

## BAB I

### RINGKASAN EKSEKUTIF

#### 1.1.Deskripsi Konsep Bisnis

Semua orang di dunia pastilah membutuhkan makanan untuk kelangsungan hidupnya. Tiap orang di belahan dunia mempunyai kebiasaan makan yang berbeda - beda tergantung *lifestyle* hidupnya. Berangkat dari pemikiran tersebut, kami tertarik untuk mengamati *lifestyle* khususnya kebiasaan makan masyarakat yang ada di Bandung yang mulai berubah. Kami melihat bahwa kebiasaan makan masyarakat telah bergeser mengikuti budaya Barat yang serba cepat karena keterbatasan waktu dan perubahan fungsi tempat makan menjadi tempat multi fungsi untuk *meeting* maupun *hang out*. Budaya *fastfood* yang notabene tidak sehat dan tempat nongkorong yang notabene makanannya kurang seimbang antara harga yang ditawarkan dengan porsi yang diberikan, membuat kami memutuskan untuk mencari solusi atas peluang ini.

Menurut Direktur Bina Kesehatan Jiwa Kementerian Kesehatan, Eka Viora, pada 2014 umur harapan hidup masyarakat Indonesia rata-rata akan mencapai 72 tahun. Sedangkan pada tahun 2004 umur harapan hidup hanya pada kisaran 66.2 tahun (sumber: [www.Tempo.co](http://www.Tempo.co)). Dari data tersebut kami menyimpulkan bahwa masyarakat Indonesia sekarang ini kualitas hidupnya sudah mulai membaik dan salah satu sumbernya adalah karena kesadaran terhadap *lifestyle* yang sehat.

Produk makanan utama kami adalah *burger* dengan berbagai varian yang sudah disajikan dengan kentang goreng. Namun, dalam perkembangannya, gaya hidup di kafe mulai mengalami perubahan. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan,

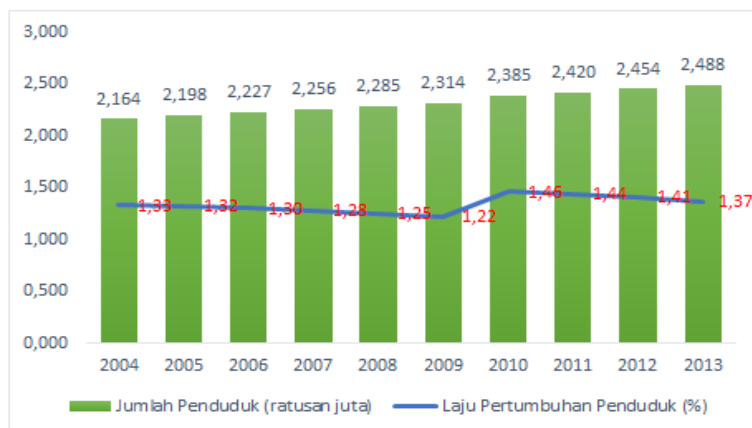
maka kini masyarakat mulai mencari kafe dengan makanan dan minuman yang lebih memperhatikan kesehatan. Masyarakat, kini mulai mengatur dan merubah pola makan yang seimbang. Contohnya adalah dengan mulai mengkonsumsi makanan yang banyak mengandung serat, mengurangi makanan yang banyak mengandung lemak jahat, karena jika tubuh kita kekurangan serat efeknya adalah akan menimbulkan kegemukan, susah buang air besar dan darah tinggi.

