

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi konsep bisnis

Ekonomi di Indonesia sampai dengan triwulan III-2017 (c-to-c) tumbuh 5,03 persen. Dari sisi produksi, pertumbuhan didorong oleh semua lapangan usaha (www.bps.go.id, 21 Februari 2018). Pertumbuhan perekonomian di Indonesia ini berarti cukup dipengaruhi oleh lapangan usaha yang muncul dan berkembang di berbagai lokasi di Indonesia.

Menurut Kuznets pertumbuhan ekonomi adalah kenaikan jangka panjang dalam kemampuan suatu negara untuk menyediakan semakin banyak jenis barang-barang ekonomi kepada penduduknya, kemampuan ini tumbuh sesuai dengan kemajuan teknologi, dan penyesuaian kelembagaan dan ideologis yang diperlukannya (Jhingan, 2010). Dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan ekonomi adalah perkembangan dalam kegiatan ekonomi yang ditandai dengan kenaikan output barang dan jasa sehingga berakibat pada kenaikan pendapatan per kapita. Semakin tinggi pendapatan perkapita penduduk suatu negara, semakin tinggi pula daya beli penduduk negara tersebut.

Banyaknya tingkat usaha kecil menengah yang mulai semakin berkembang di beberapa kota besar maupun kota kecil menyebabkan pesatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Barat (Jabar) hingga 2017, tercatat 129.191 wirausaha baru di Jabar. Artinya, program mencetak seratus ribu wirausaha baru di Jabar sudah terlampaui

(www.nasional.tempo.co, 22 Februari 2018). Salah satu daerah di Jawa Barat yang memiliki peranan yang sangat baik dalam membangun perekonomian kerakyatan guna menopang perekonomian nasional adalah kota Tasikmalaya. Dari data Laporan Keterangan Pertanggungjawaban Akhir Masa Jabatan Wali Kota Tasikmalaya periode 2013-2017, pada tiga tahun terakhir kinerja perekonomian Kota Tasikmalaya mengalami pertumbuhan positif. Laju pertumbuhan ekonomi pada 2012 hanya 5,89. Sementara pada 2016, laju pertumbuhan ekonomi meningkat menjadi 6,91. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) per kapita Kota Tasikmalaya juga terus mengalami peningkatan selama periode 2012-2015. Rata-rata mencapai lebih dari 10% per tahunnya (www.pikiran-rakyat.com, 22 Februari 2018).

Kota Tasikmalaya merupakan geografis memiliki posisi yang strategis yaitu berada di bagian Tenggara wilayah Propinsi Jawa Barat. Dimana pusat bisnis di wilayah Priangan Timur ini mencapai hampir seperlima dari total keseluruhan wilayah Jawa Barat. Saat ini di Tasikmalaya bermunculan komunitas kreatif dengan berbagai latar belakang. Salah satunya yang mulai eksis adalah komunitas Wisata Kuliner Tasik (WKT). Berangkat dari adanya kesamaan minat beberapa orang pecinta dan penikmat kuliner di Tasikmalaya, berdirilah WKT dengan visi terwujudnya Tasikmalaya sebagai kota Wisata Kuliner. Dengan melihat Posisi kota Tasik yang strategis dari segi geografi dan kepadudukan pelajar yang cukup tinggi serta faktor pendukung lainnya, mendorong mudahnya pergerakan penjualan suatu produk di Kota Tasikmalaya. Hal ini akan membawa kesuksesan bagi bisnis kuliner yang mencoba peruntungan di kota Tasikmalaya. Dapat lihat dari banyaknya usaha-usaha yang mulai bermunculan terutama bidang kuliner yang paling dinikmati, salah satunya yaitu *Café*. Banyaknya

usaha *café* yang mulai berkembang menandakan besarnya tingkat pertumbuhan penduduk dan permintaan atas *café* di Jawa Barat.

