

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

WooKitchen adalah bisnis yang bergerak di bidang kuliner dengan konsep *lunchbox*. Usaha di bidang kuliner adalah salah satu yang digemari banyak pebisnis di Kota Bandung.

Bandung dikenal sebagai kota kembang dikarenakan suhu udara yang sejuk dan alam yang indah. Hal ini memungkinkan Bandung cocok dijadikan sebagai tempat wisata alam dan wisata kuliner. Potensi inilah yang membuat penulis memilih Konsep *lunchbox* dengan harga yang terjangkau dapat menjadi terobosan baru dalam dunia kuliner di Bandung. Karena konsep *lunchbox* jaman sekarang merupakan ide bagus karena dimana kota Bandung juga sudah mulai menjadi kota yang dapat terbilang jumlah penduduknya banyak dan produktif. Dimana Hal ini didasari oleh data dari BPS yang menunjukkan adanya perkembangan sebesar 9,82% pertahun pada bagian Penyedia Akomodasi dan Makan Minum. Namun jika produk tidak inovatif dan juga tidak bersaing secara kualitas juga harga, maka berbisnis di dunia kuliner tidak akan berjalan dengan baik.

WooKitchen bergerak di bisnis makanan online dengan berbagai varian *menu* yang bermacam-macam. Hal ini didasari atas survey yang penulis lakukan yaitu melalui survey online.

Target pasar yang akan dituju adalah anak sekolah, mahasiswa, dan karyawan yang bekerja disekitar area Bandung. Hal ini didasari atas kecanggihan teknologi yang membuat belanja dan memesan makanan jaman sekarang sudah bisa online dan bisa preorder.

WooKitchen akan memfokuskan penggunaan media promosi secara *online* di dunia maya dikarenakan usia dari target pasar kami adalah 18 sampai 34 tahun yang mana memilih media online sebagai media informasi mereka. Kesimpulan tersebut penulis dapatkan dari survey yang dilakukan oleh e-Marketers pada tahun 2013. Namun WooKitchen pun tidak melupakan promosi secara *offline* dengan cara bekerjasama dengan beberapa brand, bank, dan komunitas secara berkala.

Berdasarkan perhitungan kelayakan investasi, Wookitchen memiliki perkiraan penjualan sebesar Rp.862,500,000 pada tahun pertama, Rp. 948,750,000 pada tahun kedua, Rp. 1,043,625,000 pada tahun ketiga. Nilai tersebut memperlihatkan pertumbuhan usaha ini. Untuk perhitungan net present value diperoleh dengan hasil Rp. 511,068,462,00. dan payback period yang diperoleh dari hasil perhitungan memperlihatkan bahwa dalam waktu yaitu 3 bulan.

1.2 Deskripsi Bisnis

Wookitchen adalah sebuah bisnis lunchbox dengan varian menu yang bermacam-macam. Nama Wookitchen sendiri terinspirasi oleh marga owner yaitu Wu lalu

dibuat jadi update menjadi woo.Sedangkan kitchen yaitu berarti dapur ,dimana dapur adalah tempat yang paling disenangi oleh chef dan orang-orang yang senang masak dalam membuat karya makanan yang beraneka ragam. Sesuai dengan konsep kami yang memakai lunchbox sebagai alat penyajian, nama Wookitchen memberikan kesan homey dimata konsumen.



Gambar 1.1 : Logo Wookitchen

Pemakaian logo dari Wookitchen sendiri memiliki arti :

1. Warna Orange : Orange ialah kombinasi warna merah dan kuning. Merupakan warna hangat dan ramah yang membuat orang merasa nyaman. Orange berhubungan dengan cakra sakral dan diyakini bermanfaat untuk ginjal, saluran kemih dan organ reproduksi. Dia juga meningkatkan metabolisme, memperkuat paru-paru, limpa dan pankreas. Oranye adalah hasil peleburan merah dan kuning, sehingga efek yang di hasilkan masih tetap sama, yaitu kuat dan hangat. Oleh karena itu warna orange sangat cocok untuk bisnis di dunia kuliner.
2. Warna Putih :Putih juga meberikan aura kebebasan dan keterbukaan. Putih adalah warna yang murni, tidak ada campuran apapun. Makanya sering di

anggap sebagai warna yang menimbulkan efek suci dan bersih. Ketika kita ingin membuat desain yang simple dan minimalis, menggunakan warna putih adalah langkah yang tepat.

3. **Warna Hitam** :Menyangkut tulisan dan buletan yang melingkari brand maknanya yaitu Hitam adalah warna yang gelap, suram, menakutkan tetapi elegan. Dengan pemahaman efek dari berbagai macam warna ini maka Akarapi mampu menerapkannya dalam dunia komunikasi visual, marketing, materi promosi (brosur, undangan, x banner, leaflet) , corporate identity (kop surat, kartu nama, amplop) hingga pembuatan desain logo perusahaan yang menjadi titik awal dari program branding yang sukses dan berhasil. Warna berfungsi untuk memberikan vibrasi tertentu di dalam suatu desain logo. Begitu hebatnya kekuatan warna, sehingga bisa memberikan efek psikologis dan kesan yang mendalam kepada semua orang yang melihatnya.

Visi

Menjadi perusahaan di bidang kuliner kelas menengah dengan konsep lunchbox yang terdepan dan tersukses di Indonesia di tahun 2025.

Misi

1. Memberikan produk dengan kualitas yang baik dan konsisten.
2. Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan
3. Mengembangkan inovasi-inovasi baik dalam produk maupun pelayanan
4. Selalu mengutamakan kepuasan konsumen

Tujuan

1. Finansial :

- a) Memberikan keuntungan maksimum bagi para *stake- holder*.
- b) Memiliki Franchise di seluruh provinsi di Pulau Jawa.

2. Non-Finansial:

- a) Memberikan lapangan kerja pada orang yang membutuhkan dan melatihnya agar sesuai dengan *standart* perusahaan.
- b) Memiliki kesan positif kepada konsumen dengan pelayanan yang baik.

