BAB I

RINGASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Memilih usaha di bidang kuliner selain menjanjikan juga kuliner tidak akan habis dimakan waktu, bahwa setiap makhluk hidup membutuhkan makanan dan minuman sebagai asupan untuk bertahan hidup. Makanan dan atau minuman dapat dikreasikan dengan berbagai olahan, bentuk, serta memiliki cita rasanya sendiri. Salah satu makanan dengan hasil kreasi yang unik ialah Sate Blengong. Meskipun sudah maraknya produsen sate khususnya di Bandung, masyarakat dapat menerima sate blengong dengan keunikannya tersebut.

Sate blengong ini merupakan makanan tradisional khas Brebes yang cukup terkenal dan menjadi makanan *favorite*bagi orang Brebes itu sendiri maupun wisatawan yang datang. Dengan adanya sate blengongmdapat memperkenalkan makanan tradisional khas Brebes yang memang sudah ada sejak dahulu kepada anak muda zaman sekarang yang kurang mengenal makanan tradisonal. Yang sekarang ini lebih terkenal makanan khas luar Indonesia, contohnya *mango sticky rice* dan *thai tea* dari Thailand, sate *taichan* dari Jepang, dsb. Sehingga di Indonesia sendiri masih banyak makanan khas daerah yang kurang begitu dikenal padahal memiliki cita rasa yang nikmat.

Alasan penulis memilih sate blengong sebagai produk yang akan dipasarkan ialah pada saat penulis melihat dan merasakan sate blengong ini sangat berbeda dengan sate pada umumnya atau yang berada di pasaran. Mulai dari bentuktusuk sate yang panjang (berbeda pada umumnya), ukurang daging blengong yang besar, cita rasa yang dihasilkan, serta penyajiannya dengan menggunakan kupat glabet.

Alasan lainnya ialah sate blengong ini belum ada di Bandung, tentu saja ini dapat dijadikan peluang bisnis bagi penulis. Dengan memperkenalkan sate blengong kejaringan yang lebih luas lagi, diharapkan konsumen dapat mengetahui bahwa sate blengong adalah makanan tradisional khas Brebes Indonesia dan masih banyak lagi makanan tradisional lainnya yang belum dikenal baik oleh masyarakat Indonesia.

Sate Blengong adalah perkawinan silang antara bebek dan entog dimana dari perkawinan ini menghasilkan blengong. Daging dari blengong inilah yang akan dijadikan satenya. Selain daging, tulangnya pun dapat dijadikan sate. Tekstur daging yang lebih lembut dan kenyal serta tidak berbau amis jika dibandingkan dengan bebek pada umumnya. Yang membedakan dengan sate lainnya, daging blengong diiris tipis namun dengan ukuran besar menggunakan tusuk sate yang sangat panjang. Jika sate pada umumnya menggunakan tusuk dengan panjang ±15 cm, maka panjang tusuk sate blengong ini berada dikisaran 30-40 cm.

Sate blengong ini akan lebih nikmat bila disajikan dengan kupat glabet dengan *topping* bawang goreng, sayur kuning yang menyerupai opor, dan mi kuning, serta kerupuk mi goreng yang sudah diremas terlebih dahulu. Lebih lagi

bahan yang dicampurkan dengan satenya menggunakan bumbu khas rempah-rempah, saus kacang merah serta cabai.

Menggunakan perhitungan dari *Net Present Value* (NPV), *Payback Period* (PP), dan *Profitability Index* (PI), sebagai penentu apakah usaha Sate Blengong yang akan dijalankan ini layak atau tidak. Dengan besarnya NPV = Rp8.426.163> 0 maka usaha layak untuk dilaksanakan. *Payback Period* dari investasi tersebut ialah 13 bulan 8 hari yang berarti dana yang tertanam dalam aktiva sebesar Rp21.197.261, akan diperoleh kembali dalam jangka waktu 13 bulan 8 hari. Besarnya PI = 1,90 yang berarti 1,90 > 1 maka usaha tersebut layak untuk dijalankan.