KODE WIL.	KABUPATEN/KOTA	JUMLAH KK.	JUMLAH PENDUDUK					
			LAKI-LAKI		PEREMPUAN			
			JUMLAH	%	JUMLAH	%	JUMLAH	%
32.01	Kabupaten Bogor	1.349.533	2.573.929	51,82	2.392.692	48,18	4.966.621	11,03
32.02	Kabupaten Sukabumi	765.876	1.332.387	51,73	1.243.203	48,27	2.575.590	5,72
32.03	Kabupaten Cianjur	730.104	1.356.993	51,56	1.274.903	48,44	2.631.896	5,84
32.04	Kabupaten Bandung	1.067.716	1.887.541	51,39	1.785.453	48,61	3.672.994	8,16
32.05	Kabupaten Garut	724.388	1.381.061	51,03	1.325.525	48,97	2.706.586	6,01
32.06	Kabupaten Tasikmalaya	522.227	883.440	50,82	854.919	49,18	1.738.359	3,86
32.07	Kabupaten Ciamis	554.929	881.211	50,16	875.425	49,84	1.756.636	3,90
32.08	Kabupaten Kuningan	364.556	650.981	51,29	618.154	48,71	1.269.135	2,82
32.09	Kabupaten Cirebon	684.433	1.234.718	51,69	1.153.844	48,31	2.388.562	5,30
32.10	Kabupaten Majalengka	393.030	632.952	50,90	610.487	49,10	1.243.439	2,76
32.11	Kabupaten Sumedang	366.947	601.037	50,76	583.150	49,24	1.184.187	2,63
32.12	Kabupaten Indramayu	602.558	996.448	49,78	1.005.072	50,22	2.001.520	4,44
32.13	Kabupaten Subang	496.003	814.535	50,31	804.553	49,69	1.619.088	3,59
32.14	Kabupaten Purwakarta	268.902	469.946	50,62	458.505	49,38	928.451	2,06
32.15	Kabupaten Karawang	680.615	1.110.874	50,72	1.079.484	49,28	2.190.358	4,86
32.16	Kabupaten Bekasi	592.888	1.124.246	50,82	1.088.009	49,18	2.212.255	4,91
32.17	Kabupaten Bandung Barat	549.289	965.002	52,05	889.157	47,95	1.854.159	4,12
32.71	Kota Bogor	289.936	448.610	51,55	421.587	48,45	870.197	1,93
32.72	Kota Sukabumi	90.796	168.045	50,80	162.753	49,20	330.798	0,73
32.73	Kota Bandung	728.098	1.296.250	51,10	1.240.399	48,90	2.536.649	5,63
32.74	Kota Cirebon	90.698	166.194	50,41	163.475	49,59	329.669	0,73
32.75	Kota Bekasi	582.483	1.072.584	51,10	1.026.221	48,90	2.098.805	4,66
32.76	Kota Depok	482.836	913.401	51,23	869.712	48,77	1.783.113	3,96
32.77	Kota Cimahi	170.000	306.697	50,55	300.002	49,45	606.699	1,35
32.78	Kota Tasikmalaya	245.177	418.249	51,73	390.257	48,27	808.506	1,80
32.79	Kota Banjar	58.064	96.862	50,21	96.041	49,79	192.903	0,43
<b>JUMLAH</b>		<b>13.452.082</b>	<b>23.784.193</b>	<b>51,15</b>	<b>22.712.982</b>	<b>48,85</b>	<b>46.497.175</b>	

Gambar1.1

Jumlah Penduduk

Sumber : Database SIAK Provinsi Jawa Barat Tahun 2011



Gambar 1.2

### Pertumbuhan Penduduk Indonesia

Selain itu, peneliti tertarik membuka kafe di Kota Bandung karena penulis melihat Kota Bandung merupakan salah satu kota besar yang ada di Indonesia yang juga merupakan ibukota dari provinsi Jawa Barat. Berdasarkan dari data di atas pada gambar 1.1 dan gambar 1.2 yang menunjukkan banyaknya jumlah penduduk di Kota Bandung serta jumlah penduduk yang semakin meningkat juga membuat pendapatan penduduk meningkat juga setiap tahunnya seperti data yang terdapat di bawah ini, maka semakin besar juga peluang membuka usaha apalagi membuka usaha dalam bidang kuliner.

