

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Pada kesempatan ini penulis ingin menciptakan suatu bisnis yang unik dan menjanjikan. Bisnis yang akan dijalankan oleh penulis bergerak di bidang kuliner. Secara lebih spesifik, penulis akan membuka rumah makan ayam bakar madu yang berlokasi di kota Bandung tepatnya di Jalan Pandu. Alasan penulis menetapkan bisnis tersebut karena penulis menyadari bahwa bisnis ini memiliki peluang yang besar. Pada dasarnya bisnis yang akan dijalani oleh penulis ini sempat di jalani oleh kedua orang tua penulis, dan mendapatkan suatu tanggapan yang baik dari para konsumen dengan melihat permintaan konsumen yang tinggi disertai dengan pertumbuhan konsumen yang semakin bertambah, sehingga menghasilkan suatu produk yang *profitable*. Namun karena kurangnya manajemen sistem khususnya dalam bidang SDM, maka bisnis tersebut tidak berjalan lama.

Dengan melihat hasil yang di rasakan dari bisnis tersebut sejak di jalankan oleh kedua orang tua penulis dan dari permintaan konsumen hingga saat ini dinilai sangat tinggi, oleh karena itu salah satu tujuan penulis adalah untuk membangun kembali bisnis tersebut dengan disertai pembenahan sistem dari berbagai aspek. Diantaranya aspek produksi, keuangan, ketenagakerjaan, dan pemasaran.

Selain dari pada tujuan penulis tersebut, penulis pun menilai suatu peluang yang besar terhadap bisnis ayam bakar madu ini. Peluang yang pertama terlihat pada produk bisnis ini. Ayam bakar madu merupakan suatu produk kuliner yang unik. Tidak hanya sekedar ayam bakar seperti pada umumnya, para konsumen dapat menikmati ayam bakar madu dengan aroma madu pada ayam bakar yang menyerap sampai pada dalam daging ayam bakar tersebut. Sehingga produk tersebut akan memberikan suatu daya tarik yang besar bagi para calon konsumen untuk menikmati ayam bakar madu ini.

Peluang bisnis yang lain tertuju pada lokasi bisnis yang sangat strategis. Dapat dikatakan strategis karena lokasi bisnis ini berada di tengah kota tepatnya berlokasi di Jalan Pandu kota Bandung dengan lingkungan terdekat di sekitarnya antara lain gereja, sekolah, *mall*, *dealer* motor, kantor pemerintahan, dan kantor Samsat . Jarak lokasi bisnis dengan gereja hanya berjarak 50 meter, jarak lokasi bisnis dengan sekolah hanya berjarak 10 meter, sedangkan jarak lokasi bisnis dengan mall terpaut 100 meter. Dengan dealer motor terpaut 70 meter, dengan kantor pemerintahan 40 meter, dan dengan kantor Samsat berjarak 60 meter. Suasana di sekitar lokasi bisnis dapat dikatakan ramai mulai dari aktivitas pengantaran siswa bersekolah orang orang tuanya dari tingkat TK hingga SMP, dan para jemaat gereja pun sering terlihat berkunjung ke gereja, terutama sangat ramai di hari jumat hingga minggu. Para karyawan dari *dealer* motor, kantor pemerintahan, karyawan *mall*, dan kantor Samsat pun ramai berlalu lalang di depan lokasi bisnis untuk mencari makan siang. Hampir dikatakan lokasi bisnis tidak pernah sepi dari lalu lalang pejalan kaki maupun kendaraan baik roda dua dan roda empat. Dengan lingkungan yang strategis tentu akan menghasilkan suatu peluang yang besar untuk bedirinya bisnis ini.

Penulis melihat bahwa ada beberapa pedagang lain khususnya di sekitar lokasi bisnis tersebut bahkan untuk radius yang besar, namun khususnya di sekitar lokasi bisnis untuk radius 10 hingga 50 meter, pedagang di dominasi oleh pedagang dengan menjual jajanan anak sekolah, dan jenis-jenis makanan ringan seperti minuman berasa, telur gulung, seblak dan jenis jenis makanan ringan lainnya. belum ada suatu usaha yang menjual produk sejenis. Ada pun pedagang yang menjual makanan berat seperti nasi kuning dan lontong kari, namun mereka berdagang di pagi hari atau pada rentang waktu jam 6 hingga jam 9 pagi. Sedangkan bisnis yang akan di jalankan oleh penulis akan berfokus pada waktu jam makan siang hingga jam makan malam, yaitu dengan rentang waktu dari jam 10 pagi hingga jam 9 malam. Selain minimnya persaingan, penulis pun telah mengamati suatu permintaan yang tinggi dari masyarakat disekitar untuk suatu produk ayam bakar yang unik dengan kualitas produk dan harga yang terjangkau.