Melihat peluang tersebut penulis mengusung konsep bisnis yang bergerak di bidang kuliner, berbentuk *café* yang menyajikan makanan dan minuman khas Bali dengan nuansa Bali yang sebelumnya belum pernah ditemukan di kota Tasikmalaya. Seperti yang kita ketahui, Bali tidak hanya terkenal dengan kekayaan alam yang indah, serta budaya beragam namun kuliner khas Bali pun mampu menggoda para wisatawan untuk mencicipinya. Makanan Bali memiliki cita rasa khas dan unik yakni asin, pedas, berminyak dan aroma rempah-rempah yang khas yang umumnya berasal dari jeruk limau. Selain itu makanan tradisional Bali diolah dan dibuat oleh masyarakat lokal Bali secara turun temurun dengan menggunakan perpaduan bumbu lokal (*basa*) yang memiliki rasa dan aroma khas yang membedakan dengan daerah lainnya. Oleh karena itu pengembangan kuliner khas Bali sebagai makanan tradisional harus tetap terus dilanjutkan agar tetap menjadi tuan rumah, jangan sampai generasi muda lebih mencintai kuliner luar. Namun nama atau orang asli Bali yang digunakan dalam pemasaran kuliner Bali tetap merupakan citra sendiri yang memperkuat originalitas dan kekhasan. Memang semua orang di seluruh dunia dapat mempelajari seni dan budaya Bali, akan tetapi seni dan budaya Bali akan lebih hidup apabila dibawakan oleh orang-orang asli Bali, khususnya orang-orang Bali yang memang lahir, hidup dan besar di Bali dan berada dalam lingkaran dalam budaya Bali. Secara spesifik nuansa Bali yang ingin diusung oleh penulis sendiri yaitu mengaitkan makanan Bali dengan budaya Bali seperti baju adat, seni suara, seni ukir, dan sebagainya.

Selain itu permintaan akan makanan pedas di Tasikmalaya, Hal ini tentu menjadi peluang dan kekuatan mengapa bisnis ini dapat dikembangkan di Tasikmalaya. Namun berbicara soal persaingan, setiap bisnis pasti mempunyai pesaing seperti bisnis ini yang menurut penulis memiliki pesaing cukup berat karena penulis harus bersaing dengan banyaknya café atau bistro dan wisata kuliner lainnya yang saat ini sedang merajalela dan naik pamor di wilayah Tasikmalaya. Namun pesaing juga bisa menjadi acuan untuk terus berinovasi, beberapa pesaing pada bisnis *Enji Café* yang berada disatu daerah yang sama sebagai berikut :



Gambar 1.1.1 Logo Pesaing Warunk Upnormal

[Sumber : https://www.google.com](https://www.google.com) (2018)

Warunk Upnormal sudah berdiri pada tahun 2014 di kota Bandung. Café ini adalah pelopor indomie kekinian pertama di Indonesia. Café ini hadir di Tasikmalaya dan cukup populer dikalangan pecinta kuliner Tasikmalaya. Warung Upnormal bertempat juga di Jalan K.H.Z Mustofa.



Gambar 1.1.2 Logo Pesaing Eat Boss

Sumber : <https://www.google.com> (2018)

Eat Boss adalah cafe yang mengusung tema modern yang menawarkan tempat yang nyaman dan banyak sekali menu makanan namun dengan yang tidak terlalu tinggi bisa dibilang masuk kantong mahasiswa.



Gambar 1.1.3 Tempat Pesaing Route 66

Sumber : <https://www.google.com> (2018)

Bertempat di jalan yang sama, Route 66 ini berdesain lumayan artistik meski sebagian furnitur bergaya retro. Café ini juga berada di jalan yang sama.

Produk yang penulis fokuskan dalam bisnis ini adalah menu utamanya yaitu nasi khas Bali seperti Nasi Jinggo, Nasi Ayam Betutu, Nasi Ayam Sitsit lengkap dengan pilihan sambal Bali. Hal ini dilakukan dengan tujuan mengenalkan makanan tradisional Bali yang selama ini belum diketahui masyarakat banyak khususnya diluar Bali. Target pasar penulis yaitu Pria dan Wanita di usia 15 sampai 35 tahun dari kalangan menengah keatas yang tinggal di Kota Tasikmalaya dan sekitarnya. Sedangkan untuk pasarnya menurut penulis cukup potensial karena menu-menu yang dihadirkan cukup jarang di temukan di daerah Tasikmalaya dan sekitarnya, dengan nuansa khas Bali, suasana yang nyaman serta fasilitas yang lengkap.

