

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1. Deskripsi Konsep Bisnis

Pernahkah anda mendengar kata “wagyu”? Tentu kata tersebut tidak asing di dengar oleh masyarakat masa kini, apalagi masyarakat daerah perkotaan. Wagyu (和牛 *Wagyū*, sapi Jepang) mengacu pada beberapa ras sapi. Sapi wagyu terkenal karena pola marmer pada dagingnya dan kualitasnya. Kecenderungan genetik ras Wagyu menghasilkan daging dengan kandungan asam lemak omega-3 dan omega-6 yang lebih tinggi daripada daging sapi pada umumnya. Konsumsi daging wagyu dipercaya baik untuk kesehatan kulit, menurunkan kolesterol jahat, serta mencegah kanker. Sebuah penelitian yang dikembangkan di Washington State University, AS menemukan bahwa secara infrastruktural, anatomi sapi Wagyu mengandung dua kali lebih tinggi unsur lemak tak jenuh dibandingkan daging sapi lain yang ditanakkan secara tradisional. Oleh karenanya tidak heran, sapi Wagyu menghasilkan produk daging yang lebih sehat dan juga lebih lezat. Dagingnya yang empuk dan lembut membuat wagyu mudah 'meleleh' di lidah.

Karena wagyu terkenal dengan kelembutan dagingnya, hal itu menjadi sebuah keunggulan. Daging wagyu yang lembut membuat daya tarik tersendiri. Maka dari itu daging wagyu kini menjadi *booming*. Para pecinta kuliner yang ingin memanjakan lidah tentu lebih memilih mencicipi daging wagyu.

Melihat masyarakat yang kini sudah tidak asing lagi dengan daging wagyu, dimana kini banyak restoran-restoran maupun *cafe* yang menyediakan daging wagyu dalam bentuk steak, dan juga banyak usaha-usaha kuliner yang memakai daging wagyu seperti diolah menjadi *rice bowl*.

Saat ini bisnis industri kuliner sedang berkembang dengan pesat terutama di daerah Bandung, banyaknya makanan siap saji yang berbentuk *rice bowl* ditawarkan, karena daya tarik yang serba cepat, penyajian yang *simple* yang bisa dimakan dimana saja, menjadi sebuah peluang untuk penulis mengeluarkan suatu produk yang berbeda yaitu dengan fokus cita rasa yang akan disenangi masyarakat dan juga dari segi penyajian yang berbeda.

Berawal dari fenomena tersebut, penulis mendapatkan sebuah ide untuk membuat sebuah kudapan lezat yang menggunakan daging wagyu. Walaupun kini banyak usaha-usaha kuliner yang menjual daging wagyu, tetapi penulis menyajikan daging wagyu dengan menu dan cita rasa yang berbeda. Kudapan tersebut tentunya dengan harga yang pas di kantong masyarakat dan juga *easy to eat*.

Penulis menyatukan cita rasa daging wagyu yang *juicy* dan lembut dengan rasa pedas hidangan oseng mercon. Ide untuk menyatukan keduanya karena melihat para konsumen yang senang dengan makanan bercita rasa pedas dan yang senang dengan olahan masakan wagyu.

Menurut data, bisnis makanan dengan tema pedas selalu mengundang penasaran dari para konsumen. Kuliner atau makanan apa saja yang diberi embel-embel pedas dengan menggunakan tingkat kepedasan selalu laris. Dari jajanan pinggir jalan hingga waralaba profesional, makanan pedas selalu disukai pembeli. Apalagi, jika makanan tersebut merupakan makanan jenis baru yang belum ada pesaingnya.

Maka dari itu penulis menyajikan produk Seuhah Lada yaitu berupa *rice bowl* dan menu porsi. Menu *rice bowl* diperuntukan untuk personal consumption,

sedangkan untuk menu porsian wagyu oseng mercon diperuntukan untuk dikonsumsi 2-3 orang. Perbedaan dari kedua menu tersebut adalah dari besar porsianya dan juga untuk *rice bowl* memakai nasi dan kentang goreng tipis, dan dikonsumsi untuk 1 orang. Sedangkan untuk menu wagyu oseng mercon disajikan untuk bisa dikonsumsi bersama dan tidak memakai nasi serta kentang tipis. Harga produk Seuhah Lada untuk menu *rice bowl* yaitu Rp. 35.000,- dan Rp. 50.000,- untuk menu wagyu oseng mercon porsi. Semua menu dari Seuhah Lada bercitarasa pedas.

Strategi pemasaran yang akan dipakai oleh Seuhah Lada adalah dengan melakukan promosi melalui media sosial seperti instagram, memberikan promo dan memperkenalkan produk dengan mengikuti event-event bazaar kuliner di kota Bandung. Serta membagikan brosur kepada para konsumen.

Melihat persaingan dari produk yang sejenis seperti Eat Wagyu, Hello Wagyu, membuat penulis semakin tertantang untuk dapat memasuki pasar, karena penulis optimis bahwa produk dari Seuhah Lada ini mempunyai konsep yang berbeda, walaupun menggunakan daging jenis wagyu, tetapi cara mengolah tentu berbeda.

