

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Industri yang akan dijalankan dalam bisnis ini adalah industri kuliner. Alasan pemilihan bisnis ini adalah karena makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi semua orang. Namun tentu saja membuka usaha tidak akan semudah dengan apa yang dibayangkan, apalagi hasil yang kita inginkan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari saja melainkan membangun usaha yang dapat diteruskan oleh anak cucu kita.

Sedikit sejarah mengenai martabak telur adalah pada awalnya jenis martabak telur dikenal terlebih dahulu di India, namun pada sekitar awal tahun 1930-an seorang pemuda India bernama Abdullah bin Hasan al-Malibary berhasil memodifikasi martabak telur dari resep aslinya agar sesuai dengan cita rasa masyarakat Indonesia. Tidak hanya dari India, tetapi martabak telur ini juga dipengaruhi dari Arab, maka dari itu dikenal juga dengan martabak Mesir.

(Sumber : <http://www.kaskus.co.id/asal-usul-martabak>; 23 Mei 2016)

Berdasarkan latar belakang diatas, maka bisnis yang akan dijalankan yaitu bisnis martabak asin atau yang biasa disebut dengan martabak telur. Konsep awal bisnis ini muncul dari hobi penulis akan makanan khas India yaitu martabak, terutama martabak telur. Dari sinilah muncul sebuah ide untuk membuka bisnis kuliner martabak telur yang bernama Martabak Kucing.

Martabak telur merupakan makanan yang diolah dengan cara digoreng. Dalam proses produksi Martabak Kucing, diperlukan beberapa tahap diantaranya adalah menyiapkan bahan baku, mencampur semua bahan baku, dan menggoreng

martabak. Dalam penyajiannya, Martabak Kucing memiliki ukuran yang kecil atau perorangan sehingga konsumen dapat memilih beragam rasa martabak. Untuk harga, Martabak Kucing beragam per buahnya, tergantung dari rasa martabak. Harga dari Martabak Kucing mulai dari Rp3.500 hingga Rp4.500 per buahnya. Kemasan yang digunakan untuk membungkus Martabak Kucing adalah kantong kertas. Adapun rasa dari Martabak Kucing terdiri dari :

1. Martabak telur keju
2. Martabak telur jamur
3. Martabak telur, keju, sosis
4. Martabak telur, keju, jamur
5. Martabak telur sosis

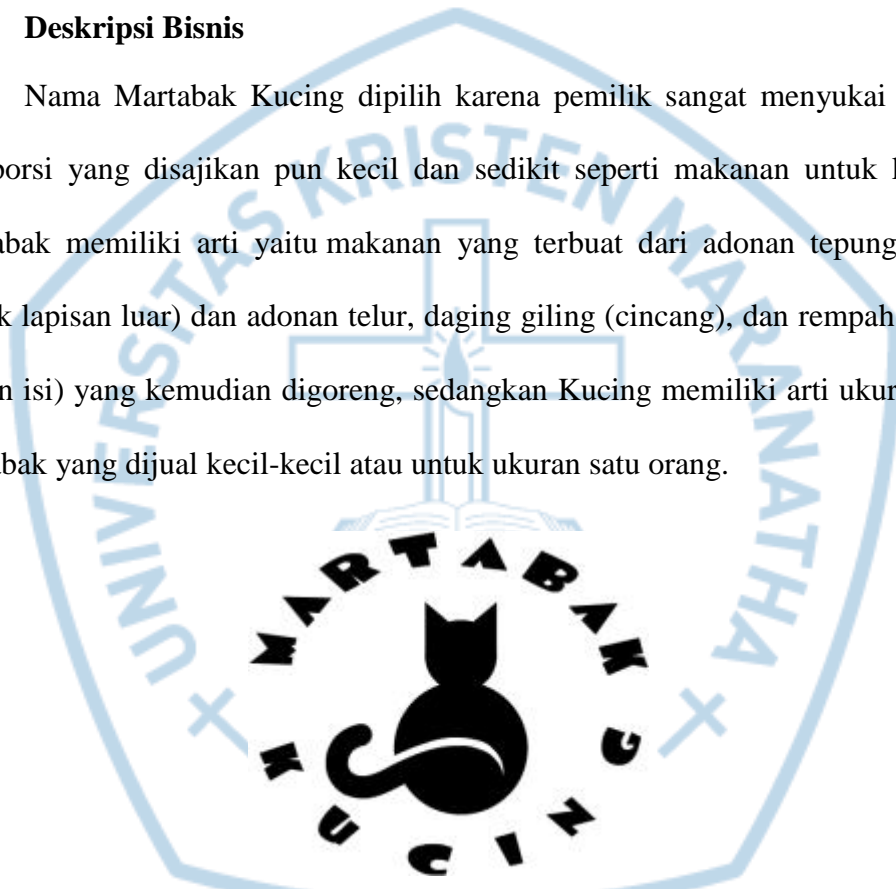
Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Martabak Kucing adalah menggunakan media sosial yaitu *Line*, *instagram*, dan *facebook*. Selain menggunakan media sosial, Martabak Kucing juga melakukan pemasaran secara *word of mouth* atau promosi dari mulut ke mulut. Cara ini dipilih karena lebih efektif dalam memasarkan produk dan meningkatkan penjualan serta tidak memerlukan biaya.

