

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Bandung adalah sebuah kota dengan jumlah penduduk yang sangat besar. Tingkat pertumbuhan dan kepadatan penduduk pada kota Bandung meningkat dengan pesat. Hasil proyeksi menunjukkan bahwa jumlah penduduk Bandung selama dua puluh lima tahun mendatang terus meningkat pada tahun 2000 – 2025 seperti disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1 Laju Pertumbuhan Penduduk

Provinsi	2000	2005	2010	2015	2020	2025
Jawa Barat	35,724.0	39,066.7	42,555.3	46,073.8	49,512.1	52,740.8

Sumber: www.infopenduduk.wordpress.com, 24 Oktober 2017

Jawa Barat merupakan provinsi dengan luas wilayah mencapai 35.377,76 km² dan diprediksi memiliki jumlah penduduk 48,6 juta jiwa pada 2018. Dari jumlah tersebut. Sebanyak 33,16 juta jiwa penduduk Jawa Barat merupakan usia produktif (usia 15-64 tahun) dan 15,52 juta jiwa usia tidak produktif (0-14 tahun dan 65+ tahun). Angka tersebut berdasarkan proyeksi pertumbuhan penduduk Indonesia 2013 yang dilakukan Badan Perencanaan Pembangunan, Badan Pusat Statistik dan *United Population Fund*. (www.databoks.katadata.co.id, 25 September 2018) Dengan meningkatnya jumlah penduduk pada usia produktif, membuat sebagian besar orang mengabaikan sarapan dikarenakan tidak memiliki

waktu untuk menyediakan sarapan. Penelitian membuktikan bahwa 16,9 %- 59 % anak sekolah, remaja, dan orang dewasa di Indonesia tidak sarapan. Bahkan, khusus anak usia sekolah, 44,6 % anak sekolah yang sarapan memiliki kualitas gizi sarapan yang kualitas rendah. (www.mix.co.id, 25 September 2018) sebagian besar orang mengabaikan sarapan pagi karena mereka tidak mengetahui bahwa sarapan pagi merupakan sumber energi. Layaknya mobil, setiap orang butuh “bahan bakar” untuk mengembalikan energi setelah tidur malam yang panjang dan menyebabkan perut menjadi kosong (www.alodokter.com, 25 September 2018). Jika kita melewatkan sarapan pagi, hal tersebut dapat mengganggu konsentrasi karena otak kekurangan nutrisi yang membuat proses penyerapan pengetahuan tidak berjalan dengan maksimal (www.halosehat.com, 25 September 2018).

Adanya fenomena tersebut, penulis berniat membuka usaha nasi kuning dengan tambahan pelengkap seperti *Prawn Chicken Roll*, soun yang dimasak dengan tambahan kol, telur balado, sayur labu siam tumis, sambal, bawang goreng dan kerupuk. Penulis membuat usaha tersebut karena penulis menyukai kuliner dan bersosialisasi, dan nasi kuning merupakan salah satu sarapan yang disukai oleh penulis serta nasi kuning menjadi menu sarapan pagi pertama yang menjadi favorit orang Indonesia. (www.magazine.job-like.com, 25 September 2018). Masakan khas yang dibuat dari nasi ini dicampur dengan kunyit, rempah-rempah, dan santan. Memiliki rasa yang gurih dan penuh citarasa memang cocok dijadikan sebagai menu sarapan pagi. Selain rasanya yang nikmat nasi kuning juga memiliki manfaat untuk kesehatan, disebabkan kunyit yang terkandung pada nasi kuning memiliki kandungan *antiseptic* serta anti bakteri alami yang berguna untuk mendesinfeksi luka yang terbakar. kombinasi kunyit dengan kol, dapat mencegah kanker *prostate*,

serta menghentikan pertumbuhan kanker *prostate*. (www.resepbisnis.com, 25 September 2018)

Nasi kuning yang ingin penulis jual adalah dikemas menggunakan *packaging* yang memiliki *standard foodgrade*. *Packaging* tersebut dapat di *microwave* agar dapat menjaga suhu makanan tetap hangat. Selain itu *packaging* juga dipesan sesuai dengan kebutuhan konsumen, dimana konsumen tidak memiliki waktu untuk sarapan jadi mempermudah konsumen untuk sarapan di mana saja. Hal yang perlu diperhatikan adalah kertas nasi untuk membungkus makanan seperti untuk nasi goreng, nasi bungkus, atau martabak yang berwarna coklat itu memiliki dampak buruk bagi kesehatan, misalnya mengurangi vitalitas bagi laki-laki, gangguan reproduksi dan dapat merusak hati dan kelenjar getah bening. (www.lipi.go.id, 25 September 2018). Penjualan nasi kuning ini menggunakan gerobak yang akan mangkal sekitar sekolahan Talenta dan rumah sakit Unggul Karsa Medika (UKM). Selain menggunakan gerobak penjualan dilakukan secara *online* dengan melakukan pengiriman menggunakan ojek *online*.

