

# BAB I

## RINGKASAN EKSEKUTIF

### 1.1. Deskripsi Konsep Bisnis.

Rumah makan merupakan salah satu usaha yang terus berkembang di Indonesia. Tahun demi tahun usaha rumah makan selalu meningkat karena usaha ini tidak ada matinya akan selalu ada makanan baru hasil karya setiap orang yang selalu menarik perhatian konsumen. Setiap rumah makan selalu memiliki ciri khas yang menjadi keunggulannya masing - masing. Keunggulan yang dimiliki baik dalam rasa makanan maupun dari cita rasa makanan yang disajikan oleh rumah makan tersebut. Rumah makan sekarang menjadi salah satu hal yang dibutuhkan oleh masyarakat terutama bagi para pekerja yang tidak sempat memasak atau bagi orang yang mobilitasnya tinggi.

Sekarang di kota-kota besar besar di Indonesia rumah makan tidak hanya sekedar tempat untuk menikmati makanan tetapi ada fungsi lain yang menjadi tempat penting bagi sebagian besar orang yaitu, menjadi wadah untuk bersosialisasi. Ini merupakan alasan kuat mengapa rumah makan masih menjadi salah satu usaha yang sangat menjanjikan. Dengan adanya alasan kuat tersebut maka orang tua penulis membuka usaha rumah makan di Bengkulu. Jenis makanan yang di jual adalah makanan laut, makanan laut dipilih karena Bengkulu merupakan daerah yang terletak di sepanjang garis pantai di pulau Sumatera, sehingga bahan baku sangat mudah didapatkan.

Konsumsi ikan di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun serta dengan adanya kampanye untuk konsumsi ikan yang dilakukan oleh menteri kelautan dan perikanan yaitu Dr. (HC) Susi Pudjiastuti akan

berdampak pada semakin tingginya minat masyarakat untuk mengonsumsi berbagai makanan yang berbahan baku dari ikan.

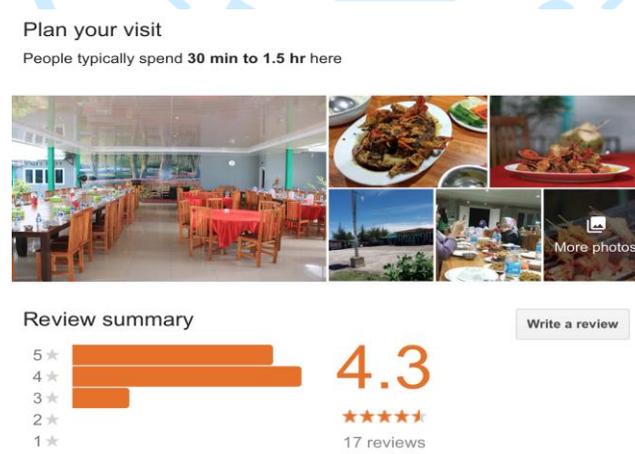
**Tabel 1.1 Tingkat Konsumsi Ikan**

Tingkat Konsumsi Ikan (Kg/Kapita/Tahun).					
ParamKonsumsiIkan	2012	2013	2014	2015	2016
Konsumsi ikan perkapita	33,89	35,21	38,14	41,11	43,88

Sumber : Ditjen PDSPKP.

Dengan adanya peningkatan dari tahun ke tahun dan tingginya minat masyarakat akan konsumsi makanan laut sehingga orang tua penulis membuka usaha rumah makan seafood. Serta masih jarang pesaing yang ada dengan citarasa masakan yang sama. Rumah makan Laurent merupakan rumah makan laut (*seafood*) yang diperoleh dari hasil laut daerah sekitar atau Bengkulu sendiri. Dengan harga yang kompetitif serta cita rasa yang unggul dan memiliki cirikhas tersendiri yaitu asam, manis, dan pedas menjadikan rumah makan yang dipercaya dan diakui oleh masyarakat Bengkulu akan kelezatan masakannya.