Martabak Kucing tergolong bisnis kecil menengah dan bersifat *home industry* sehingga peralatan yang digunakan pun mudah ditemui dan memudahkan dalam menjalankan bisnis ini. Modal yang dibutuhkan adalah sebesar Rp2.468.900,00 yang terdiri dari aktiva tetap dan aktiva lancar. Sumber dana yang didapat berasal dari dana orang tua sebesar Rp2.000.000,00 dan dana pribadi yang berasal dari tabungan pribadi sebesar Rp468.900,00.

Faktor kelayakkan usaha adalah jika NPV yang dimiliki >0 dan *profitability index* >1 . Dalam usaha ini NPV >0 (Rp27.672.771), *profitability index* >1 (12,21). *Payback period* dari usaha ini adalah selama 3 bulan. Berdasarkan perhitungan kelayakan usaha dengan begitu usaha Martabak Kucing ini layak untuk dijalankan karena telah memenuhi faktor kelayakan dalam membuka usaha.

1.2 Deskripsi Bisnis

Nama Martabak Kucing dipilih karena pemilik sangat menyukai kucing dan porsi yang disajikan pun kecil dan sedikit seperti makanan untuk kucing. Martabak memiliki arti yaitu makanan yang terbuat dari adonan tepung terigu (untuk lapisan luar) dan adonan telur, daging giling (cincang), dan rempah (untuk bagian isi) yang kemudian digoreng, sedangkan Kucing memiliki arti ukuran dari martabak yang dijual kecil-kecil atau untuk ukuran satu orang.



Gambar 1.1 Logo Martabak Kucing
Sumber : Data Pribadi (2016)

Bentuk kepemilikan dari Martabak Kucing ini adalah perorangan, karena usaha ini masih tergolong usaha kecil yang tidak membutuhkan modal besar dan karyawan yang tidak terlalu banyak. Saat ini Martabak Kucing belum memiliki

izin usaha karena usaha ini masih dalam tahap uji coba, *tapi untuk kedepan akan mengajukan izin usaha ke RT/RW wilayah setempat.*

Martabak Kucing memiliki visi dan misi yang diharapkan dapat menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis ini dan dapat berkembang menjadi bisnis yang lebih baik lagi.

- Visi dari Martabak Kucing adalah :
 - Menyajikan martabak dengan cita rasa yang berbeda dan digemari warga Bandung.
- Misi dari Martabak Kucing adalah :
 - Mempertahankan kualitas rasa
 - Memberikan bahan baku yang terbaik
 - Mengutamakan kualitas dalam pelayanan dan makanan.
 - Mengembangkan inovasi-inovasi baik dalam produk maupun pelayanan.

Saat ini Martabak Kucing belum memiliki lokasi usaha dikarenakan penjualannya di lakukan secara *online* yaitu melalui sosial media seperti *instagram, facebook, dan line*, namun untuk kedepannya penjualan Martabak Kucing dilakukan menggunakan gerobak kayu yang berlokasi di Jalan Naripan No 34 kota Bandung. Lokasi tersebut dipilih karena tidak terdapat pesaing yang berjualan martabak, sehingga peluang dari Martabak Kucing cukup besar. Untuk proses produksi, Martabak Kucing dilakukan di rumah penulis yang beralamat di jalan Naripan No 34 Bandung, Jawa Barat.