

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Dalam 5 tahun terakhir pertumbuhan industri untuk sektor tekstil, garmen, plastik, dan lain sebagainya mengalami peningkatan yang cukup signifikan sebesar 2,28%, data tersebut dapat dilihat pada kinerja ekspor industri Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) nasional (<https://www.suara.com/bisnis/2016/08/23/121912/5-tahun-terakhir-pertumbuhan-industri-tekstil-228-persen>, diakses pada 26 Oktober 2017). Dampak dari meningkatnya permintaan industri antara lain ialah penambahan tenaga kerja dan jumlah perkantoranpun ikut meningkat, wilayah Bandung memiliki cukup banyak pabrik industri dari tekstil, garmen, celup, elpigi, plastik, bahkan hingga sepatu, dengan jumlah sebanyak 345 Pabrik industri yang berdiri di Bandung hingga saat ini dan terus berkembang (data diambil dari citarum.org/citarum-knowledge/pusat-database/data...industri...bandung/file.html). Hampir sekitar 75% dari jumlah industri di Bandung yang ada memakai jasa *catering* baik dalam bentuk bungkusan maupun prasmanan. Melihat hal tersebut Bandung menjadi salah satu wilayah yang memiliki peluang bisnis *catering* yang sangat menjanjikan.

Pemesanan sektor industri melihat aspek kuantitas dengan harga yang sangat terjangkau, pemesanan yang dilakukan secara rutin dengan kuantitas yang banyak menjadi suatu daya tarik terhadap bisnis ini. Berdasarkan proyeksi pertumbuhan industri Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) nasional ke depan, penyerapan tenaga kerja akan mencapai 135.000 orang per tahun atau dalam persentase berjumlah 22,5% dari total kebutuhan tenaga kerja pada sektor industri di Indonesia

(<http://industri.bisnis.com/read/20170825/257/684334/kemenperin-fasilitasi-industri-tekstil-melalui-tenaga-kerja-kompeten> diakses pada 27 Oktober 2017).

Dengan peluang yang terbuka secara luas dan terlihat jelas menjadi daya tarik pesaing-pesaing bermunculan, menurut sumber yang diperoleh dari ketua Asosiasi Perusahaan Jasa Boga Indonesia (APJI) ada setidaknya 20 perusahaan jasa *catering* yang bergerak disektor *wedding* , tetapi hanya sedikit perusahaan jasa *catering* yang bergerak disektor industri, akan tetapi sangat memungkinkan perusahaan-perusahaan tersebut melakukan ekspansi kedalam sektor industri. Salah satu perusahaan yang sudah melakukan hal tersebut ialah CV.CitraWulanCatering (CWC) dan CV.Anggarsari Catering, CV.Trifena Caterindo berfokus pada target yang telah ditetapkan yaitu pada sektor industri dan perkantoran. Dengan fokus yang penuh akan membuat CV.Trifena Caterindo melangkah dengan yakin dan tertuju.

CV.Trifena Caterindo menawarkan produk makanan dan memberikan *service* yang sangat memperhatikan kepuasan konsumen dengan moto “*We Serve Better*”, produk makanan yang diberikan sangat bervariasi yang setiap hari berganti-ganti dengan bahan yang berkualitas tetapi harga terjangkau. Harga produk CV.Trifena Caterindo sebesar Rp 15.000/porsi, dengan harga yang sangat terjangkau tetap menu yang sangat berkualitas akan sangat menarik konsumen. CV.Trifena Caterindo memilih tempat dimana dekat dengan letak pabrik-pabrik dan kantor serta dekat dengan kebanyakan *supplier*, hal tersebut guna mempermudah dalam pengantaran bahan baku maupun pengantaran produk kepada konsumen. CV.Trifena Caterindo melakukan promosi dengan 2 cara, yaitu :

1. *Direct Marketing*

CV.Trifena Caterindo memberikan suatu penawaran melalui e-mail ataupun dalam bentuk *proposal* yang diberikan langsung kepada HRD pabrik-pabrik industri atau kantor yang bersangkutan

2. Mengelola *Word Of Mouth* (WOM)

Pemberian pelayanan yang terbaik akan menghasilkan WOM oleh HRD pada suatu perusahaan (konsumen). Referensi dari suatu perusahaan sangat berpengaruh untuk mendapat kepercayaan kerja sama yang dijalin CV.Trifena Caterindo dengan calon konsumen.

Penilaian kelayakan investasi CV.Trifena Caterindo dilakukan dengan melakukan perhitungan *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PBP), dan *Profitability Index* (PI). Hasil dari perhitungan tersebut menyatakan bahwa CV.Trifena Caterindo memperoleh nilai NPV positif dengan nilai IRR sebesar 180% dalam tiga tahun dengan tingkat suku bunga 6.2% (mengacu pada suku bunga deposito Bank CIMB pada tahun 2017). Sedangkan untuk tingkat pengembalian investasi berlangsung selama 190 hari/6.32 bulan. Hasil PI menunjukkan nilai sebesar $2,968 > 1$, sehingga usaha tersebut layak untuk direalisasikan.