**Banyaknya Wisatawan Mancanegara yg datang Ke Jawa Barat  
Melalui Pintu Husen Sastranegara Bandung dan Pelabuhan Muarajati Cirebon, Tahun 2008-2012**

Bulan	TAHUN					%
	2008*)	2009	2010	2011	2012	
Januari	5.459	5.201	6.678	9.669	9.737	-22,51
Februari	4.028	4.786	6.990	8.912	10.771	10,62
Maret	5.736	6.007	7.285	9.224	13.366	24,09
April	6.115	7.233	6.984	9.949	12.711	-4,90
Mei	6.216	8.440	8.358	9.592	12.829	0,93
Juni	5.836	9.902	7.868	11.262	15.533	21,08
Juli	6.331	9.088	8.531	12.020		
Agustus	7.079	7.260	7.408	6.673		
September	3.731	3.724	5.410	7.138		
Oktober	5.165	5.854	9.799	9.281		
November	6.303	6.518	6.598	11.265		
Desember	6.979	7.640	10.570	12.565		
<b>JUMLAH</b>	<b>68.978</b>	<b>81.651</b>	<b>92.479</b>	<b>117.550</b>	<b>74.947</b>	
<b>Jml Jan-Juni</b>	<b>33.390</b>	<b>41.567</b>	<b>44.163</b>	<b>58.608</b>	<b>74.947</b>	<b>27,88</b>
<b>Rata rata</b>	<b>5.748</b>	<b>6.804</b>	<b>7.707</b>	<b>9.796</b>	<b>12.491</b>	<b>27,52</b>

Catatan : \*) Data BPS Pusat

Gambar 1.3

### Masuknya Wisatawan ke Kota Bandung

Sebagai pintu masuk bagi para turis lokal dan mancanegara, Kota Bandung dikenal sebagai salah satu surga kuliner di Jawa Barat. Selama ini Kota Bandung memang sangat terkenal sebagai pusat jajanan. Semua jenis makanan bisa dijumpai di kota ini. Maka dapat diambil kesimpulan, bahwa bisnis kuliner merupakan peluang usaha yang berprospek baik di Kota Bandung, apalagi warga penduduk Kota Bandung juga memiliki kreatifitas tinggi dalam hal menciptakan makanan dan masakan baru yang rasanya sesuai dengan lidah orang Indonesia serta produk-produknya diminati oleh banyak wisatawan yang dapat dilihat dari data yang terdapat di atas pada gambar 1.3 bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung itu meningkat terus menerus. Jadi jika tertarik membuka peluang usaha di Bandung, maka terjun di dunia bisnis kuliner adalah keputusan yang tepat bagi seorang wirausaha.

Konsep utama dari bisnis *Sweet Lagoon Cafe*, adalah dengan memberikan kafe dengan suasana pantai tetapi berada di Kota Bandung. Bisnis *Sweet Lagoon Cafe* yang akan penulis buat akan memberikan kesan berbeda pada benak konsumen dengan menghadirkan tema pantai dalam kafe ini. Bisnis *Sweet Lagoon Cafe* ini memiliki peluang yang cukup baik dikarenakan kafe ini mempunyai tema yang berbeda dengan kafe – kafe yang lainya. Dalam kafe tersebut akan terdapat pasir dalam lantainya serta, penulis juga akan menyediakan *burger* manis yang belum ada di kafe lainya.

Menurut data di atas dan pengalaman penulis mengenai tempat nongkrong, penulis melihat ada suatu peluang bisnis yang dapat dimasuki dan diterima pasar dengan baik. Penulis memutuskan untuk menciptakan *competitive advantage* yang berlandaskan konsep jenis makanan *fastfood* (*burger*) yang disajikan 100% *fresh* dan enak serta tempat yang nyaman untuk *meeting* dan nongkrong. Makanan yang akan penulis buat berkonsep ‘*Fresh from the Pan*’ dan 100% *meat* (artinya 100% daging asli) sehingga makanan yang penulis buat terjamin baik rasa maupun kualitasnya.

