

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

I.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Industri yang akan dijalankan dalam bisnis ini merupakan industri kuliner, karena setiap manusia pasti membutuhkan makanan maupun minuman untuk hidup, selain untuk hidup manusia juga membutuhkan makanan untuk memanjakan lidah mereka. Salah satu jajanan yang banyak digemari masyarakat untuk memanjakan lidah dan untuk mengganjal perut yang lapar yaitu cakwe yang biasa disajikan dengan saus nanas atau dijadikan sebagai pendamping untuk bubur ayam. Di Bandung cakwe biasanya dijual bersamaan dengan odading. Hanya bedanya cakwe gurih sedangkan odading manis (<http://cafe-cakwe.blogspot.co.id>, 30 Maret 2016).

Di China, cakwe ini populer sebagai makanan pendamping susu kedelai untuk sarapan pagi, sama seperti di Solo. Sedangkan di Pontianak dan Ketapang, Kalimantan Barat, cakwe biasanya dibuat dengan rasa manis dan kenyal, disajikan bersama makanan Tiongkok lainnya yaitu Lek Taw Zuan yang merupakan kacang hijau yang dibuang kulitnya dan dikukus dengan daun pandan. Setelah itu diberi gula kental dan disajikan bersama cakwe yang diiris kecil-kecil (<http://japarrshopkediri.blogspot.co.id>, 30 Maret 2016).

Cakwe biasanya dijual bersamaan dengan odading, dimana istilah odading banyak digunakan di Daerah Jawa Timur, khususnya di Surabaya. Mengenai penamaan odading ini, Remy Sylado (salah satu sastrawan Indonesia) mengisahkan sebuah etimologi yang menarik. Kisahnya bermula dari seorang

anak dari Belanda yang menginginkan makanan yang dijajakkan oleh seorang pria. Ia menunjuk-nunjuk makanan tersebut dengan maksud agar ibunya membelikan satu kue tersebut untuknya.

Ibu anak tersebut kemudian memanggil pria yang menjajakkan makanan tersebut, lalu membuka penutupnya. Setelah tahu makanan apa dibalik penutup itu, ia pun berujar, "oh, dat ding." Maksudnya mengungkapkan, "oalah itu toh." Kemudian dari sana nama roti goreng menjadi odading (<http://indonesiaresep masakan.blogspot.co.id>, 30 Maret 2016).

Seiring perkembangan jaman, persaingan dalam industri kuliner semakin ketat, banyaknya usaha kuliner yang semakin menjamur dan tumbuh subur dimana-mana, mulai dari usaha kecil-kecilan seperti kaki lima, hingga usaha cukup besar seperti *cafe*, restoran, dan sebagainya. Akibat dari persaingan itulah menuntut para pelaku usaha kuliner harus semakin kreatif dan inovatif. Kreatif berarti menghasilkan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya, sedangkan inovatif berarti memperbaiki, memodifikasi, mengembangkan sesuatu yang sudah ada menjadi lebih baik sehingga mampu bersaing di pasaran (www.vedcmalang.com, 30 Maret 2016).

Dari pernyataan diatas timbul keinginan penulis untuk memodifikasi, serta mengembangkan cakwe dan odading dimana sebelumnya cakwe disajikan dengan saus nanas atau pendamping dari bubur ayam, kini cakwe disajikan dengan saus *carbonara* dan juga saus *mushroom*, sedangkan odading yang sebelumnya disajikan tanpa *topping*, kini disajikan dengan vla coklat ataupun dengan es krim, dimana menu seperti ini belum ada yang menjualnya di Bandung.

Penulis memilih menjual cakwe dan odading dengan saus yang berbeda yang belum ditemui di gerai cakwe dan odading lainnya sehingga masyarakat tidak bosan dan tertarik untuk mencoba. Cakwe maupun odading dihidangkan dalam wadah bekal plastik tahan panas, dan masing-masing dipotong dengan ukuran kecil, dilumuri dengan saus sesuai dengan pesanan, dan diberi tusukan untuk memudahkan konsumen ketika menyantapnya sehingga tidak mengotori tangan dan mudah untuk dibawa dan disantap dimanapun, kemudian cakwe dan odading selalu disajikan dalam keadaan hangat untuk menjaga kelezatan makanan.