**Gambar 1.1 Review pengunjung rumah makan Laurent**



Sumber : Google Map (2017)

Fasilitas yang lebih dari sekedar rumah makan lain di Bengkulu, dimiliki oleh rumah makan Laurent seperti *live music* yang memberikan hiburan pada setiap pengunjung yang datang untuk menikmati berbagai hidangan. Rumah makan Laurent memiliki desain yang masih tradisional dimana kurangnya sentuhan dekorasi di beberapa bagian pada rumah makan ini. Rumah makan Laurent sudah melayani konsumennya sejak tahun 2000 sehingga telah terbukti dan terjamin mengenai rasa dan kualitas makanannya. Sehingga nama Laurent telah tertanam dibenak para konsumen (*Brand Image*), khususnya masyarakat Bengkulu. Kepiting rica-rica dan ikan woku merupakan makanan andalan, dengan citarasa yang khas seperti asam, manis, pedas, gurih, serta manisnya daging dari ikan maupun kepiting yang berpadu menjadi satu merupakan hasil kreasi dari sang koki. Namun rumah makan Laurent masih kurang dalam desain sehingga pada konsumen yang menikmati makanan kurang merasa nyaman. Baik dari segi tata cahaya maupun dekorasi dan warna yang dipilih kurang memiliki keserasian. Sehingga diperlukan penataan dan desain baru untuk menunjang kemajuan rumah makan ini.

Lokasi merupakan hal penting dalam sebuah usaha, begitu juga dengan rumah makan Laurent yang memilih lokasi di pasar berkas, Bengkulu yang merupakan salah satu lokasi wisata pantai yang terkenal dengan keindahan dan keasrian lautnya. Layanan katering pun disediakan selain menjadi peluang usaha lainnya, layanan ini juga untuk memenuhi berbagai kebutuhan konsumen dalam mengadakan berbagai acara. Layanan katering rumah makan Laurent telah dipercaya dan diakui oleh masyarakat dengan keunggulan rasa makanannya.

## Gambar 1.2 review layanan catering rumah makan Laurent



Sumber : Google Map.

Pelayanan yang diberikan rumah makan Laurent tidak hanya bagi masyarakat pada umumnya tetapi juga melayani berbagai kantor dan lembaga pemerintahan. Dengan tingginya kepercayaan yang diberikan masyarakat pada rumah makan Laurent menjadikannya sebagai salah rumah makan yang menguasai pasar di Bengkulu.

Dalam setiap usaha tentu ada pesaing dan setiap usaha tentu memiliki keunggulan masing-masing, begitu pula pada rumah makan Laurent. Terdapat empat pesaing dimana terdiri dari dua rumah makan seafood dan satu rumah makan *chinese food* yang termasuk rumah makan yang memegang pasar atau menjadi *favorite* masyarakat di Bengkulu. Salah satu pesaing seperti rumah makan Kampoenng Pesisir memiliki desain tempat yang lebih menarik, sistem manajemen yang lebih professional dan tatacara pelayanan yang jauh lebih baik. Serta beberapa rumah makan *seafood* lain yang menjual makannya dengan harga relatif lebih murah.

Varian menu masakan seafood seperti kepiting, ikan, cumi-cumi, dan udang yang diolah dengan beraneka bumbu masakan yang dipadukan dengan berbagai aneka bumbu seperti rica, woku, sama manis pedas dan lainnya. Porsi yang ditawarkan oleh rumah makan Laurent memiliki ukuran yang besar, untuk satu porsi bisa dinikmati oleh 5-6 orang. Bahan baku merupakan hal penting dalam menentukan citarasa makanan, maka bahan baku yang berasal dari hasil laut dari nelayan sekitar, dengan konsep yang masih tradisional tentunya proses dan pengelolaan makanan dari setiap menu menggunakan bahan baku yang masih segar tanpa menggunakan bahan baku siap saji.

