

## ABSTRAK

Kailan Krispi merupakan usaha yang memudahkan konsumen dalam mencari kebutuhan pangan mereka. Usaha ini pun sudah dimulai setahun yang lalu, dengan sistem *pre-order* yang tentunya ditawarkan dihari sebelumnya. Kailan Krispi adalah usaha yang menginovasikan sayur kailan yang diolah sampai menjadi *crispy*, dan dikombinasikan dengan nasi dan beberapa potong ayam *fillet* yang dibumbui dengan berbagai varian rasa. Varian rasa yang tersedia sampai saat ini sudah ada 4 varian rasa yaitu rasa *sweet spicy*, *salted egg*, teriyaki dan nano-nano. Pada saat ini penulis sedang melakukan inovasi varian rasa sambal matah, diharapkan varian rasa baru ini menjadi andalan dari bisnis ini. Untuk menjangkau konsumen selain penulis melakukan *pre-order*, penulis juga mengembangkan media promosi *online* yaitu *Instagram*, *Line* dan juga *Whatsapp*. Selain itu penulis juga mencoba mengikuti *bazaar* yang diselenggarakan di Universitas Maranatha, Jalan Braga, dan Paris Van Java, Bandung. Sampai saat ini mayoritas konsumen Kailan Krispi adalah mahasiswa-mahasiswa Universitas Maranatha, Universitas Parahyangan, serta pelajar SMA Santo Aloysius. Namun bisnis ini juga sudah mulai dikenal oleh masyarakat umum. Pengantaran produk/ makanan ke konsumen, penulis menggunakan perantara jasa melalui aplikasi Gojek yaitu melalui *Go-send*.