Keberhasilan bisnis ini dapat dilihat dari beberapa faktor. Faktor yang pertama adalah kualitas dan rasa dari produk serta aman untuk dikonsumsi. *The Cakway* selalu mempertahankan kualitas produk dengan cara memperhatikan setiap bahan baku yang akan digunakan agar selalu dalam keadaan *fresh* dan membeli bahan-bahan lainnya dengan merek yang telah diakui kualitasnya di masyarakat sehingga menghasilkan rasa yang enak serta aman dikonsumsi.

Faktor kedua, lokasi yang dipilih mudah dijangkau konsumen. Lokasi yang dipilih adalah Jalan Cihampelas No.186 Bandung, kemudian untuk rencana selanjutnya penulis hendak memasukkan produk ke beberapa tempat lainnya yaitu kantin sekolah swasta di Bandung seperti BPK Penabur, Bina Bakti, Trimulia, dan juga toko kue Prima Rasa sehingga kedepannya dengan tersedianya produk di beberapa tempat ini dapat memudahkan konsumen untuk membeli.

Faktor ketiga, promosi yang efektif seperti melalui media sosial dan melalui *word of mouth* yang terbukti efektif karena konsumen lebih percaya akan

kualitas yang sudah dirasakan dan diakui oleh konsumen lain. Promosi yang dilakukan untuk mengenalkan produk kepada konsumen dengan cara memposting foto-foto produk ke media sosial seperti *Instagram, Path, Twitter, Facebook, Line, BBM*, dan media sosial lainnya dengan komentar-komentar yang menarik sehingga membuat konsumen penasaran untuk mencobanya. Kemudian memposting *events* menarik seperti diskon khusus hari rabu, layanan *delivery order*, menu baru berupa *topping* cakwe dan odading yang lebih bervariasi, *point reward* bagi pelanggan. Memasang spanduk diberbagai tempat yang banyak dilewati orang seperti di pintu keluar tol Bandung. Membagikan brosur di *mall-mall* Bandung seperti *Festival City Link, Istana Plaza, Cihampelas Walk, Trans Studio Mall, Paris Van Java*.

Faktor keempat, *brand image* yang cukup kuat melalui logo perusahaan yang digunakan untuk memperkuat citra perusahaan yang akan dibangun dan membuat konsumen lebih mudah mengingat produk tersebut. Dalam hal ini penulis memilih nama *The Cakway* untuk usaha cakwe dan odading karena mudah diingat konsumen.

Faktor kelima, *Standard Operating Procedure* (SOP) faktor ini mencakup pelayanan, menu, dan penyajian yang sebaiknya dilakukan sesuai dengan standar yang berlaku. Pemilik akan selalu mengarahkan para karyawannya untuk memberikan pelayanan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, selalu ramah kepada pelanggan, selalu cepat dan hati-hati dalam bekerja, selalu menjaga kebersihan diri, kebersihan gerai, kebersihan bahan baku dan produk jadi.

Strategi pemasaran yang digunakan yaitu melalui media sosial, *Worth of Mouth* (WOM), brosur, membuat *events* seperti memberikan diskon khusus hari

rabu dan *point reward* bagi para pelanggan, menciptakan *topping* baru yang digemari dan diharapkan para konsumen seperti cakwe hotdog, cakwe sambal hijau, cakwe bumbu rendang, cakwe rica-rica, odading isi nutella, odading isi keju, odading *green tea*, odading rasa kopi, odading isi es krim durian, dan varian lainnya yang sedang tren di masyarakat, layanan *delivery order* yang siap mengantarkan produk makanan ke tempat konsumen, menomorsatukan rasa makanan dengan cara selalu menggunakan bahan berkualitas dalam membuat makanan dan dengan resep yang disesuaikan dengan lidah orang Indonesia sehingga bisa diterima semua kalangan baik untuk konsumen anak-anak, remaja, maupun dewasa.

