

BAB 1

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Pada zaman modern ini, bisnis kuliner menjadi salah satu bentuk bisnis yang paling banyak diminati, dapat dilihat dari banyaknya tempat makan baru yang bermunculan terutama di Kota Bandung. Berbagai macam jenis makanan bermunculan dengan ragam kreatifitas yang menarik. Makanan biasa dikreasikan menjadi makanan yang memiliki cita rasa dan nilai jual tinggi. Selain dari makanan itu sendiri tempat yang unik menjadi salah satu faktor yang menjadikan kuliner sebagai salah satu bentuk bisnis yang menjanjikan dan tidak akan pernah punah. Melihat hal tersebut penulis mengambil ide bisnis dalam bidang *food and beverage*.

Peningkatan akan makanan yang murah dan enak akan semakin meningkat seiring dengan bertambahnya waktu. Selain peningkatan kebutuhan akan makanan, pada zaman sekarang ini peningkatan akan eksistensi masyarakat terutama anak muda di dunia maya atau media sosial akan terus meningkat dengan semakin berkembangnya teknologi dan semakin maraknya penggunaan media social di kalangan anak muda.

Banyaknya jumlah wisatawan yang datang ke kota Bandung semakin meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan data, jumlah kendaraan ber plat B yang memasuki wilayah bandung berjumlah 22 ribu kendaran setiap pekannya

(Keteng,2014) Berdasarkan artikel tersebut dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan terutama yang berasal dari luar daerah Bandung sendiri sangatlah banyak. Oleh karena itu wisatawan yang datang ke Bandung merupakan konsumen potensial, karena jumlah wisatan yang datang ke kota Bandung akan menuju lokasi wisata dan membutuhkan makanan sebagai salah satu tujuan wisata yang akan mereka datangi.

Maka dari itu dengan melihat hal tersebut, penulis mengambil konsep bisnis dengan menggunakan design tempat yang mengusung tema anak muda dan unik sehingga dapat menarik minat masyarakat terutama anak muda untuk datang ke *Baho's Bistro* ini sendiri. Selain itu dengan menggunakan makanan tradisional Indonesia dan luar negeri sebagai menu utama di kombinasikan dengan lokasi yang strategis, menarik, dan unik maka peningkatan kebutuhan akan makanan dan eksistensi masyarakat dapat terpenuhi secara bersamaan. Kebutuhan akan makanan dapat terpenuhi dengan menu yang penulis tawarkan, ditambah kebutuhan akan eksistensi terpenuhi dengan lokasi yang dapat dijadikan sebagai salah satu background foto.

Target pasar penulis adalah usia 18 sampai 40 tahun yang menyukai tempat unik dengan konsep yang dapat dijadikan sebagai objek berfoto sebagai salah satu kebutuhan masyarakat terutama anak muda pada zaman sekarang. Selain itu wisatawan yang datang ke Kota Bandung sendiri menjadi salah satu target pasar penulis. Dapat dilihat semakin banyaknya wisatawan yang datang ke Kota Bandung terutama pada saat liburan atau weekend. Berdasarkan hal tersebut penulis memilih lokasi yang cukup strategis yaitu kawasan lembang yang menjadi salah satu lokasi favorite wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung.

Sesuai dengan menu yang ditawarkan oleh *Baho's Bistro*, penulis menawarkan menu makanan yang hampir jarang atau belum bisa ditemukan di tempat makan yang ada di Kota Bandung sendiri. Alasan penulis memilih menu makanan dengan konsep tradisional dengan harapan agar setiap anak muda atau remaja dapat lebih menyukai makanan tradisional Indonesia sendiri dan dapat menambah wawasan masyarakat dalam pengenalan makanan tradisional luar negeri yang selama ini belum diketahui masyarakat banyak.

Promosi yang penulis pilih dalam menjalankan *Baho's Bistro* ini melalui media sosial, web atau blog, dan dengan melakukan promosi melalui penggunaan kartu *membership card* atau pemberian kupon diskon untuk *event* tertentu. Alasan penulis memilih media sosial sebagai alat promosi dikarenakan melihat perkembangan teknologi pada zaman sekarang yang terus berkembang, semakin banyak masyarakat Indonesia terutama yang menggunakan *smartphone* sebagai salah satu alat komunikasi. Dengan menggunakan *smartphone* hampir sebagian orang memiliki media sosial terutama anak muda atau remaja sehingga lebih mudah untuk dijangkau jika menggunakan media sosial. Penggunaan kartu *membership* juga dapat menjadi salah satu promosi yang ada di *Baho's Bistro* ini dikarenakan dapat memudahkan konsumen untuk mereservasi tempat atau mendapatkan promosi tertentu berupa diskon. Selain itu penulis akan membuat satu web untuk *Baho's Bistro* ini sehingga konsumen dapat lebih mudah mengetahui apa saja tentang *bistro* ini, selain itu konsumen juga dapat memberikan kritik dan saran yang dapat membantu membangun *Baho's Bistro* ini menjadi lebih baik sehingga adanya kedekatan antara *Baho's Bistro* ini sendiri dengan konsumennya. Selain itu *Baho's Bistro* akan bekerjasama dengan

transportasi online yang dapat mempermudah konsumen yang ingin memesan makanan tanpa harus datang langsung ke *Baho's Bistro*.

