeng presto dari bandeng presto *reguler* dan bandeng presto pedas.

Target pasar perusahaan adalah kalangan masyarakat menengah, penggemar ikan, wisatawan dan ibu rumah tangga. Bentuk kepemilikan bisnis ini adalah *commanditaire vennootschap* (CV). CV adalah suatu bentuk badan usaha bisnis yang didirikan dan dimiliki oleh dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan bersama dengan tingkat keterlibatan berbeda - beda di antara anggotanya. Satu pihak mengelola perusahaan secara aktif dan pihak lainnya hanya menyertakan modal saja tanpa harus melibatkan harta pribadi ketika krisis keuangan. Pengelola yang aktif disebut dengan sekutu aktif, dan yang hanya menyertakan modal disebut sekutu pasif. (CV Persekutuan Komanditer, 2015)

Visi Perusahaan adalah :

- Menjadi juaranya bandeng presto di Jawa Barat.

Misi Perusahaan adalah :

- Membuat bandeng presto yang berkualitas yang dibuat dengan hati.
- Membuat bandeng presto yang menyehatkan konsumen.

Lokasi perusahaan berada di Kota Cimahi. Alasan pemilihan lokasi karena harga sewa tempat yang lebih murah daripada Kota Bandung, yang dapat mengurangi biaya investasi.