Seuhah Lada juga sudah memiliki *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* yang dibagi berdasarkan geografis, demografis, dan psikografis. Target dari Seuhah Lada adalah pria dan wanita yang telah memiliki penghasilan, dan menghabiskan pengeluaran rata-rata lebih dari Rp. 1.000.000,- sedangkan *positioning* yang ditanamkan oleh penulis kepada konsumen adalah Seuhah Lada menawarkan produk yang berbeda dari kebanyakan usaha kuliner saat ini, terutama untuk bidang *rice bowl*, karena Seuhah Lada menyajikan makanan

olahan wagyu. dengan rasa mercon pedas yang khas, dimana para konsumen akan merasakan juicy dan kelembutan dari daging wagyu. Dengan rasa tasty yang diciptakan, akan menambah nafsu makan para konsumen. Seuhah Lada menyajikan wagyu oseng mercon dalam bentuk rice bowl untuk personal consumption, maupun terpisah tanpa menggunakan nasi. Dengan adanya pilihan tersebut, akan membuat para konsumen tetap bisa mengkonsumsinya bersama-sama, tidak hanya untuk porsi sendirian. Harga ekonomis yang ditawarkan menjadi pilihan para konsumen untuk tetap memilih Seuhah Lada.

Total pembiayaan dari Seuhah Lada adalah Rp. 154.523.698,- yang terdiri dari aktiva lancar dan modal tetap. Untuk memulai usaha ini, pemilik mendapatkan sumber dana dari pemilik yang menyetorkan modal sebesar total pembiayaan awal berdirinya Seuhah Lada.

Menurut perhitungan *Net Present Value*, bisnis ini layak dijalankan sebab nilai *Net Present Value* dari perhitungan keuangan bisnis Seuhah Lada lebih besar dari nol (Rp. 3.307.824.106,-) selain itu perhitungan *Payback Period* bisnis ini juga layak dijalankan sebab tingkat pengembalian dari bisnis ini adalah 57 hari (1,9 bulan) dan juga nilai *Profitability Index* lebih besar dari satu sehingga bisnis ini layak untuk dijalankan.

1.2. Deskripsi Bisnis

Nama dari produk ini adalah Seuhah Lada. Nama tersebut diambil dari bahasa Sunda, yang artinya *Seuhah*; pedas (sekali) dan arti kata *Lada*; pedas. Sesuai dengan tema yang diusung bahwa makanan yang dijual adalah makanan yang mempunyai cita rasa yang pedas. Penulis menggunakan nama dengan bahasa sunda karena penulis yang tinggal di tatar sunda ini melihat kebiasaan orang

sunda yang senang dengan masakan serba pedas. Dan juga untuk mengenalkan bahasa Sunda kepada masyarakat.

Logo Seuhah Lada :

SPESIALIS WAGYU MERCON!



Gambar 1.1. Logo Seuhah Lada

Sumber : Data Pribadi (2018)

Logo ini memiliki konsep dimana ada gambar cabai yang melambangkan bahwa makanan ini adalah makanan yang pedas. Digambarkan bahwa cabai ini seperti manusia yang memiliki mata yang sedang melotot karena efek kepedasan dan mulut yang mengeluarkan api karena pedas itu seperti api yang panas. Dalam logo ini juga dihadirkan tulisan Seuhah Lada yang menunjukkan merk produk ini, digunakan warna merah dalam penulisannya agar mendapatkan kesan yang menyangkut pada warna cabai yaitu merah. Dan juga tulisan tersebut memiliki efek ada api yang membara menggambarkan bahwa pedas yang membara. Gambaran logo ini menggaris bawahi bahwa produk makanan yang dihadirkan ini bercita rasa makanan yang pedas. Di bagian bawah logo bertuliskan “spesialis wagyu mercon!” yang menunjukkan bahwa Seuhah Lada menawarkan produk wagyu mercon yang handal dibidangnya maka disebutkan kata spesialis.

Bentuk kepemilikan dari bisnis ini adalah perusahaan perseorangan atau individu. Pengertian perusahaan perseorangan menurut Undang-Undang (UU)

Republik Indonesia adalah suatu badan usaha dimana seluruh modalnya dimiliki oleh satu orang, dan konsekuensi tanggung jawabnya juga dibebankan kepada orang tersebut. Dalam bisnis ini dimana *owner* sebagai yang mengeluarkan modal, lalu yang bertanggung jawab atas jalannya bisnis ini bila telah direalisasikan. Bisnis yang dijalankan ini masih berskala kecil, sehingga masih belum memerlukan izin khusus seperti SIUP (Surat Izin Usaha Perorangan). Alasan penulis memilih jenis kepemilikan perusahaan perorangan karena :

1. Proses pendirian usaha yang relatif mudah, begitu juga pembubarannya
2. Tugas dan tanggung jawab pemilik tidak terbatas.
3. Sistem atau cara mengelola usaha yang sederhana

Dalam sebuah usaha tentu demi tercapainya suatu tujuan diperlukan rencana dan tindakan nyata untuk dapat mewujudkannya, secara umum dapat dikatakan Visi dan Misi adalah suatu konsep perencanaan yang di sertai dengan tindakan sesuai dengan apa yang direncanakan untuk mencapai suatu tujuan.