Baho's Bistro menggunakan metode *Net Present Value*, *Payback Periode*, dan *Profitability Index* dalam menentukan apakah usaha ini layak dijalankan atau tidak. Berikut ini adalah uraian dari perhitungan dengan metode tersebut :

1 *Net Present Value* (NPV)

Tahun	Operating Cash Flow	Discount Factor	Present Value
Tahun 1	Rp4.520.485.851	0,8333	Rp3.766.920.860
Tahun 2	Rp5.928.511.243	0,6944	Rp4.116.758.207
Tahun 3	Rp8.580.059.038	0,5787	Rp4.965.280.165
<i>Total Present Value</i>			Rp12.848.959.232
<i>Initial Investment</i>			Rp5.601.083.219
NPV			Rp7.247.876.013

- Kriteria NPV :

$NPV > 0 \rightarrow$ Usaha layak untuk dilaksanakan

$NVP < 0 \rightarrow$ Usaha tidak layak dilaksanakan

$NVP = 0 \rightarrow$ Usaha berada pada BEP

$NVP > 0$ sehingga usaha layak untuk dilaksanakan

Hasil perhitungan NPV diatas menunjukkan bahwa $NPV = Rp7.247.876.013 > 0$ maka usaha layak untuk dijalankan.

2 *Payback Periode*

$$\begin{aligned} \text{Payback Period} &= \left(1 + \frac{(\text{Rp}5.601.083.219 - \text{Rp}4.520.485.851)}{(\text{Rp}10.448.997.094 - \text{Rp}4.520.485.851)}\right) \times 12 \\ &= 14,187 \\ &= 14 + 0,187 * 30 \text{ hari} \\ &= 14 \text{ bulan } 6 \text{ hari} \end{aligned}$$

n = Tahun terakhir dimana jumlah arus kas masih belum bisa menutup investasi mula-mula

a = Jumlah Investasi mula-mula

b = Jumlah Kumulatif arus kas pada tabel ke – n

c = Jumlah Kumulatif arus kas pada tahun ke n + 1

Kesimpulan :

- Artinya dana yang tertanam dalam aktiva sebesar Rp5.601.083.219 , akan dapat diperoleh kembali dalam jangka waktu 1 tahun 2 bulan 6 hari.

3 *Profitability Index*

$$\text{Profitability Index (PI)} = \frac{\text{Total Present Value}}{\text{Total Investment}}$$

$$\text{Profitability Index (PI)} = \frac{\text{Rp}12.848.959.232}{\text{Rp}5.601.083.219}$$

$$= 2,29$$

Kesimpulan PI > 1 maka usaha layak untuk dijalankan.

1.2 Deskripsi Bisnis

1. Nama Perusahaan : *Baho's Bistro*

Nama Baho's diambil oleh penulis berdasarkan nama keluarga penulis. Baho's sendiri memiliki arti yaitu Bandung *House*. Penulis berharap dengan penggunaan nama tersebut setiap konsumen yang datang ke *Baho's Bistro* dapat merasakan kenyamanan seperti berada di rumah sendiri ditambah dengan adanya konsep alam dan pencampuran konsep anak muda yang dapat membuat setiap konsumen yang datang merasa nyaman.

2. Logo



Gambar 1.1.1 Logo *Baho's Bistro*

Keterangan :

- Penggunaan kotak dalam logo *Baho's Bistro* melambangkan kejujuran dan stabilitas. *Baho's Bistro* akan selalu berusaha melakukan yang terbaik dalam pelayanan terhadap konsumen. Kejujuran selalu dijadikan sebagai pegangan *Baho's Bistro* dalam menjalankan bisnisnya baik dalam

pemberian harga dan pelayanan. *Baho's Bistro* akan memberikan makanan dengan rasa yang enak dan tidak berubah setiap harinya, baik pada saat suasana sedang ramai dan tidak.

- Penggunaan warna hijau melambangkan penggunaan konsep alam yang diusung oleh *Baho's Bistro*. Selain itu warna hijau melambangkan keharmonisan yang akan selalu dijaga antara *Baho's Bistro* dan setiap pelanggannya dengan memberikan yang terbaik baik dalam pelayanan dan penyajian makanan yang selalu konsisten.
- Penggunaan warna coklat melambangkan kebahagiaan dan nostalgia. Penulis berhadap setiap konsumen yang datang ke *Baho's Bistro* bisa merasa bahagia dan dapat bernostalgia dengan berkumpul bersama keluarga, teman, dan yang lainnya saat berada di *Baho's Bistro*.
- Huruf B pada logo *Baho's Bistro* melambangkan nama dari bistro ini sendiri.

3. Bentuk kepemilikan : Perorangan

4. Visi :

- Menjadikan BAHO'S Cafe and Resto sebagai pilihan utama di Bandung

5. Misi :

- Menjadikan *Baho's Bistro* sebagai tempat rekreasi dan bersantai yang nyaman
- Menyajikan makanan dan minuman yang berpotensi menjadi wisata kuliner nasional

- Memberikan pelayanan yang dapat memuaskan konsumen baik dari segi keramahan maupun penyediaan produk dan kebersihan lokasi
- Menyediakan produk kualitas yang baik dengan harga terjangkau bagi masyarakat

