

# BAB I

## RINGKASAN EKSEKUTIF

### 1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Balista merupakan cafe yang memiliki konsep makanan Jepang yaitu makanan seperti *sushi*, konsumen dapat menikmati sajian Balista dengan makan di tempat ataupun di bawa pulang, salah satu produk andalan dari Balista adalah *sushi*, *sushi* sendiri artinya adalah makanan Jepang yang terdiri dari nasi yang dibentuk bersama lauk berupa makanan laut, daging, sayuran mentah atau sudah dimasak. Nasi dari *sushi* pun mempunyai rasa yang agak masam yang lembut karena telah dibumbui dengan dengan berbagai campuran bumbu seperti cuka beras, garam, gula dan bumbu resep lainnya.

Pada umumnya *sushi* itu memiliki rasa yang amis, amis ini dikarenakan terlalu kuatnya rasa dari bahan-bahan mentah dan rasa dari bumbu nasi yang dibuat terlalu amis dan kebanyakan orang-orang lokal indonesia kurang menyukai rasa yang terlalu amis ini, maka dari itu salah satu keunggulan dari produk *sushi* Balista adalah *sushi* yang memiliki cita rasa lokal, yaitu *sushi* yang sangat meminimalisir rasa amisnya karena racikan dari saus nasi dan pembuatannya memiliki bumbu yang khusus, sehingga *sushi* Balista akan lebih cocok dengan selera orang Indonesia.

Saat ini penjualan beberapa produk *sushi* di Balista terbilang sudah cukup baik sesuai dengan target yang diharapkan, namun ada beberapa jenis *sushi* juga yang kurang baik diterima di pasaran, maka dari itu penulis melakukan analisis terhadap beberapa produk *sushi* untuk melakukan pengembangan produk. Penulis memiliki terobosan baru yaitu dengan cara mengkombinasikan *sushi* yang berisi ikan salmon dengan *mozarella*, karena saat ini *mozarella* sedang cukup digandrungi masyarakat Bandung, hal ini dapat dilihat dari munculnya berbagai produk makanan yang mengkombinasikannya dengan *mozarella*, seperti contoh di bawah ini :



Gambar 1.1 Berbagai produk *mozarella*

Sumber : instagram

Apabila dilihat dari semua produk makanan yang telah penulis lampirkan diatas, belum ada cafe / rumah makan lain yang mengkombinasikannya dengan *mozarella*, maka dari itu penulis akan melakukan inovasi dengan cara mengkombinasikan *sushi* Balista yang berisi ikan dan dibalut dengan lapisan *mozarella*. Selain itu alasan melakukan kombinasi antara ikan salmon dan *mozarella* karena memiliki kandungan gizi yang baik dan menyehatkan bagi tubuh, diantaranya dapat menyehatkan jantung, mengurangi gejala *stroke*, menyehatkan bagi mata, dan masih banyak manfaat lainnya.

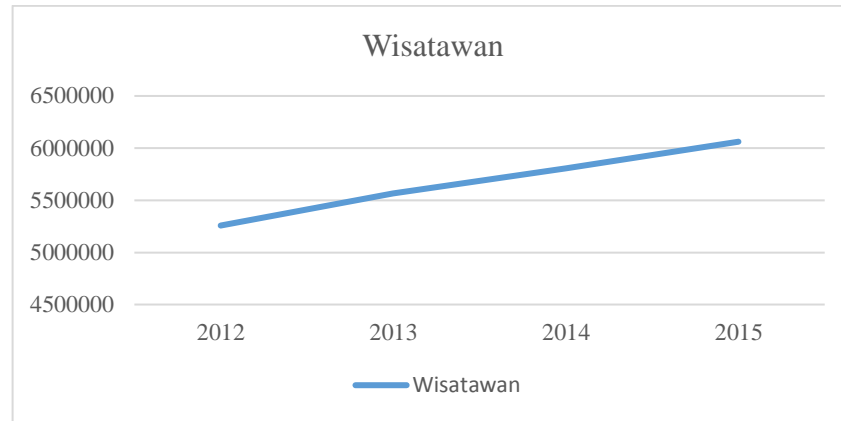
Selain melakukan inovasi terhadap produk *sushi*, penulis juga akan melakukan eliminasi beberapa menu. Hal ini dikarenakan setelah penulis melakukan analisis data penjualan selama satu tahun, terdapat cukup banyak menu yang kurang disukai atau diminati oleh konsumen Balista, sehingga mengakibatkan kurang efisiennya pembelanjaan dan persediaan bahan baku, hal ini juga yang mendasari penulis untuk melakukan pengembangan produk menjadi adanya *sushi mozarella* karena melihat terdapat beberapa produk *sushi* yang dieliminasi mengingat produk *sushi* di Balista merupakan produk yang bisa dikatakan andalan, setelah melakukan analisis terhadap produk yang dieliminasi maka muncullah produ *sushi mozarella*. Data analisis dapat dilihat pada daftar lampiran.

Produk yang ditawarkan oleh Balista itu bukan hanya *sushi*, melainkan ada produk pelengkap lainnya, yaitu untuk makanan ada seperti ramen, takoyaki, okonomiyaki, nasi goreng, nasi ayam, sedangkan untuk minuman ada *milktea*, *fruittea*, dan kopi. Balista juga memiliki *dessert* yang merupakan salah satu produk unggulan karena memiliki keunikan produk tersendiri, produknya bernama batox manis, yaitu *dessert* yang isinya dua buah es krim dan empat macam topping yang

diletakkan dalam sebuah batok kelapa, konsumen dapat memilih dua rasa es krim dari enam macam rasa es krim dan memilih empat macam topping dari 40 macam topping.