Setiap rumah makan tentu memiliki target pasar sendiri-sendiri baik menurut lokasi maupun menurut golongan - golongan pada masyarakat seperti usia, status social maupun yang lainnya. Rumah makan Laurent juga memiliki target pasarnya sendiri. Target pasar rumah makan Laurent bukan hanya masyarakat yang memiliki penghasilan saja tetapi juga organisasi - organisasi atau perusahaan-perusahaan, serta lembaga pemerintahan di Bengkulu. Target pasar yang seperti ini sangat potensial karena banyaknya acara-acara yang diadakan terutama pada hari-hari besar seperti puasa, lebaran serta hari raya - hari raya lainnya.

**Tabel 1.2 Perkembangan Lalu Lintas pesawat udara komersil, Penumpang, dan barang memalui angkatan udara bandara Fatmawati Soekarno.**

Rincian	Satuan	Juli-14	Juni-15	Juli-15	% Perbhn Juli'15 thd Juni'15	Jan-Juli' 2014	Jan-Juli 2015	% Perubahan Jan-Juli'15 terhadap Jan-Juli'14
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
<b>Penerbangan</b>								
Datang	unit	275	301	376	24,92	1.833	1.934	5,51
Berangkat	unit	275	301	376	24,92	1.831	1.933	5,57
Total	unit	550	602	752	24,92	3.664	3.867	5,54
<b>Penumpang</b>								
Datang	orang	34.149	33.613	43.327	28,90	215.587	219.192	1,67
Berangkat	orang	27.872	32.385	40.956	26,47	213.402	219.362	2,79
Total	orang	62.021	65.998	84.283	27,71	428.989	438.554	2,23
<b>Barang</b>								
Bongkar	Kg	179.694	196.146	154.562	(21,20)	1.364.039	1.209.617	(11,32)
Muat	Kg	38.013	43.153	51.050	18,30	283.643	388.022	36,80
Total	Kg	217.707	239.299	205.612	(14,08)	1.647.682	1.597.639	(3,04)

Sumber : Bandara Fatmawati Bengkulu.

Bengkulu juga memiliki banyak upacara - upacara adat yang dilakukan , salah satu upacara adat yang selalu dilakukan setiap tahunnya adalah upacara adat atau festival tabot. Pada perayaan ini banyak turis lokal, mancanegara serta pejabat - pejabat pemerintahan yang datang untuk menyaksikan festival ini. Sehingga wisatawan juga merupakan salah satu target pasar potensial dari rumah makan Laurent.

Strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran (Kotler; 2004:81). Pemasaran yang dilakukan oleh rumah makan Laurent adalah dengan menggunakan media social seperti instagram yang merupakan aplikasi untuk mengupload foto yang sangat populer di berbagai kalangan untuk saat ini, google map merupakan sala satu sarana pemasaran untuk memberitahukan lokasi rumah makan serta terdapat kolom review untuk menuliskan kritik dan saran mengenai restaurant. Selain itu Rumah makan

Laurent merupakan salah satu tujuan wisata kuliner di Bengkulu. Salah satu cara promosi yang tidak kalah penting dan selalu dilakukan oleh rumah makan Laurent adalah dengan membangun relationship dengan setiap konsumen karena ini merupakan salah satu ciri khas dari masyarakat Bengkulu sendiri yaitu kekeluargaan yang masih erat.

Pada awalnya rumah makan ini di dirikan dari modal perorangan yang memulai usahanya dengan berjualan dengan tenda di depan rumah. Yang kemudian owner membeli tempat baru untuk pengembangan awal rumah makan. Untuk pengembangan lebih besar lagi owner membuka cabang di tempat usaha yang sekarang berlokasi dipinggir pantai dimana seluruh modalnya diambil dari hasil penjualan yang ada. Penjualan rumah makan Laurent mengalami naik turun yang biasa disebabkan oleh beberapa faktor seperti cuaca, hasil perkebunan, serta faktor ekonomi lainnya. Namun penjualan akan sangat meningkat tajam pada saat hari raya puasa dimana banyak konsumen yang memesan untuk acara buka bersama serta beberapa hari raya lainnya. Rumah makan Laurent merupakan salah satu rumah makan dan jasa layanan catering yang terbesar dan terpercaya di Bengkulu. Sehingga terjadi peningkatan permintaan konsumen dari tahun ke tahun. Terbukti dari peningkatan pesanan tiap minggunya.