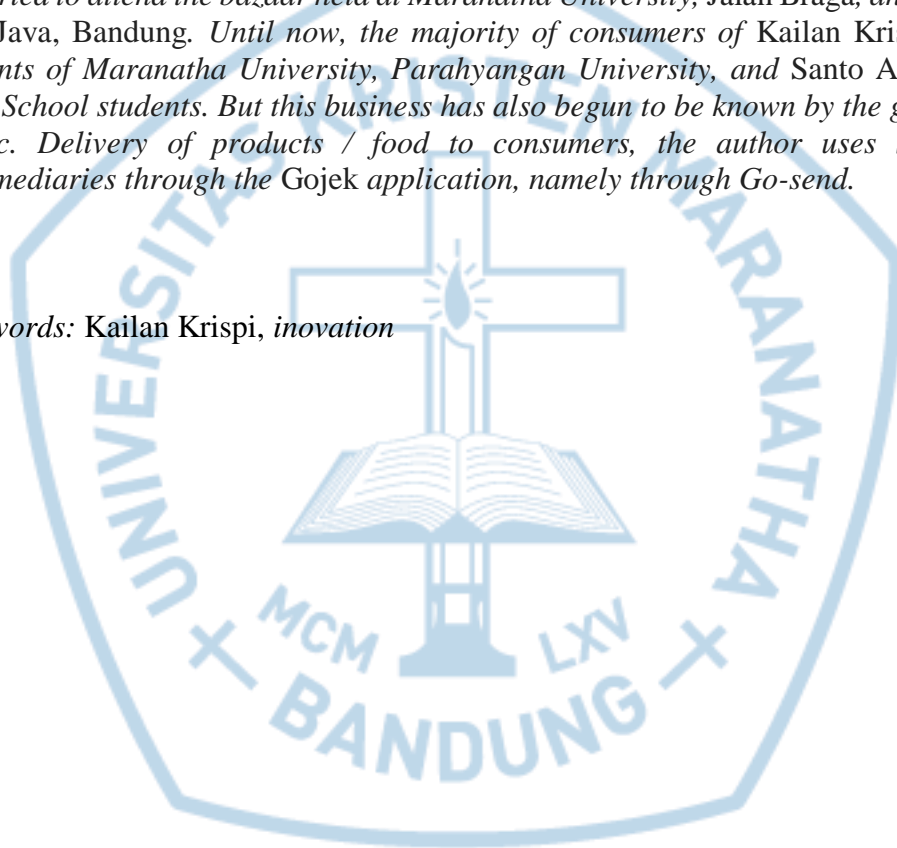
Kata-kata kunci: Kailan Krispi, inovasi



## **ABSTRACT**

*Kailan Krispi is an effort that makes it easy for consumers to find their food needs. This business was already started a year ago, with a pre-order system that was certainly offered the previous day. Kailan Krispi is an effort that innovates kailan vegetables that are processed to become crispy, and combined with rice and a few pieces of chicken fillets flavored with various flavors. The flavor variants available to date have 4 flavor variants namely sweet spicy flavor, salted egg, teriyaki and nano-nano. At the moment the writer is innovating the Sambal Matah flavor, it is hoped that this new variant will become the mainstay of this business. To reach consumers other than the author to pre-order, the author also develops online promotional media namely Instagram, Line and Whatsapp. In addition, the author also tried to attend the bazaar held at Maranatha University, Jalan Braga, and Paris Van Java, Bandung. Until now, the majority of consumers of Kailan Krispi are students of Maranatha University, Parahyangan University, and Santo Aloysius High School students. But this business has also begun to be known by the general public. Delivery of products / food to consumers, the author uses service intermediaries through the Gojek application, namely through Go-send.*

*Key words: Kailan Krispi, inovasion*



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL (Bahasa Indonesia) .....	i
HALAMAN JUDUL (Bahasa Inggris) .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .....	v
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF .....	1
1.1 Deskripsi Konsep Bisnis .....	1
1.2 Deskripsi Bisnis .....	9
BAB II ANALISIS PELUANG BISNIS DAN IDE PRODUK .....	14
2.1 Analisis Peluang .....	14
2.2 Analisis Ide Produk dan Pasar .....	23
2.2.1 Proyeksi Peningkatan Kebutuhan .....	23
2.2.2 Proyeksi Peningkatan Konsumen Potensial .....	25
2.2.3 Keunikan Produk .....	27
BAB III ASPEK PEMASARAN .....	28
3.1 Strategi Pemasaran .....	32
3.1.1 Segmentasi ( <i>Segmenting</i> ) .....	34
3.1.2 Target Pasar ( <i>Targeting</i> ) .....	35
3.1.3 Posisi Pasar ( <i>Positioning</i> ) .....	35
3.2 Bauran Pemasaran .....	36
3.2.1 Produk ( <i>Product</i> ) .....	36
3.2.2 Harga ( <i>Price</i> ) .....	40
3.2.3 Lokasi ( <i>Place</i> ) .....	42
3.2.4 Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	44
3.3 Perkiraan Penjualan .....	47
BAB IV ASPEK OPERASIONAL .....	51
4.1 Peralatan dan Kapasitas Produksi/ Operasi .....	51
4.1.1 Peralatan Produksi .....	51
4.1.2 Perlengkapan Produksi .....	53
4.1.3 Bahan Baku .....	55
4.2 Proses Produksi/ Operasi .....	59
4.3 Lokasi dan Tata Letak ( <i>Layout</i> ) .....	61

BAB V ASPEK SUMBER DAYA INSANI DAN MANAJEMEN .....	64
5.1 Struktur Organisasi .....	64
5.2 Waktu Kerja dan Kompensasi .....	71
5.3 <i>Standard Operating Procedure</i> (SOP) .....	72
 BAB VI ASPEK KEUANGAN .....	 78
6.1 Kebutuhan Dana .....	78
6.2 Kebutuhan Sumber Dana .....	86
6.3 Proyeksi Neraca .....	87
6.4 Proyeksi Laba-Rugi .....	87
6.5 Proyeksi Arus Kas .....	90
6.6 Penilaian Kelayakan Investasi .....	92
6.6.1 <i>Net Present Value</i> (NPV) .....	92
6.6.2 <i>Payback Period</i> .....	93
6.6.3 <i>Profitability Index</i> .....	95
6.6.4 <i>Internal Rate of Return</i> (IRR).....	95
PENUTUP.....	98
DAFTAR PUSTAKA .....	100
LAMPIRAN .....	102
<i>CURRICULUM VITAE</i> .....	109