Penulis juga akan menyajikan berbagai varian minuman mulai dari minuman biasa seperti kopi dan teh, *milkshake* dan *freshjuice* (100% buah asli pilihan) yang dapat di *mix* sesuai keinginan konsumen yang terjamin baik untuk kesehatan. Meskipun secara konseptual, bisnis *Sweet Lagoon Cafe* merupakan konsep yang baru dan menarik, namun peneliti perlu membuat perencanaan bisnis yang matang, mengingat banyaknya kompetitor yang ada dalam bisnis kafe di Kota Bandung.

Megginson (2002) mendefinisikan *Business Plan* sebagai “*it is a written statement setting forth the business's mission and objectives, its operational and financial details, its ownership and management structure and how it hopes to achieve its objectives.* Artinya *business plan* adalah suatu rencana tertulis yang memuat misi dan tujuan bisnis, cara kerja



dan rincian keuangan/permodalan susunan para pemilik dan manajemen dan bagaimana cara mencapai tujuan bisnisnya.

*Business plan* adalah dokumen yang disediakan oleh *entrepreneur* sesuai pula dengan pandangan penasihat profesionalnya yang memuat rincian tentang masa lalu, keadaan sekarang dan kecenderungan masa depan dari sebuah perusahaan. Isinya mencakup analisis tentang manajerial, keadaan fisik bangunan, karyawan, produk, sumber permodalan, informasi tentang jalannya perusahaan selama ini dan posisi pasar dari perusahaan. *Business plan* juga berisi tentang rincian profit, neraca perusahaan, proyeksi aliran kas untuk dua tahun yang akan datang, serta memuat pandangan dan ide dari anggota tim manajemen. Hal ini menyangkut strategi tujuan perusahaan yang hendak dicapai. Perencanaan bisnis/*business plan* merupakan penelitian mengenai kegiatan organisasi sekarang dan yang akan datang dan menyusun kegiatan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan yang dituangkan dalam suatu dokumen perencanaan. Perencanaan bisnis sangat erat hubungannya dengan wirausaha, sebab perencanaan bisnis ini dibuat agar hasil penciptaan usaha yang dibuat mendekati dengan kenyataannya.



Gambar 1.4

*Logo Sweet Lagoon Cafe*

## 1.2.Deskripsi Bisnis

Visi :

Menjadi pelopor kafe bernuansa pantai, yang menghadirkan produk dan layanan berkualitas, untuk menjadi pemimpin pasar kafe pada tahun 2020.

Misi :

- Menghadirkan produk berkualitas yang dapat memberikan nilai tambah pada para konsumen, dengan memberikan pelayanan yang prima.
- Menghadirkan suasana/atmosfir yang penuh kebersamaan dan ceria, untuk memberikan suasana baru.
- Memberikan produk makanan dan minuman yang sehat dan nikmat, untuk menunjang gaya hidup sehat masyarakat.
- Menjalankan kegiatan bisnis dengan sehat, transparan, akuntabel, dan berkelanjutan sebagai strategi kompetitif.

Nilai-nilai utama (*Values*) :

- *Value from money*, dimana harga sesuai dengan bahan yang dipakai, rasa yang enak dan penampilan yang oke. *Kaharti* bisa berarti harga pas dengan kualitas.Makanan enak dan porsi yangsesuai dengan harga relatif mahal bisa dianggap layak oleh konsumen karena enak dan porsinya tadi, begitu juga sebaliknya.
- *Healthier*, diwujudkan mulai dari bahan *burger* yang 100% daging (0% jeroan) serta jus buah dari 100% buah asli pilihan. Kami dapat menjamin bahwa makanan yang kami sajikan baik untuk kesehatan
- *Enjoyable & Convenience*, artinya susana kafe yang kamisajikan memiliki tempat duduk yang nyaman untuk berbagai keperluan seperti *meeting* kecil atau kerja

kelompok, santai sambil ngobrol, kencan, atau hanya untuk sekedar makan santai yang kami bagi menjadi beberapa zona tempat. *Convenience* kami wujudkan dalam berbagai bentuk seperti posisi ketinggian tempat duduk dan meja yang nyaman untuk ngobrol dan makan serta ketersediaan colokan listrik akan membuat konsumen nyaman ngobrol santai sambil makan dan minum.