Visi Seuhah Lada adalah menjadi pelopor wagyu oseng mercon dalam bentuk *rice bowl* dan porsian untuk keluarga dengan cita rasa pedas yang membuat ketagihan di Kota Bandung pada tahun 2025.

Untuk meraih visi yang telah dibuat oleh penulis, maka diperlukan beberapa misi. Misi Seuhah Lada yaitu :

- Seuhah Lada memakai kualitas daging wagyu yang segar
- Seuhah Lada menjaga kebersihan dalam proses pembuatan produknya dan memperhatikan bahan dasar produk
- Seuhah Lada membuat makanan wagyu yang ramah di kantong konsumen

- Bersahabat dengan lidah para pecinta makanan pedas

Setiap usaha atau bisnis yang dijalankan tentu memiliki pesaing. Penulis telah melihat dan mencari informasi tentang perusahaan pesaing sejenis di Kota Bandung, seperti Hello Wagyu dan Eat Wagyu. Penulis menyimpulkan bahwa mereka mengolah wagyu masih dengan tampilan yang serupa, maka dari itu penulis berusaha untuk menawarkan produk olahan wagyu *rice bowl* yang berbeda, dan disesuaikan dengan citarasa khas lidah masyarakat Indonesia. Oleh karena itu visi yang disebutkan adalah menjadi pelopor wagyu oseng mercon.

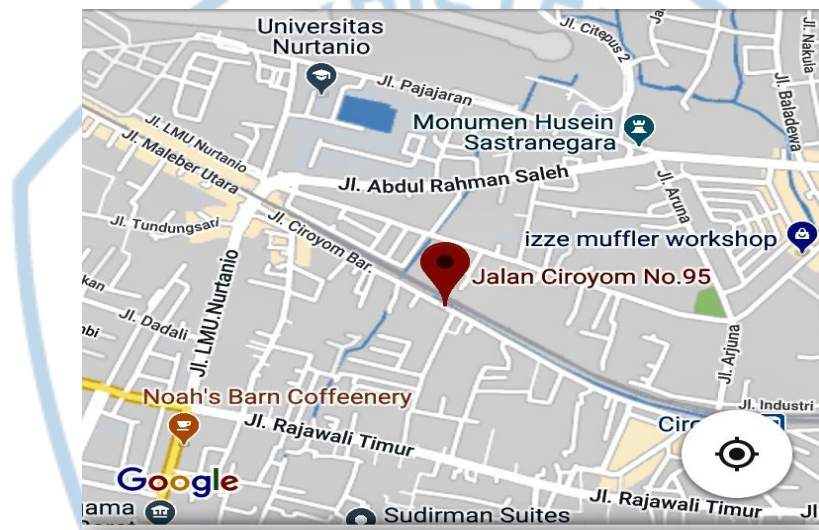
Dalam prosesnya, bisnis ini menggunakan sistem distribusi melalui *online shopping* dan akan mengikuti kegiatan-kegiatan *bazaar* di kota Bandung, contohnya *Poppins Bazaar*, *Bazaar* yang diadakan oleh *Maranatha Christian University*, dan juga nantinya akan membuka *booth* di *Sudirman Street*, Jl. Jend. Sudirman No.107, Karanganyar, Astanaanyar, Kota Bandung, Jawa Barat 40212. Alasan memakai lokasi ini, karena lokasi ini merupakan salah satu tempat wisata kuliner yang cukup diminati oleh warga Bandung dan wisatawan. Sehingga ramai konsumen berdatangan. *Sudirman Street* merupakan tempat yang menyediakan lokasi bagi para pebisnis kuliner untuk membuka *stand* kuliner. *Sudirman Street Food* merupakan lokasi *China Town* di Kota Bandung yang mempunyai luas 3.000 meter persegi. Hal itu dapat menjadi peluang yang besar apabila membuka tempat sewa di lokasi ini.

Terdapat beberapa alasan mengapa penulis memilih lokasi untuk membuka *booth* di *Sudirman Street Food* adalah :

1. Lokasi strategis di pusat kota dan ramai dikunjungi para pecinta kuliner warga Bandung maupun wisatawan

2. Lokasi di Sudirman *Street Food* rapih dan bersih
3. Belum adanya pesaing makanan sejenis yang membuka booth di Sudirman *Street Food*
4. Lokasi mudah ditemukan melalui aplikasi *Google Maps*

Tetapi untuk saat ini karena bisnis ini masih permulaan, maka proses produksi akan berlokasi di jalan Ciroyom no. 95A, yang merupakan tempat tinggal penulis. Karena akan lebih mudah bila proses produksi di tempat sendiri. Berikut di bawah ini adalah denah lokasi Seuhah Lada :



Gambar 1.2 Peta Lokasi Seuhah Lada saat awal produksi dimulai
Sumber : Google Maps



Gambar 1.3 Rencana Peta Lokasi Seuhah Lada kedepannya
Sumber : Google Maps



Gambar 1.4 Penampakan Lokasi Sudirman Street Pada malam hari
Sumber : Google