1.2 Deskripsi Bisnis

Usaha sate blengong ini menawarkan makanan utama yang dijual dengan membuka *stand* di suatu acara tertentu seperti *bazaar*. Rencana untuk penempatannya, penulis memilih tempat yang cukup ramai di wilayah Bandung seperti, pusat perbelanjaan (*mall*), tempat yang sering dikunjungi oleh wisatawan, mengikuti *event/bazaar* yang diadakan di kampus, sekolah, *mall*, dan lain sebagainya. *Stand* juga akan didekor *simple* yang dapat menarik hati konsumen.

Alasan penulis mengapa memilih membuka *stand* terlebih dahulu dibandingkan dengan membuka tempat/restaurant adalah dikarenakan sate blengong belum ada di Bandung dan menurut penulis kuliner yang belum terlalu dikenal baik oleh masyarakat disuatu wilayah tertentu akan terasa sulit untuk memperkenalkannya,

dengan begitu penulis ingin memperkenalkan sate blengong kepada calon konsumen terlebih dahulu dengan membuka *stand.* Memperkenalkan disini ialah konsumen dapat merasakan rasa khas dari sate blengong yang berbeda dari kebanyakan sate pada umumnya, begitu pula dengan bentuk unik dari sate blengong serta sate blengong ini murni makanan tradisional Indonesia yang berasal dari Brebes. Namun tidak menutup kemungkinan di masa yang akan datang sate blengong akan membuka tempat di Bandung.

Dengan mengarah langsung kepada konsumen dengan rentang usia 17-40 tahun dikarenakan dengan rentang usia tersebut pelanggan sering berkunjung ke pusat perbelanjaan serta tempat yang cukup ramai. Selain itu, remaja diatas 17 tahun pun gemar mengunjungi *event/bazaar* yang biasanya diselenggarakan *mall* atau ditempat lainnya. Sedangkan untuk yang berada diatas usia 40 tahun, biasanya cenderung pemilih jika soal makanan dan minuman setiap yang akan dikonsumsi. Kesehatanlah yang biasanya dijadikan alasan, mengingat sate blengong ini menggunakan santan sebagai bahannya, santan ini pula yang biasanya dihindari orang berusia lanjut maupun dewasa.

Sate blengong dapat langsung berinteraksi dengan pelanggannya serta pelanggan juga dapat terbuka dengan produk penulis. Terbuka disini pelanggan dapat memberikan kritik dan saran mengenai sate blengong, agar untuk kedepannya produk sate blengong ini dapat terus berkembang dan menjadi maju dengan sebuah perbaikan. Selain itu, menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok agar bahan baku yang diberikan tidak asal saja namun memiliki kualitas.

1. **Nama Produk** : Sate Blengong

   Dengan menggunakan Sate Blengong (nama asli) sebagai nama produknya, selain memudahkan konsumen atau calon konsumen untuk mengingat juga menggunakan nama asli ini agar consume nmengetahui bahwa Sate Blengong ini makanan tradisional yang berasaldari Indonesia khususnya daerah Brebes.

2. **Logo** :

Gambar 1.1.1 Logo Sate Blengong

Keterangan:

- Dengan slogan “Satenya Indonesia” inimengibaratkan Sate Blengong ini asli makanan tradisional dari Brebes, Indonesia.
- Since 2019 menandakanbahwa Sate Blengonginiberdiri di Bandung pada tahun 2019.

3. **BentukKepemilikan** : Perorangan

4. **Visi** :

   Mewujudkan Sate Blengong sebagai sate yang memiliki ciri khas Indonesia namun dapat digemari secara internasional.

5. **Misi** :

- Menerapkan sistem SOP agar tercapai performa operasional yang maksimal.
- Menciptakan dan mengembangkan produk unggulan yang dapat dijadikan ciri khas.
- Mengembangkan inovasi-inovasi baik di dalam produk maupun pelayanan.
- Meningkatkan potensi pangan lokal agar semakin dikenal masyarakat dari dalam maupun luar negeri.