Untuk persaingan dengan produk yang sejenis, salah satu pesaing yaitu ayam madu si bangkong. Penulis tentu mengamati segala jenis aspek bisnis pesaing. Mulai dari produk utama, tempat, cita rasa, dan menu pelengkap lainnya. Yang menjadi suatu kekuatan bisnis yang akan di jalani penulis adalah dari produk ayam bakar madu yang mengutamakan kebersihan, kaya akan bumbu dan dengan rasa madu yang benar benar meresap ke seluruh daging ayam, dengan menu pelengkap yang jauh lebih lengkap, 5 macam sambal yang penulis sediakan disetiap harinya, tempat yang lebih bersih, nyaman dan mampu menampung lebih banyak konsumen. Sehingga konsumen dapat merasakan suatu perbedaan yang membuat konsumen loyal terhadap produk penulis.

Dari aspek kelengkapan menu pun penulis akan menyiapkan banyak menu pelengkap lainnya yang membedakan dengan rumah makan ayam bakar lainnya. Selain itu kehygienisan dan kebersihan produk dan lokasi bisnis pun sangat penulis perhatikan. Karena bisnis kuliner sangat diperlukan suatu kondisi kebersihan tempat usaha, peralatan usaha, dan produk usaha yang akan dihidangkan pada konsumen.

Berbicara mengenai produk ayam bakar madu yang akan dijalankan oleh penulis, selain cita rasa yang unik, menarik, dan menjanjikan. Cita rasa yang unik dapat di rasakan dari ayam bakar kaya akan bumbu yang diolesi madu diseluruh permukaan ayamnya dengan tekstur yang renyah di permukaan luar ayam dan empuk di bagian dalam ayam. Sangat menarik di coba dengan dipadukan oleh menu pelengkap lainnya dan 5 sambal khas yang disediakan oleh penulis. Menjanjikan dari segi rasa yang tepat di lidah para konsumen, kebersihan produk, dan kualitas produk. bahwa penulis pun akan menyediakan produk pelengkap lainnya mulai dari nasi uduk, tahu dan tempe bacem, kol goreng, sate usus, sate kulit, ati ampela goreng, pepes usus, pepes tahu, pepes jamur, perkedel kentang, dan perkedel jagung.

Penulis pun menyediakan berbagai jenis sambal, mulai dari sambal goreng terasi, sambal nanas, sambal iris mangga, sambal dabu-dabu, hingga sambal ijo

ikan teri. Sehingga konsumen khususnya bagi konsumen pencinta sambal akan di manjakan oleh berbagai jenis sambal tersebut.

Tak lupa penulis pun akan menyediakan berbagai minuman aneka jus buah segar. Seperti jus strawberry, kiwi, melon, nanas, belimbing, mangga, jambu, jeruk, dengan produk unggulan penulisan adalah alpukat negro.

Target dan potensi pasar yang telah ditetapkan oleh penulis cukup luas, mulai dari warga sekolah, jemaat gereja, pekerja, warga sekitar tempat usaha termasuk anak kost di daerah sekitar, bahkan wisatawan luar kota. Penulis pun menilai potensi pasar akan produk ini cukup besar dan sangat *feasible*. Dengan jadwal usaha mulai hari senin hingga minggu dari pukul 10 pagi hingga 9 malam, dengan kata lain tiada hari libur. Pada hari senin hingga kamis, potensi dan target pasar tertuju pada warga sekolah, jemaat gereja, pekerja, anak-anak kost dan warga sekitar tempat usaha sebagai target pasar yang berpotensi menjadi calon konsumen pada produk penulis.

Dari hari jumat target pasar yang berpotensi menjadi calon konsumen bertambah karna menjelang hari *weekend*. Para wisatawan luar kota, berbondong-bondong berlibur ke Bandung dengan selain mengunjungi tempat wisata alam, tempat *hangout* orang adalah menikmati kuliner.

Tentu dalam bisnis yang akan di jalani oleh penulis diperlukan aspek pemasaran yang baik sehingga dapat mendongkrak cakupan target pasar dan meningkatkan penghasilan yang di dapatkan oleh penulis dengan tujuan mengembangkan bisnis ini.

Aspek strategi pemasaran yang dilakukan oleh penulis meliputi;

- Segmentasi Pasar (*Market Segmentation*), adalah tindakan membagi pasar menjadi kelompok pembeli berbeda dengan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku berbeda yang mungkin memerlukan produk atau bauran pemasaran terpisah ;dari pengertian di atas segmentasi yang ditetapkan oleh penulis dalam bisnisnya adalah mencakup dari siswa SD-SMP-SMA, mahasiswa-mahasiswi, jemaat gereja, pekerja, wisatawan luar kota, dan warga kota Bandung lainnya.

