

# BAB I

## RINGKASAN EKSEKUTIF

### 1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Kartofel adalah perusahaan yang bergerak di bidang kuliner. Penulis berencana membuka usaha ini berdasarkan pengalaman pribadi. Penulis pertama kali mencoba keju *raclette* di “Willie Brothers Steak & Cheese” di Kota Jakarta. Saat itu “Willie Brothers Steak & Cheese” mengenalkan pertama kali penyajian *steak* disatukan dengan keju *raclette* yang dipanaskan oleh koki lalu mengantarkan keju tersebut menggunakan troli khusus dan pelayan tersebut mengerik keju tersebut kepada hidangan yang disajikan. Maka penulis berkeinginan membuka bisnis kuliner di Kota Bandung dimana keju *raclette* dihidangkan oleh makanan cepat saji seperti kentang goreng atau bahan baku lainnya.

Kota Bandung merupakan kota metropolitan di Jawa Barat, sekaligus menjadi ibukota provinsi dan menjadi kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya dari segi jumlah penduduk (<https://www.property-bandung.com/bandung-kota-metropolitan/>). Menurut Ketua Kadin Kota Bandung Deden Y Hidayat, berdasarkan data BPS jumlah pelaku usaha di Kota Bandung hanya sekitar 4 persen, dimana ideal untuk kota Bandung sebesar 8 persen ([jabartoday.com](http://jabartoday.com)). Jadi peluang bagi perekonomian semakin besar, sebab pelaku usaha di kota Bandung masih sedikit.

Selain itu menurut Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI) Jawa Barat mencatat pertumbuhan pusat pembelanjaan meningkat secara

signifikan sebanyak 25 pusat pembelanjaan di kota Bandung, dan masih terbuka lebar mengingat tingkat pertumbuhan ekonomi tergolong tinggi ([www.ayobandung.com](http://www.ayobandung.com)). Dari data tersebut penulis merencanakan membuka Kartofel di salah satu pusat pembelanjaan di Kota Bandung yaitu *Trans Studio Mall*, dengan alasan *Trans Studio Mall* merupakan salah satu pusat pembelanjaan terbesar di Kota Bandung dan penulis telah mengenal *layout* tempat tersebut serta mengetahui harga sewa yang ditawarkan oleh *Trans Studio Mall*.

Kartofel akan menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan yang cukup ketat, karena konsep yang ditawarkan cukup persis seperti “Hi Fries” dan “Potato Corner”. Tetapi pesaing di atas mengembangkan dan mengutamakan bahan pokok utamanya yaitu kentang goreng. Penulis menawarkan nilai lebih dari pesaing diatas contohnya penulis menawarkan harga yang sebanding. Selain dari harga, penulis juga memberikan nilai tersendiri yaitu bahan pokok yang berkolaborasi dengan *topping*, dan penulis lebih menonjolkan *topping* dibandingkan bahan pokoknya.

Keju *Raclette* adalah keju asal Prancis yang berasal dari Bahasa Prancis yaitu “*racler*” yang berarti “mengerik”. Keju *Raclette* sangat populer di negara Swedia dan Prancis karena hidangan yang didasarkan memanaskan bagian rata lalu mengeriknya terhadap hidangan yang disajikan. Produk yang akan Kartofel tawarkan adalah *french fries* dengan keju *raclette*. Kandungan gizi kentang antara lain meningkatkan fungsi otak, melindungi jantung, dan lain-lain. Sedangkan kandungan gizi keju *raclette* antara lain menguatkan tulang, membantu pertumbuhan jaringan mata, dan lain-lain.

Usaha Kartofel ini cocok dikembangkan di sekitar lokasi menengah ke atas seperti contohnya pusat perbelanjaan di Kota Bandung, karena kualitas dan harganya yang pas, serta dalam memproduksinya tidak terlalu rumit. Kartofel ini diolah melalui proses memasak yang sangat dijaga kualitasnya. Penulis akan melakukan usaha penjualan Kartofel yang akan mengadopsi sistem makanan siap saji yaitu penyajiannya selalu panas tapi tentunya dengan harga yang lebih murah dari makanan siap saji lainnya.

Target pasar yang dituju oleh Kartofel adalah masyarakat untuk kaum menengah keatas, dimana mayoritas adalah kaum remaja yang berumur 15-25 tahun yang menyukai *topping* yang unik dibandingkan *street food* lainnya. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kartofel adalah dengan menggunakan aplikasi media sosial *Instagram*, dimana *Instagram* adalah salah satu aplikasi berbasis mengirimkan berbagai foto dan video dan membagikan ke sesama pengguna aplikasi *Instagram* atau aplikasi lainnya. Selain menggunakan media sosial penulis menggunakan WOM (*Word of Mouth*) karena memanfaatkan relasi yang dimiliki oleh penulis dalam menyampaikan informasi secara langsung dan *feedback* pelanggan kepada Kartofel.