*Sweet Lagoon Cafe* merupakan sebuah entitas bisnis berbentuk CV (Persekutuan Komanditer). Salah satu pendiri ingin memiliki tanggung jawab penuh dengan segala resiko yang timbul untuk mengelola dan melaksanakan kegiatan usaha sebagai pimpinan perusahaan dengan jabatan sebagai Direktur. Pemilihan keluarga atau kerabat dekat sebagai mitra bisnis untuk mendirikan badan usaha CV adalah karena adanya kepercayaan kepada salah satu orang untuk mengelola dan melaksanakan kegiatan usaha. Pendiri perusahaan yang dimaksud adalah seorang Persero Komanditer yang hanya bertanggung jawab sebatas besarnya jumlah modal yang ditempatkan dan di setor ke dalam perusahaan. Ruang lingkup kegiatan usaha termasuk kategori usaha kecil dan menengah yang dapat dikelola dan dilaksanakan oleh perusahaan non badan hukum seperti badan usaha CV. Biaya yang dibutuhkan juga lebih kecil. Pemakaian nama perusahaan tidak harus mendapatkan persetujuan terlebih dahulu seperti pemakaian nama pada Perseroan Terbatas.

Format yang dimiliki oleh *Sweet Lagoon Cafe* adalah format kafe. Kafe yang menyediakan tempat duduk didalam dan diluar ruangan. Kafe tidak menyajikan makanan berat namun lebih berfokus pada menu makanan ringan seperti kue, roti, dan sup. Salah satu *signature dish* yang disajikan adalah *burger*, yang dikemas dalam bentuk *grill* yang sehat dan enak.



Konsep utama yang membedakan *Sweet Lagoon Cafe* dari kafe lainnya, adalah menghadirkan suasana dan situasi pantai langsung ke lokasi yang dimiliki. Hal ini dapat dihadirkan dengan interior yang didesain sesuai dengan keadaan lingkungan di sekitar pantai, lengkap dengan pasir putih yang sengaja didatangkan dari tepi laut. *Burger* di kafe kami ini tentu saja mempunyai beberapa *competitive advantage* yang menjadi ujung tombak kami melawan perusahaan pesaing. Fokus dari strategi kami ini ada pada *differentiation* yang membuat restoran kami ini unik dan membuat para *customer* tertarik untuk berkunjung. Berikut adalah beberapa *competitive advantage* kami:

- Konsep kafe yang bersuasana “pantai” yang santai, *friendly* dan *Chill out* yang pantas dan *enjoyable* untuk *hangout*.
- Menyajikan *burger* ‘*fresh from the pan*’ untuk menjaga setiap kualitas *burger* yang akan disajikan kepada *customer*.
- Hanya menggunakan daging segar dan 100% daging pilihan 0% jeroan.
- Menyediakan banyak varian *burger* unik dan *fresh*.
- *Friendly & Entertaining Crew* (*Chef Live Show, Bartender Skill, Waiters Friendliness*).
- *Convenience* dengan colokan listrik dan posisi duduk serta ketinggian meja yang nyaman untuk ngobrol dan makan serta minum.
- Menyajikan pilihan minuman yang sehat seperti jus buah yang 100% dari buah asli pilihan untuk mendukung konsumen yang ingin hidup sehat.
- Lokasi kafe berada di pertemuan arus pulang kerja, kantor atau kuliah di Kota Bandung sehingga sangat cocok untuk bersantai melepas stres.