- Penetapan Target Pasar (*Market Targeting*), yaitu proses mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen pasar dan memilih satu atau lebih segmen yang akan dilayani, penetapan sasaran pasar terdiri dari merancang strategi untuk membangun hubungan yang benar dengan pelanggan yang tepat, dari segmentasi pasar yang telah ditetapkan, penulis menetapkan target pasar untuk bisnis tersebut, target pasar yang di tuju antarlain siswa SD-SMP-SMA, Mahasiswa-Mahasiswi, Jemaat Gereja, dan para pekerja.
- Diferensiasi dan Posisi Pasar (*Differentiation & Positioning*), perusahaan harus memutuskan bagaimana mendiferensiasikan penawaran pasarnya untuk setiap segmen sasaran dan posisi apa yang ingin ditempatinya dalam segmen tersebut, posisi produk adalah tempat yang diduduki produk relatif terhadap pesaingnya dalam pikiran konsumen, pemasar ingin mengembangkan posisi pasar unik bagi produk mereka. Dalam hal ini, *Positioning* dalam usaha ayam bakar madu adalah alternative makanan pokok yang *nikmat*, sehat, unik dan terjangkau bagi kaum anak muda yang terkadang jenuh dengan makanan yang ada pada umumnya dan ingin mencoba sesuatu yang baru.

Penulis menerapkan beberapa strategi pemasaran. Untuk saat ini penulis menggunakan media sosial sebagai alat dari strategi pemasaran yang di terapkan pada bisnis ayam bakar madu tersebut. Mulai dari instagram, line , dan blackberrymessenger (bbm). Penulis melihat keefektifan yang bisa di ambil di saat era jaman sekarang jika ingin memasarkan suatu produk dengan biaya yang terbatas. Media social adalah jawabannya.

1.1.1 Kelayakan Investasi

Berbicara tentang kelayakan investasi, bisnis ayam bakar madu yang akan dijalani oleh penulis memiliki kelayakan investasi yang cukup tinggi. Berdasarkan perhitungan *Net Present Value* (NPV), *Pay Back Period* (PBP), dan *Profitability Indeks* (PI) yang dilakukan oleh penulis maka diperoleh hasil kelayakan investasi sebagai berikut:

Hasil perhitungan NPV pada tabel 6.21 menunjukkan bahwa $NPV = Rp\ 409.349.968 > 0$ maka memberikan kesimpulan usaha Ayam Bakar Madu Putra Bandung layak untuk dijalankan.

Selain dari pada itu, penulis melakukan perhitungan *Payback Period* pada Ayam Bakar Madu Putra Bandung. Dengan hasil yang diperoleh oleh penulis sebagai berikut:

$Payback\ Period = n + (a-b)/(c-b) \times 1\ tahun$

$$\begin{aligned} Payback\ Period &= \left(1 + \frac{(Rp\ 129.337.600 - Rp\ 97.535.500)}{(Rp\ 361.765.962 - 97.535.500)} \right) \times 12 \\ &= 13,444 \\ &= 13 + (0,444 \times 30) \\ &= 13\ bulan\ 13\ hari \end{aligned}$$

Kesimpulan :

- Payback Period dari investasi tersebut adalah 1 tahun 1 bulan 13 hari.
- Artinya dana yang tertanam dalam aktiva sebesar Rp 129.337.600, akan dapat diperoleh kembali dalam jangka waktu 1 tahun 1 bulan 13 hari.

Diketahui bahwa dengan 1 tahun 1 bulan 13 hari saja bisnis penulis telah mengalami payback period. Dengan mempertimbangkan dari aspek keuntungan bersih selama tiga tahun kedepan sebesar Rp 409.349.968, target pasar dan potensi pasar, dan persaingan yang tidak terlalu signifikan, bisnis ayam bakar madu ini memiliki masa depan yang layak untuk menjadi pilihan investasi.

1.2 Perijinan

”Ayam Bakar Madu Putra Bandung” merupakan usaha bisnis kuliner yang tidak berbadan hukum, oleh karena itu untuk aspek perijinan usaha ini, perijinan yang dibuat dan dimiliki oleh ” Ayam Bakar Madu Putra Bandung” diantaranya SKU (Surat Keterangan Usaha), NPWP (Nilai Pokok Wajib Pajak), SITU (Surat izin Tempat Usaha) .