Total pembiayaan atau modal yang dibutuhkan adalah Rp 58.487.200,00 terdiri dari aktiva lancar dan modal tetap. Sumber dana di dapat dari pemilik yang menyetorkan modal sebesar total pembiayaan awal berdirinya usaha ini.

Faktor kelayakan usaha adalah jika NPV yang dimiliki > 0 dan *profitability index* > 1 . Dalam usaha ini NPV > 0 (Rp 110.128.384,00), *profitability index* > 1 (2,9). *Payback period* dari usaha ini adalah selama 9 bulan 27 hari.

Berdasarkan perhitungan kelayakan usaha, usaha *The Cakway* ini layak untuk dijalankan karena telah memenuhi faktor kelayakan dalam membuka usaha.

Penulis berharap bahwa setiap konsumen dapat merasakan kenikmatan produk, dan selalu mengingat bahwa *The Cakway* adalah gerai cakwe dan odading dengan saus yang berbeda dan pertama di kota Bandung.

I.2 Deskripsi Bisnis

Dalam rencana bisnis ini penulis mempunyai ide untuk membuka gerai cakwe dan odading yang disajikan dengan saus berbeda pada umumnya, yang diberi nama “*The Cakway*” yang berlokasi di Jalan Cihampelas Nomor 186 Bandung, karena merupakan lokasi strategis untuk membuka usaha kuliner karena di sekitar jalan ini belum ada gerai cakwe dan odading, selain itu di jalan ini juga terdapat banyak wisatawan dari luar kota datang dan berbelanja disepanjang jalan ini, maka dari itu tidak asing lagi jika daerah ini selalu ramai dipenuhi oleh wisatawan dalam maupun luar kota. Selain itu di Jalan Cihampelas juga terdapat banyak sekali *factory outlet*, *mall Cihampelas Walk*, beberapa hotel seperti *Sensa Hotel*, *Serela Hotel*, *Fave Hotel Premier Cihampelas*, *Amaris Hotel Cihampelas*, *Cihampelas Hotel 2*, dan juga terdapat rumah sakit *Advent*, kampus STBA, dan masih banyak lagi tempat-tempat menarik yang berada di sepanjang Jalan Cihampelas ini yang semakin mendukung jika membuka usaha kuliner di tempat ini.

Dalam membuka usaha penulis memilih waktu pukul 07.00 pagi dan produksi dimulai dari pukul 08.00 pagi. Untuk kepemilikan usaha ini dipegang oleh saya sendiri yaitu Juannita. Jadi di dalam gerai ini konsumen dapat menikmati cakwe dan odading secara terpisah dengan saus yang berbeda pada umumnya yang belum ada di Bandung seperti saus *carbonara* dan juga saus *mushroom* untuk menu cakwe, dan vla coklat maupun es krim untuk menu odading.

- Nama bisnis: *The Cakway*

The Cakway adalah nama gabungan yang terdiri dari “cak” yang diambil dari kata cakwe dan “way” yang diambil dari Bahasa Inggris artinya jalan. Dimana nama ini bila dibaca terdengar seperti cakwe sehingga mudah diingat konsumen. Penulis memilih nama *The Cakway* yang bila diartikan menjadi jalan cakwe atau bisa diartikan sebagai makanan cakwe yang bisa dimakan sambil berjalan-jalan. Kemudian penulis juga berharap untuk kedepannya usaha *The Cakway* ini bisa terus berjalan dan membuka cabang dimana-mana. *The Cakway* memiliki slogan yaitu “*Taste The New Style Of The Sauce*” yang berarti rasakan rasa dari gaya saus baru, yang memiliki pengertian bahwa produk yang dijual merupakan produk yang berbeda dengan produk lainnya, memiliki gaya saus yang baru seperti cakwe yang disajikan dengan saus *carbonara* dan saus *mushroom*, serta odading dengan vla coklat dan es krim.