Strategi pemasaran yang akan penulis gunakan ketika awal *launching* dengan promosi secara gencar-gencaran di offline maupun online menggunakan iklan berbayar ataupun *food blogger*. Selanjutnya penulis akan melakukan kerja sama dengan bank guna memberikan *discount* kepada konsumen. Selain itu membuat event-event ataupun mengikuti event yang diadakan oleh instansi Pendidikan, Pemerintah maupun promotor. Penulis juga akan bergabung dengan komunitas kreatif yang di Tasik seperti komunitas Wisata Kuliner Tasikmalaya (WKT). Strategi lainnya, penulis akan melakukan kerja sama atau menjadi mitra kerja *grab food* dan *go food*.

Enji Café 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	Rp483.131.378	0,8333	Rp402.593.378
Tahun 2	Rp581.861.648	0,6944	Rp404.044.729
Tahun 3	Rp837.348.275	0,5787	Rp484.573.447
<i>Total Present Value</i>			Rp1.291.211.554
<i>Initial Investment</i>			Rp126.110.426
NPV			Rp1.165.101.128

Hasil perhitungan NPV diatas menunjukkan bahwa NPV = Rp1.165.101.128 >

0 maka usaha *Enji Café* ini layak untuk dijalankan.

2. Payback Period

Tahun	Arus Kas	Arus Kas Kumulatif
2019	Rp483.131.378	Rp483.131.378
2020	Rp581.861.648	Rp1.064.993.026
2021	Rp837.348.275	Rp1.902.341.301

$$\begin{aligned}
 \text{Payback Period} &= \left(1 + \frac{(\text{Rp}126.110.426 - \text{Rp}483.131.378)}{(\text{Rp}1.064.993.026 - \text{Rp}483.131.378)}\right) \times 12 \\
 &= 4,637 \\
 &= 4 + 0,637 * 30 \text{ hari} \\
 &= \mathbf{4 \text{ bulan } 19 \text{ hari}}
 \end{aligned}$$

Kesimpulan :

- *Payback Period* dari investasi tersebut adalah 4 bulan 20 hari
- Artinya dana yang tertanam dalam aktiva sebesar Rp126.110.426, akan dapat diperoleh kembali dalam jangka waktu 4 bulan 20 hari

3. Profitability Index

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

$$\text{Profitability Index (PI)} = \frac{\text{Rp}1.291.211.554}{\text{Rp}126.110.426}$$

$$= \mathbf{10,24}$$

Kesimpulan $PI > 1$ maka usaha layak untuk dijalankan.

1.2 Deskripsi Konsep Bisnis

Enji Café adalah sebuah *café* yang menyediakan menu utama makanan khas Bali dan beberapa menu pendamping lainnya. *Café* ini mengusung nuansa Bali dari mulai *interior* tempat, pelayanan *café* dan aroma ruangan. Untuk penyajiannya cukup menarik menggunakan ingke dengan alas daun pisang sedangkan *packaging* untuk *delivery* yaitu menggunakan *paper bowl* dengan ukiran Bali. *Café* ini akan beroperasi di kota Tasikmalaya, Jawa Barat.

Pengertian nama produk atau merek menurut Bilson Simamora (2001) adalah "Merek adalah nama, tanda, istilah, symbol, desain atau kombinasinya yang ditujukan untuk mengidentifikasi dan mendiferensiasi (membedakan) barang atau layanan suatu penjual dari barang atau layanan penjual lain" (www.marketingkita.com, diakses 23 Februari 2018). Penulis ingin membuat konsep nama yang *simple* / singkat dan sederhana agar mudah di ingat oleh konsumen yang mengandung arti :

Enji = panggilan/nama penulis pada masa kecil.

Café = memiliki konsep *café* namun berfuturistik Bali.

Dari konsep bisnis yang dibuat penulis, teretuslah sebuah logo seperti berikut.



Gambar 1.2.1 Logo *Enji Café*

Sumber : Data Pribadi (2018)

NGAJENG IS MAKAN JAEN IS ENAK NASBAL ENJI IS TOP

Gambar 1.2.2 Sticker Enji Café di Paper Bowl

Sumber : Data Pribadi (2018)



Gambar 1.2.3 Sticker dan Tampilan Paper Box

Sumber : Data Pribadi (2018)

Dari logo Enji Café diatas memiliki arti sebagai berikut :

- ➔ Tulisan “Nasi Bali Jaen”, *Jaen* di ambil dari kosakata Bahasa Bali jika dalam Bahasa Indonesia memiliki arti kata lezat atau enak. Dengan kata lain, penulis ingin meyakinkan kepada konsumen bahwa produk yang di jual bukan hanya murah tetapi juga enak.
- ➔ Tulisan “Enji”, seperti yang dijelaskan diatas bahwa *Enji* diambil dari nama masa kecil penulis. Hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi pemilik dari bisnis tersebut. Selain itu pula, jika café ini berkembang pesat penulis ingin namanya akan selalu diingat oleh konsumen.