1.3 Deskripsi Bisnis

1.3.1 Nama Bisnis

Pada sub bagian ini penulis akan menjelaskan mengenai beberapa hal yang mendeskripsikan bisnis yang akan di jalani. Berbicara mengenai pemberian nama usaha pada bisnis ayam bakar madu ini akan diberi nama Ayam Bakar Madu “Putra Bandung”. Pemberian nama Putra Bandung ini bertujuan untuk memberikan suatu identitas yang gampang dikenal dan diingat konsumen dan dengan didukung dengan lokasi usaha yang bertempat di kota Bandung dan asal kelahiran penulis pun di kota Bandung. Selain dari pada itu, penulis pun memiliki tujuan untuk menciptakan suatu *icon* ayam bakar madu asli asal kota Bandung.

1.3.2 Logo Bisnis

Untuk logo yang ditetapkan menjadi logo bisnis ayam bakar Putra Bandung ini penulis akan menjadikan foto penulis sendiri menjadi logo bagi bisnis ayam bakar madu ini. Berhubungan dengan nama bisnis Putra Bandung yang memiliki arti anak laki-laki bandung, maka penulis akan menampilkan fotonya agar ketika konsumen mengunjungi tempat usaha kami, penulis akan mengetahui putra bandung yang mendirikan bisnis ayam bakar madu dan yang memberi nama usahanya Ayam Bakar Madu “Putra Bandung.

Maka dari itu penulis menetapkan logo bisnis dalam usaha yang akan dijalankan penulis sebagai berikut :



Gambar 1.1 Logo Bisnis Ayam Bakar Madu Putra Bandung

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Adapun filosofi dari logo tersebut dimulai dari penetapan warna merah pada tulisan “Ayam Bakar Madu” mengandung arti rasa keberanian dan semangat penulis yang membara dalam menciptakan dan menjalani bisnis ayam bakar madu ini. Selanjutnya , warna cerah hijau muda pada

tulisan “Putra Bandung” mewakili harapan penulis pada masa depan bisnis yang cerah dengan kesuksesan yang di raih penulis dari bisnis yang akan di jalannya ini. Dan dalam logo nya pun penulis menetapkan suatu slogan dalam bisnisnya yang antara lain *unique* , *health*, *delicious*. Kata *unique* berbicara mengenai suatu produk bisnis yang unik yang diciptakan oleh penulis yaitu ayam bakar dengan cita rasa madu dan di lengkapi oleh berbagai macam menu pelengkap termasuk 5 macam sambal menggugah selera nafsu makan. *Health* merupakan salah satu hal yang diutamakan penulis di dalam bisnis nya dengan pemilihan bahan baku yang berkualitas, proses pengolahan dengan kehygienisan yang baik, dan tempat bisnis yang bersih. Sehingga dari berbagai upaya penulis tersebut, menciptakan suatu makanan yang sehat. Yang terakhir, *delicious* merupakan kata yang bisa dikatakan relatif bagi setiap selera konsumen, namun penulis mengutamakan bukti nyata mengenai lezatnya dari suatu makanan dalam bisnis ini.

1.3.3 Bentuk Kepemilikan Bisnis

Bentuk kepemilikan dari bisnis yang akan di jalani oleh penulis berbentuk perorangan. Mengenai perizinan, penulis akan melakukan beberapa pembuatan bukti kepemilikan usaha seperti Surat Keterangan Usaha atau SKU dan beberapa bukti perizinan usaha baik dari RT dan RW setempat maupun di tingkat kelurahan dan kecamatan kota Bandung. Selain perizinan, penulis pun akan membuat NPWP untuk bisnis yang di jalannya agar menjadi suatu bisnis yang taat pajak.

1.3.4 Visi dan Misi

Penulis menetapkan visi dan misi dari bisnis yang akan dijalannya. Visi dari bisnis ayam bakar madu “Putra Bandung” ini adalah menjadi suatu bisnis kuliner ayam bakar nomor satu di Bandung. Sedangkan misi dari

bisnis ayam bakar madu ini antara lain menjadi bisnis kuliner ayam bakar yang mengutamakan kualitas, cita rasa, dan kebersihan produk. Kedua, menjadi bisnis kuliner ayam bakar yang melayani kosumen dengan siap, tulus, dan kasih. Ketiga, menjadi bisnis kuliner ayam bakar yang taat pada aturan dan kewenangan pemerintah.

1.3.5 Lokasi Bisnis

Alamat dari bisnis ayam bakar madu “Putra Bandung” ini berlokasi di jalan Pandu setelah Gereja dan sekolah Pandu. Tempat usaha ayam bakar “Putra Bandung” merupakan usaha kaki lima, namun memiliki kenyamanan dan kebersihan yang dapat dinikmati oleh para kosumen. Selain kenyamanan dan kebersihan yang diberikan penulis pada para kosumen, tempat lokasi usaha ayam bakar madu ini merupakan suatu lokasi yang strategis dan mudah di tuju. Berada di tengah kota dan dengan tingkat kemacetan yang rendah membuat lokasi ini cukup baik bagi kosumen yang akan berkunjung.