- Logo:



Gambar 1.1 Logo Usaha
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2016)

Keterangan:

- Warna coklat tua pada tulisan *The Cakway* menunjukkan warna cakwe dan odading pada umumnya. Warna coklat juga memberikan kesan hangat, nyaman dan aman. Dan tidak lupa, warna coklat juga bisa memberikan nuansa dapat diandalkan dan kuat.
- Warna coklat muda di atas tulisan *Cakway* menunjukkan saus yang berbeda dari saus cakwe dan odading lainnya, pada umumnya saus cakwe bewarna oranye, sedangkan saus yang akan dijual bewarna coklat muda yaitu saus *carbonara*, saus *mushroom*, vla coklat, dan es krim.
- Bentuk huruf *The Cakway* dibuat seperti cakwe dan odading dan juga bergelombang untuk menunjukkan bahwa cakwe dan odading empuk ketika dimakan.
- Slogan “*Taste The New Style Of The Sauce*” dibuat untuk memperjelas atau mendukung nama dari *The Cakway* yaitu saus yang berbeda dari saus cakwe dan odading lainnya.

Bentuk kepemilikan dari usaha *The Cakway* yaitu perorangan karena usaha ini masih tergolong usaha kecil serta tidak memerlukan modal yang cukup besar dan karyawan yang tidak terlalu banyak. Satu orang pemilik dengan modal yang cukup dan beberapa karyawan bisa membuka usaha ini.

- Perizinan:
 - 1) Pendaftaran merek dagang
 - 2) Surat izin usaha kecil menengah
 - 3) Biaya sertifikasi halal
 - 4) Tanda daftar perusahaan perorangan
 - 5) BPOM

6) PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga)

• Visi

- ✓ Prioner cakwe dan odading dengan aneka saus yang berkualitas, praktis, dan harga terjangkau di Bandung pada tahun 2020.