- ➔ Wanita dengan balutan payasan Bali, tentunya untuk mempermudah konsumen mengklarifikasikan bahwa bisnis ini berhubungan dengan makanan, minuman dan kebudayaan Bali.
- ➔ Ukiran Bali, memperjelas nuansa yang akan dihadirkan di *Enji Café*.
- ➔ Warna *Gold*, melambangkan pencapaian yang besar dan kesan optimis yang menuntun seseorang untuk berpikir positif.
- ➔ Lingkaran, melindungi, memberikan pertahanan. Seperti tujuan penulis ingin melindungi dan mempertahankan makanan dan kebudayaan khas Bali.

❖ **Bentuk Kepemilikan**

Meninjau bentuk kepemilikannya, usaha ini termasuk di Persekutuan komanditer atau CV (dari bahasa Belanda *Commanditair Vennootschap*). CV adalah suatu perkumpulan dimana salah satu atau lebih anggotanya mengikat diri untuk menyerahkan modalnya kedalam perusahaan yang dijalankan oleh satu orang atau beberapa orang anggota lainnya, dengan nama bersama, dan mereka merupakan pemiliknya (www.pengertianku.net, diakses 23 Februari 2018).

Disini penulis menjadi sekutu aktif, yaitu menyertakan modal dari tabungan pribadi sekaligus aktif mengelola jalannya bisnis. Sedangkan sekutu pasif (sekutu komanditer) adalah orang tua. Disini peran orang tua penulis lebih fokus dalam menyertakan modal saja, dengan kata lain tidak terlibat dalam pengelolaan usaha.

❖ Perizinan :

- Menyiapkan KTP dan AD/ART
- Mengurus NPWP
- Mengurus IMB
- Mengurus SITU & SIUP
- Mengurus Izin HO (Izin Gangguan)
- Izin Keramaian dari Kepolisian
- *Advice* atau Surat Keterangan dari : Kantor Pariwisata, Dinas Kesehatan, Kantor Informasi dan Komunikasi, Dinas Pembinaan dan Ketertiban Masyarakat (PKM) dan Camat setempat.

❖ Visi :

- ✓ Menjadikan *Enji Café* sebagai *café* pilihan utama di Pulau Jawa di tahun 2023

❖ Misi :

- ✓ Membuat inovasi menu Bali *up to date* melalui packaging yang ramah lingkungan (*paper bowl & paper box*)
- ✓ Mempunyai ciri khas logo dengan istilah-istilah Bali sebagai kiasannya
- ✓ Memiliki cita rasa yang melekat dan berbeda di lidah konsumen (tanpa MSG)
- ✓ Memberikan konsep tempat yang unik dan menarik, tentunya dengan nuansa Bali yang kental
- ✓ Memberikan pelayanan yang dapat memuaskan konsumen baik dari segi keramahan maupun penyediaan produk dan kebersihan lokasi

- ✓ Mengembangkan café menjadi beberapa cabang atau *franchise*

❖ Alamat Enji Café

Café ini beralamat di Jalan K.H.Z. Mustofa, kota Tasikmalaya, Jawa Barat. Alasan penulis memilih daerah ini karena lokasi tersebut merupakan jalan utama dan berada di pusat kota Tasikmalaya yang dimana disekitar terdapat pusat perbelanjaan seperti Mall Asia Plaza Tasikmalaya dan Departement Store Yogya Tasikmalaya dan beberapa perkantoran seperti BCA, Bank Mega, Dealer Mitsubishi Motors serta sekolah salah satunya SMK Yasipa. Hal ini dapat menjadi salah satu peluang untuk mendatangkan konsumen lebih banyak. Selain itu pula daerah ini dikelilingi dengan beberapa kuliner terkenal seperti *Warunk Upnormal*, *EatBoss*, *Route 66* dan lainnya yang tentunya banyak penikmat kuliner di Tasikmalaya untuk melirik *Enji Café* yang berada dideretan café populer.