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1	Logo Kailan Krispi ..... 10
Gambar 1.2	Gambar Maps Lokasi Produksi ..... 12
Gambar 2.1	Data Kuisisioner Rasa Baru yang Diinginkan Konsumen ... 17
Gambar 2.2	Skala Peningkatan ..... 25
Gambar 2.3	Peningkatan Konsumen Potensial ..... 27
Gambar 3.1	Data Pasar Konsumen Kailan Krispi ..... 28
Gambar 3.2	Nama Universitas Konsumen Kailan Krispi ..... 29
Gambar 3.3	Data Tempat Tinggal Konsumen Kailan Krispi ..... 29
Gambar 3.4	Data Jenis Kelamin Konsumen Kailan Krispi ..... 30
Gambar 3.5	Gambar Grafik Minat Konsumen untuk Mengganti Rasa Baru ..... 31
Gambar 3.6	Gambar Data Varian Rasa Baru yang Diinginkan Konsumen ..... 31
Gambar 3.7	Strategi Pemasaran ..... 33
Gambar 3.8	Kailan Krispi with Chicken Sambal Matah ..... 40
Gambar 3.9	Instagram Kailan Krispi ..... 46
Gambar 3.10	Bukti Go-food ..... 46
Gambar 4.1	<i>Blueprint</i> Kailan Krispi ..... 60
Gambar 4.2	Rumah Produksi ..... 61
Gambar 5.1	Bagan Organisasi Kailan Krispi ..... 65

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Restoran/ Rumah Makan di Kota Bandung, 2016 ..... 2
Tabel 1.2	Data Penjualan Kailan Krispi ..... 4
Tabel 1.3	Data Pesaing Kailan Krispi ..... 5
Tabel 1.4	Harga Satu Porsi <i>Ricebowl</i> Kailan Krispi ..... 7
Tabel 1.5	Tabel Perubahan Logo ..... 11
Tabel 2.1	Matrix SWOT ..... 21
Tabel 2.2	Data Penjualan Setiap Varian Rasa ..... 24
Tabel 2.3	Data Penjualan disetiap Pasar ..... 26
Tabel 3.1	Produk yang Diperjualbelikan Kailan Krispi ..... 39
Tabel 3.2	Harga dari Kailan Krispi ( <i>Mark Up</i> ) ..... 42
Tabel 3.3	Data Penjualan Setiap Pasar ..... 48
Tabel 3.4	Data Perkiraan untuk 3 tahun yang akan datang ..... 48
Tabel 3.5	Data Perkiraan Penjualan 2019-2021 ..... 49
Tabel 4.1	Peralatan Produksi ..... 51
Tabel 4.2	Perlengkapan Produksi ..... 54
Tabel 4.3	Bahan Baku Produksi ..... 55
Tabel 5.1	Waktu Kerja dan Bonus ..... 71
Tabel 5.2	<i>Standard Operating Procedure</i> Sayur Kailan dan Ayam Tepung ..... 73
Tabel 5.3	<i>Standard Operating Procedure</i> Varian Rasa ..... 74
Tabel 6.1	Aktiva Tetap ..... 79
Tabel 6.2	Tabel Perlengkapan ..... 80
Tabel 6.3	Tabel Bahan Baku ..... 81
Tabel 6.4	Harga Pokok Penjualan Rasa <i>Salted Egg</i> ..... 82
Tabel 6.5	Harga Pokok Penjualan Rasa Teriyaki ..... 83
Tabel 6.6	Harga Pokok Penjualan Rasa Nano-nano ..... 84
Tabel 6.7	Harga Pokok Penjualan Rasa Sambal Matah ..... 85
Tabel 6.8	Presentase Laba Rasa <i>Sweet Spicy</i> ..... 86
Tabel 6.9	Proyeksi Neraca ..... 87
Tabel 6.10	Laporan Laba Rugi 2019 ..... 88
Tabel 6.11	Laporan Laba Rugi tahun 2020 ..... 89
Tabel 6.12	Laporan Laba Rugi tahun 2021 ..... 90
Tabel 6.13	Pajak Arus Kas ..... 91
Tabel 6.14	Arus Kas Bersih ..... 91
Tabel 6.15	<i>Net Present Value</i> ..... 92
Tabel 6.16	<i>Payback Period</i> ..... 94
Tabel 6.17	<i>Profitability Index</i> ..... 95
Tabel 6.18	IRR dengan NPV Positif ..... 96
Tabel 6.19	IRR dengan NPV Negatif ..... 96

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1	Bazaar Maranatha ..... 101
Lampiran 2	Bazaar Braga ..... 101
Lampiran 3	Poppins BOHO SUMMER ..... 102
Lampiran 4	Poppins Holly Jolly ..... 102
Lampiran 5	Bazaar CREAVONTURE 4.0 ..... 103
Lampiran 6	Rasa Sambal Matah ..... 103
Lampiran 7	Bukti keikutsertaan dalam <i>Go-food</i> ..... 104
Lampiran 8	Pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner..... 105