• Misi

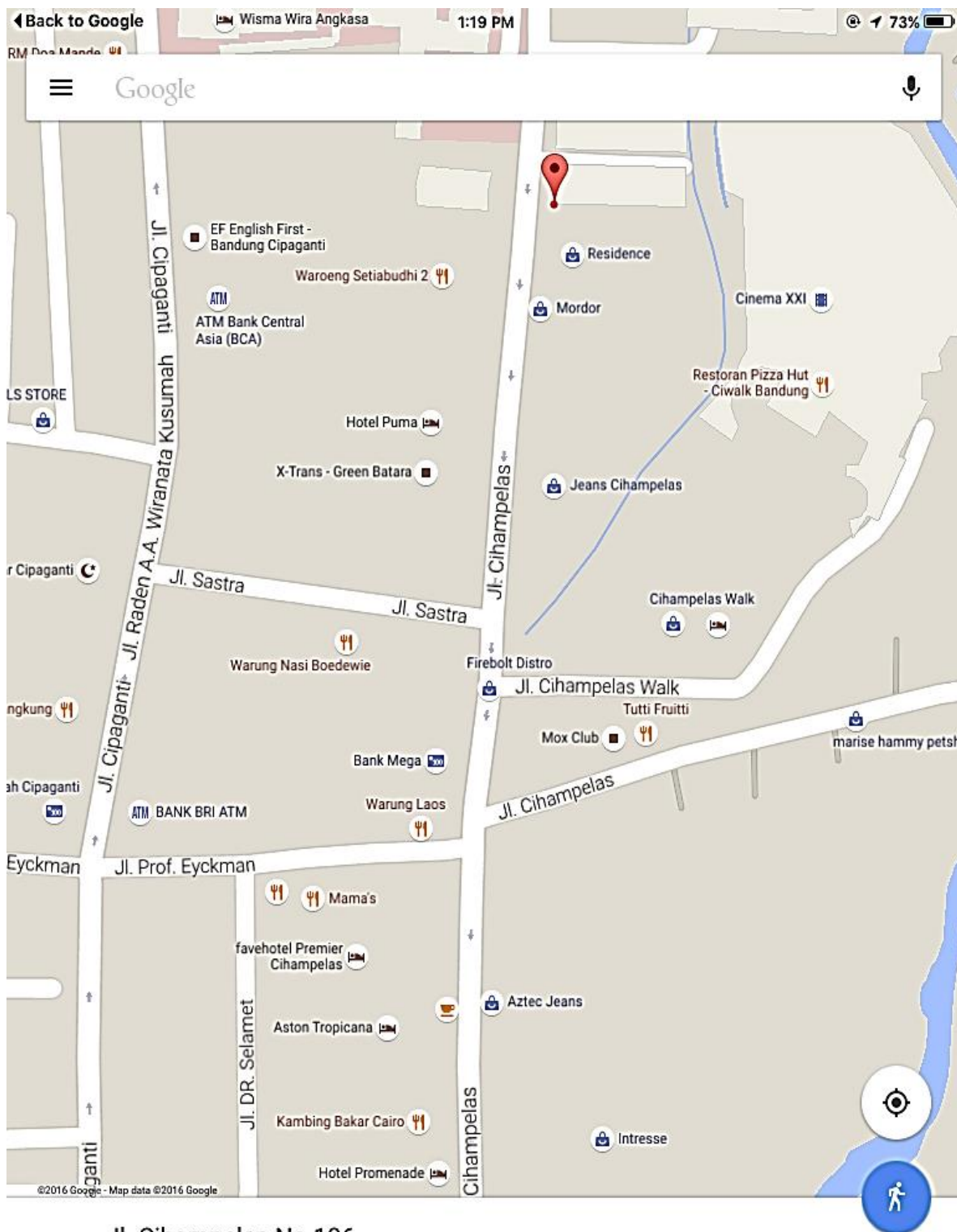
- ✓ Menyediakan menu cakwe dengan saus *carbonara* dan saus *mushroom* dan odading dengan vla coklat dan es krim, yang diolah dan disesuaikan dengan rasa lokal yang cukup populer di Indonesia, dan dibuat dengan bahan-bahan bermerek yang berkualitas serta aman dikonsumsi oleh berbagai kalangan baik anak-anak, remaja, dan dewasa.
 - ✓ Menciptakan tempat kongkow yang didominasi warna coklat yang memberikan kesan minimalis dan nyaman bagi konsumen.
 - ✓ Menciptakan *topping* cakwe dan odading yang lebih bervariasi seperti cakwe sambal hijau, cakwe bumbu rendang, cakwe rica-rica, cakwe hotdog, odading isi nutella, odading isi keju, odading *green tea*, odading rasa kopi, odading isi es krim durian yang dibuat sesuai dengan lidah orang Indonesia.
 - ✓ Membuat *box packaging* berupa kotak bekal yang praktis untuk dibawa konsumen.
 - ✓ Memberikan pelayanan yang cepat, ramah, jujur, dan bersih untuk memuaskan konsumen.
- Alamat Perusahaan : Jalan Cihampelas Nomor 186 Bandung.

Memilih lokasi di Jalan Cihampelas Nomor 186 Bandung, karena merupakan lokasi strategis untuk membuka usaha kuliner karena di sekitar jalan ini belum ada gerai cakwe dan odading, selain itu di jalan ini juga

terdapat banyak wisatawan dari luar kota datang dan berbelanja disepanjang jalan ini, maka dari itu tidak asing lagi jika daerah ini selalu ramai dipenuhi oleh wisatawan dalam maupun luar kota karena di Jalan Cihampelas terdapat banyak sekali *factory outlet*, *mall Cihampelas Walk*, beberapa hotel seperti *Sensa Hotel*, *Serela Hotel*, *Fave Hotel Premier Cihampelas*, *Amaris Hotel Cihampelas*, *Cihampelas Hotel 2*, dan juga terdapat rumah sakit *Advent*, kampus *STBA*, dan masih banyak lagi tempat-tempat menarik yang berada di sepanjang Jalan Cihampelas ini yang semakin mendukung jika membuka usaha kuliner dimana ini merupakan target pasar dari *The Cakway*.



Gambar 1.2 Lokasi *The Cakway*
Sumber: Google (2016)



Jl. Cihampelas No.186

Jl. Cihampelas No.186, Cipaganti, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat

1 hr 28 min

Gambar 1.3 Lokasi *The Cakway*
Sumber: Google (2016)