Untuk menjalankan bisnis ini Kartofel menggunakan modal awal sebesar Rp. 134.529.250 dimana sumber dananya didapatkan dari penulis sendiri. Dalam perhitungan *net present value* diperoleh hasil perhitungan sebesar Rp. 334.041.133, *payback period* yang diperoleh dari hasil perhitungan memperlihatkan bahwa dalam waktu 10 bulan dan 12 hari bisnis ini dapat mencapai modalnya kembali. Sedangkan *profitability index* yang diperoleh sebesar 3,48 atau lebih besar dari 1 sehingga menunjukkan bahwa bisnis ini layak

untuk dijalankan. Berdasarkan perhitungan analisis kelayakan investasi tersebut, selama usaha ini berjalan dapat dikatakan menguntungkan. Keuntungan yang dihasilkan digunakan untuk pengembangan usaha kedepannya.

## 1.2 Deskripsi Bisnis

Kartofel merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kuliner. *Kartofel* berasal dari Bahasa Rusia yang jika diartikan ke dalam Bahasa Indonesia adalah kentang. Kartofel memiliki logo yang berfungsi sebagai identitas perusahaan. Logo yang dimiliki Kartofel dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



**Gambar 1.1 Logo Kartofel**

Sumber: Dokumentasi Pribadi

### Deskripsi Logo:

- Logo tersebut seperti berbentuk wadah dan terbagi dua, yang artinya memiliki dua jenis bahan baku
- Logo keju menyediakan *topping* jenis keju
- Logo padi menyediakan makanan jenis karbohidrat
- Arti dari *quote* “*Cuz you’re the boss*” menekankan konsumen adalah raja.

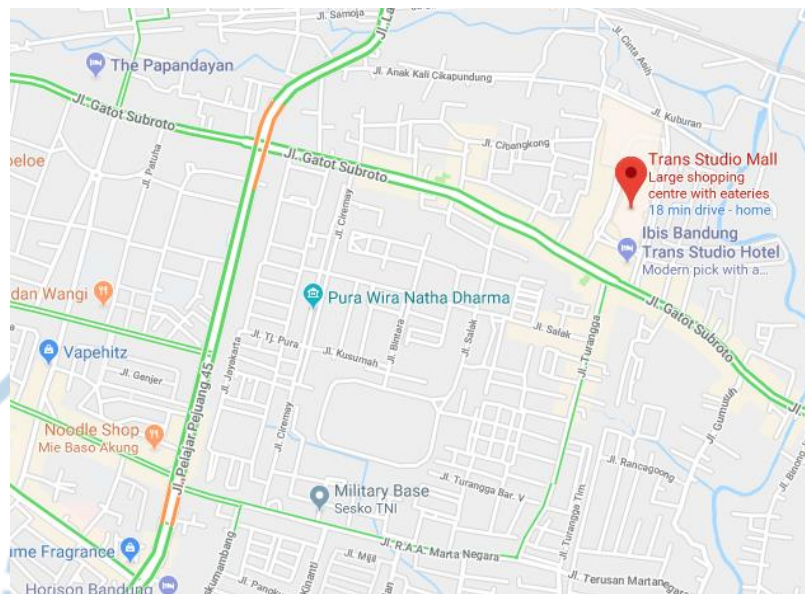
### VISI

Membuat *brand* Kartofel dikenali se-Indonesia dan menambah lapangan pekerjaan dengan pelayanan yang terbaik.

### MISI

- Membuat makanan penulis se-Kreatif mungkin dengan melihat perkembangan kuliner di Kota Bandung
- Memberikan layanan kepada konsumen sebaik mungkin
- Menjaga kualitas makanan agar menjadi yang terbaik
- Meningkatkan nilai perusahaan melalui kreativitas, inovasi, dan pengembangan kompetensi sumber daya manusia.
- Dalam kurun waktu lima tahun kedepan Kartofel merencanakan untuk menambah inovasi *topping-topping* lainnya.

Kartofel memilih lokasi pusat perbelanjaan *Trans Studio Mall* di Lantai 2 yang terletak di Jalan Jendral Gatot Subroto No. 289, Cibangkong, Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat. Berikut ini merupakan peta lokasi Kartofel:



**Gambar 1.2 Peta Lokasi Kartofel**

Sumber: *Google Maps*

Bentuk kepemilikannya adalah perusahaan perseorangan, karena dengan begitu penulis secara langsung terjun ke lapangan tanpa paksaan siapa pun dan seluruh modal di tanggung oleh penulis sendiri. Untuk menjalankan usaha Kartofel sebenarnya tidak memerlukan sistem perizinan yang rumit, cukup dengan mendatangi bagian Tim Pemasaran dari *Trans Studio Mall*. Kartofel dapat membuka usahanya apabila telah memenuhi persyaratan yang diajukan oleh bagian pemasaran dari *Trans Studio Mall*.