1.2 Deskripsi Bisnis

Nama : CV.Trifena Caterindo

LOGO :



Gambar 1.1 Logo CV.Trifena Caterindo

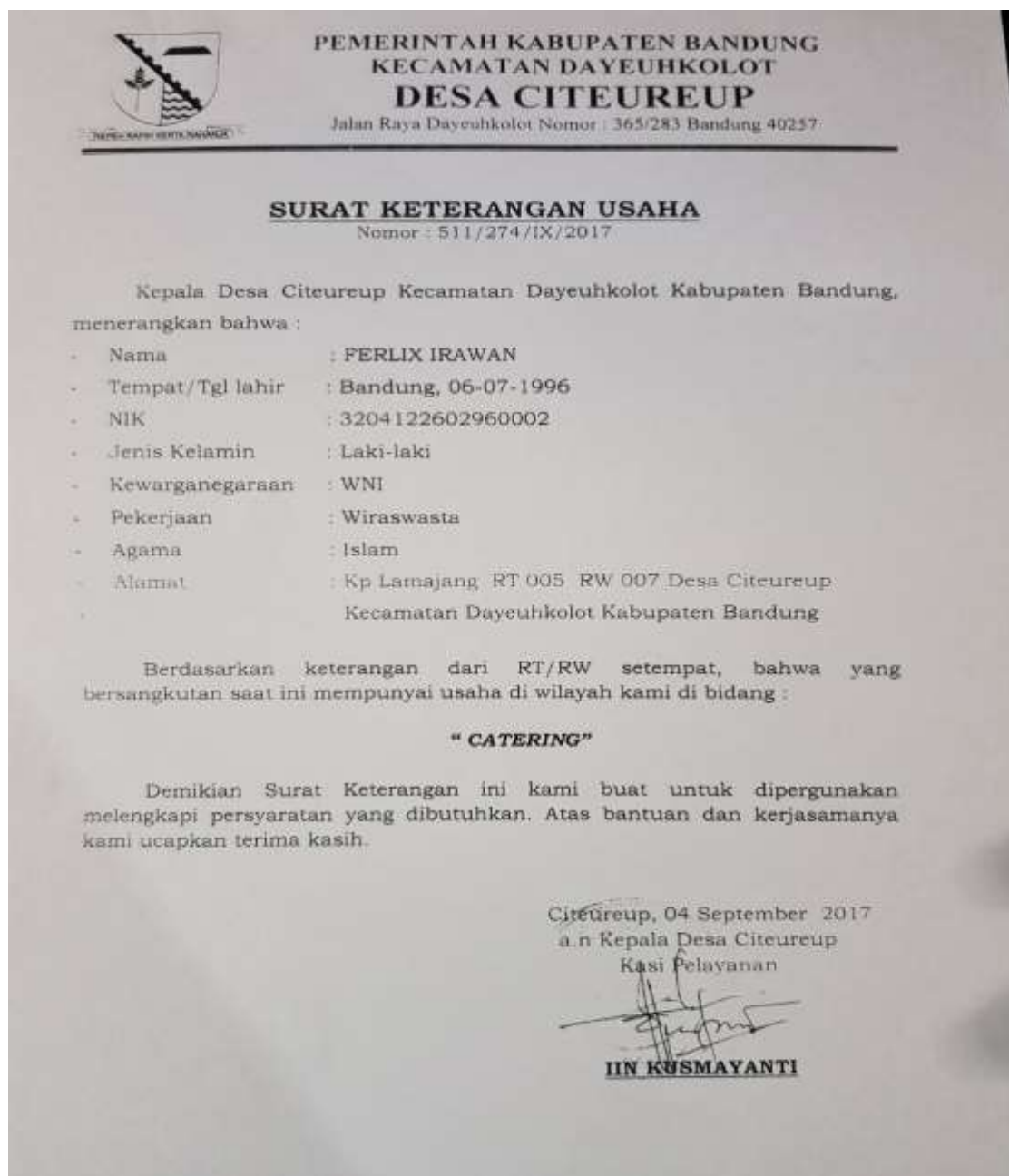
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2017)

CV.Trifena Caterindo melambangkan perusahaannya sebagai seperangkat alat makan beserta padi ditengahnya, gambar alat makan menjelaskan bahwa CV.Trifena Caterindo adalah perusahaan yang bergerak dalam jasa boga, lalu gambar padi ditengahnya menjelaskan bahwa seperti kata pepatah, semakin padi tinggi semakin merunduk, hal tersebut akan diterapkan pada perusahaan, semakin CV.Trifena Caterindo tinggi dan mencapai kesuksesan tetapi tidak semakin akuh dan sombong melainkan semakin rendah hati layaknya padi.

Bentuk Kepemilikan : *Commanditaire Vennotschap* (CV)

Perizinan :

a. Surat Keterangan Usaha (SKU)



Gambar 1.2 Surat Keterangan Usaha CV.Trifena Caterindo
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2017)

**dalam SKU terjadi kesalahan pada pengisian agama, seharusnya "Kristen".*

- b. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- c. Izin Gangguan (HO)
- d. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

•**VISI** CV.Trifena Caterindo yaitu:

Menjadi *Catering Service* yang terbaik dan dapat melayani diseluruh Indonesia.

•**MISI** CV.Trifena Caterindo yaitu:

1. Memberikan lebih dari apa yang diharapkan konsumen terhadap produk *catering* yang berkualitas melalui keunggulan Inovasi, *System Management*, dan Sumber Daya Manusia yang dimiliki .
2. Membangun Kerja sama yang baik antara perusahaan industri dan kantor di Indonesia.
3. Menjaga konsistensi mutu pelayanan.

Alamat Temat Usaha : Jl.Kopo Komplek Kopo Permai 3 Blok 38B No.29,
Margahayu, Kab Bandung, Jawa Barat 40227.