Inovasi produk *sushi* ini juga didasari oleh gerakan pemerintah yang menginginkan peningkatan konsumsi ikan di Jawa Barat, karena konsumsi ikan di Jawa Barat saat ini masih terbilang kurang. Dengan begitu Balista akan membantu aksi pemerintah untuk meningkatkan konsumsi ikan di Jawa Barat khususnya di Bandung dengan cara melakukan penjualan *sushi* berbahan baku ikan yang rasanya tidak amis seperti pada umumnya.

Peluang pengembangan produk *Sushi* ini berawal karena saat ini khususnya di Bandung masih belum terlalu banyak yang menjual produk *sushi*, hanya terdapat 25 penjual *sushi* yang terdaftar di go-jek. sedangkan *Sushi* Balista sudah mendapatkan respon yang baik di benak konsumen, seperti contohnya terdapat testimoni yang mengatakan “ini enak beneran ga bosen buat dateng lagi” ujar pengguna instagram yang bernama @alyapm25, maka dari itu dilakukan pengembangan dari produk *sushi*, Hal ini juga dikarenakan menurut pemerintah konsumsi ikan di Jawa Barat masih rendah. Peluang lainnya terdapat pada kenaikan jumlah wisatawan di Kota Bandung, hal ini berpengaruh terhadap Balista karena lokasi dari Balista sendiri juga diapit oleh sarana perbelanjaan di sekitar jalan Riau. Sehingga itu akan menguntungkan dan menjadikan peluang bagi Balista, berikut ini merupakan data peningkatan wisatawan Kota Bandung baik dari domestik maupun mancanegara :



Grafik 1.1 Peningkatan Wisatawan di Kota Bandung

Sumber : : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Selain peluang, Balista juga akan memiliki persaingan, diperkirakan persaingan rumah makan atau kafe di Bandung akan terus meningkat, menurut AKAR ( Asosiasi Kafe dan Restoran Bandung ) per Juni 2014, jumlah kafe di Bandung sudah hampir mencapai 3000 kafe, dan diperkirakan tiap tahunnya akan terus meningkat. Maka dari itu usaha kuliner harus selalu melakukan inovasi, dan salah satu inovasi dari Balista adalah mengembangkan *sushi* dengan saus *mozarella*, tetapi sudah banyak pula kafe yang mengkombinasikan makanannya dengan *mozarella*, hanya saja belum ada yang mengkombinasikannya dengan *sushi*.

Produk yang akan dikembangkan dari Balista ini adalah *sushi* yang dikombinasikan dengan *mozarella*, pengembangan ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah konsumen dan minat pembeli pada balista dikarenakan adanya beberapa produk *sushi* yang peminatnya kurang sehingga kurang optimal, maka dari itu dilakukanlah pengembangan. *Sushi* yang dieliminasi diperkirakan memiliki kelemahan pada kombinasi isi dari *sushi* yang kurang cocok. Target dari Balista sendiri mengarah kepada wisatawan yang memiliki hobi kuliner khususnya

makanan Jepang dengan rentan usia 18 – 34 tahun. Balista sendiri memiliki potensi pasar dengan adanya peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung. Untuk mendapatkan potensi pasar tersebut, Balista memiliki strategi pemasaran.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh Balista adalah menggunakan iklan, WOM, promosi penjualan, dan *event* juga seperti bekerja sama dengan beberapa komunitas Jepang. Iklan yang dilakukan adalah melalui media sosial dengan menggunakan *instagram ads* yang dapat mengarah target umur dan kategori pengguna instagram, lalu WOM juga dilakukan agar pasar dapat meluas melalui relasi dari penulis, dan promosi penjualan dilakukan seperti bekerja sama dengan pebisnis *online* dengan saling bertukar *voucher* dengan begitu pasar masing-masing pebisnis dapat bertambah. Sumber dana pengembangan produk ini berasal dari pendapatan Balista pada tahun-tahun sebelumnya, dengan total investasi sebesar Rp 47.980.968 dengan kelayakan investasi NPV sebesar Rp 420.142.237, IRR sebesar 175,43%, *payback period* selama 3,4 bulan, dan PI sebesar 9,756435106

## 1.2 Deskripsi Bisnis



Gambar 1.2 Logo Balista

Sumber : Dokumentasi Pribadi

- Balista, artinya adalah apabila dilihat dari bahasa inggris balista adalah sebuah panah yang dapat mengarah kepada seluruh konsumen
- Logonya memiliki motif gothic seperti jaman romawi yang berwarna hitam untuk memberikan kesan elegan, dengan disertai mahkota berwarna merah yang mengartikan berani

Bentuk kepemilikan dari usaha ini adalah perorangan, lalu bentuk perizinan usaha ini berupa izin dari pihak RT dan RW setempat yaitu daerah Citarum, lokasi Balista terdapat pada Jl.Banda No. 32, Bandung Wetan, Citarum, Kota Bandung, Jawa Barat 40113. Balista juga memiliki visi dan misi, yaitu :

- VISI : Menjadikan Balista cafe sebagai cafe yang selalu memiliki produk *sushi* terbaik di kota Bandung.
- MISI :
  1. Menyediakan produk *sushi* dengan bahan yang berkualitas
  2. Menyajikan produk *sushi* yang digemari konsumen
  3. Menyajikan produk *sushi* dengan rasa yang konsisten

Visi dan misi ini diharapkan dapat memberikan kemajuan dan motivasi bagi seluruh pihak terkait untuk selalu melakukan yang terbaik demi mencapai visi yang diinginkan oleh Balista.

- Nama Perusahaan : Balista
- Status : Offline Store & Online
- Alamat perusahaan : Jl.Banda no.32 , Bandung
- Nomor Telepon : 022 - 86868628
- Penanggung Jawab : Aditya Lorenza
- Kegiatan Usaha Produk : Produksi kuliner makanan dan minuman