## **1.2 Deskripsi Bisnis.**

Rumah makan Laurent merupakan rumah makan yang didirikan langsung oleh bapak Heriwanto Tjahya atau pada tahun 2000an, sehingga seluruh urusan perizinan diurus dan diselesaikan oleh bapak Heriwanto langsung. Nama Laurent diambil dari nama panggilan sehari-hari dari bapak Heriwanto, karena sebagian besar masyarakat mengenal nama bapak Heriwanto adalah Laurent sehingga nama tersebut akan mudah diingat dalam benak masyarakat.

Logo :

**Gambar 1.3 Logo Rumah Makan Laurent**



Sumber : Dokumentasi Pribadi (2017)

Logo pada rumah makan Laurent diambil dari inisial atau huruf awal dari nama Laurent, yang terlihat lentur bagaikan batang tumbuhan merambat. Tumbuhan merambat mampu menjalar dan menembus berbagai cela yang ada dan memenuhi seluruh permukaan yang ada. Owner ingin bisnis ini bisa terus berkembang dan menembus berbagai kalangan maupun berbagai daerah yang ada di Indonesia dan mampu terus bertumbuh besar.

Bentuk Kepemilikan merupakan hal penting dalam setiap usaha karena ini berhubungan dengan hak cipta maupun urusan pajak dan lain-lainnya. Setiap usaha wajib memiliki (SIUP) surat izin usaha, semua perizinan wajib diurus dan dimiliki setiap rumah makan agar rumah makan tersebut menjadi rumah makan yang legal. Legalitas diperlukan agar terjaminnya hak dan kewajiban rumah makan maupun konsumen, sehingga semua pihak mendapatkan perlindungan dari hukum. Berikut *profile* rumah makan Laurent di Bengkulu:

- a. Bentuk Kepemilikan : Perseorangan
- b. Nama : Rumah makan Laurent
- c. No Telp : 0852609839025
- d. Kegiatan usaha : menjual makanan seafood
- e. Nomor ijin usaha : 19384905889

Visi :

Menjadi Rumah makan Seafood yang terkenal di Indonesia.

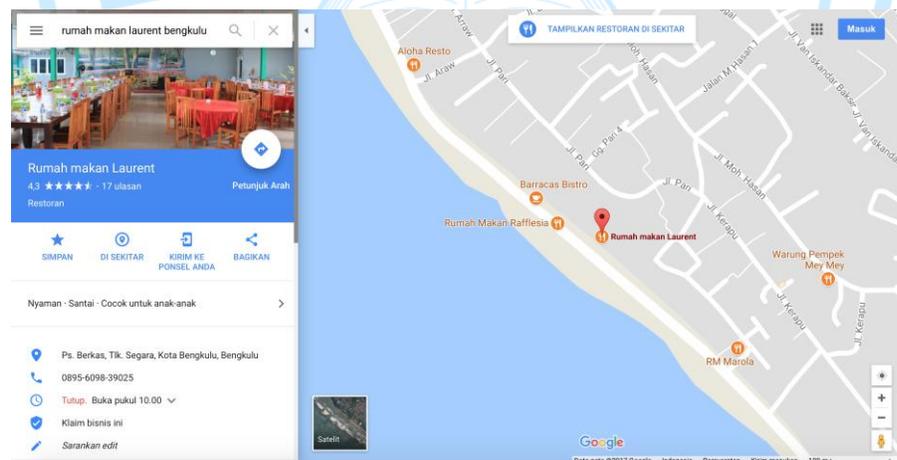
Misi :

1. Memberikan citra rasa yang khas.
2. Memberikan kualitas seafood yang unggul.
3. Memberikan suasana dan pelayanan yang terbaik demi kenyamanan konsumen.

Alamat Tempat Usaha :

Jalan Pasar Berkas Bengkulu

**Gambar 1.4 Denah lokasi rumah makan Laurent**



Sumber : Google Map (2017)