Ide tersebut muncul untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan membuat usaha di bidang kuliner yang akan membantu masyarakat pada usia produktif yang tidak memiliki waktu untuk menyediakan sarapan sehat sendiri. Bentuk sarapan yang mudah disajikan dan dikonsumsi pada saat beraktivitas disebabkan sarapan dikarenakan menggunakan *packaging* mika bento yang dapat di *microwave*. Mika bento tersebut memiliki 4 sekat yang berfungsi untuk menata makanan agar terlihat rapi. Mika bento juga memiliki ketahanan terhadap suhu panas *microwave* dengan max 100 derajat celcius dengan maksimal waktu 1 menit. Mika bento ini juga dapat di daur ulang. Di daerah Taman Kopo Indah belum ada

penjual nasi kuning yang menggunakan *packaging* serupa. Selain itu, pelengkap yang ditawarkan juga tidak memiliki kesamaan, di mana pelengkap andalan yang ditawarkan berupa *Prawn Chicken Roll* menjadi pelengkap nasi kuning yang belum pernah ada di daerah ini maupun kota Bandung. Hal tersebut mendorong konsumen untuk mencoba hal baru dan menyukai nasi kuning yang unik ini. Sarapan yang praktis dan instan sudah banyak terjual di pasaran seperti roti, sereal, dan makanan instan lainnya. Namun di kesempatan kali ini penulis ingin menawarkan sarapan yang berbeda dengan sarapan pada umumnya.

Dalam menjalankan usaha ini juga terdapat beberapa pesaing yang menawarkan produk sarapan serupa seperti cangkupan radius 100 meter dari lokasi yang akan menjadi lokasi penjualan nasi kuning penulis terdapat penjual nasi kuning dan uduk, lontong kari, soto mie bogor, mie manga besar, mie karet dan lainnya. Banyaknya pesaing yang bergerak dibidang yang sama tidak menjadi hambatan bagi pemilik melainkan memacu penulis untuk menjalankan bisnis ini. Penulis dalam pelengkap nasi kuning yang memiliki keunggulan produk tersendiri dibandingkan pesaing lainnya yaitu nasi kuning dengan tambahan pelengkap seperti *Prawn Chicken Roll*, soun yang dimasak dengan tambahan kol, telur balado + sayur labu siam tumis, bawang goreng, kerupuk udang. Menu makanan tersebut dikemas dengan menggunakan *packaging* yang praktis dan tidak mudah tumpah dalam kemasan mika bento. Bentuk *packaging* disajikan dalam gambar di bawah ini.



Gambar 1.1 Packaging

Sumber: Dokumen Pribadi

Produk tersebut dijual dengan harga Rp18.000 yang dimana harga tersebut diperoleh menggunakan metode *Cost-plus Pricing method* karena lebih mudah menetapkannya, harga terjangkau over dan masih dapat dikontrol kenaikan harganya. dengan menggunakan metode ini biaya total akan tertutupi karena perhitungan harga ditentukan berdasarkan biaya total di tambah dengan margin.

Target utama dalam penjualan nasi kuning adalah para pelajar dan karyawan sekitar Taman Kopo Indah seperti sekolah Talenta dan karyawan rumah sakit, perkantoran, pusat bisnis, perbankan dan pusat belanja. Pada hari Sabtu dan Minggu merupakan hari *weekend* membuat penjualan meningkat dikarenakan banyak masyarakat sekitaran daerah tersebut menjalankan aktivitas berolahraga pada pagi hari seperti jogging dan bersepeda. Selain itu, daerah perumahan Taman Kopo Indah juga merupakan jalan akses yang dimana banyak memiliki jalan tembusan untuk ke beberapa wilayah. Perumahan ini juga memiliki akses jalan tol Margaasih yang membuat banyaknya masyarakat melintas, yang membuat potensi pasar semakin tinggi. Apabila usaha ini mulai berkembang, akan membuka cabang di

beberapa lokasi/ daerah di kota Bandung, serta melakukan ekspansi ke kota-kota besar lainnya.

Strategi Pemasaran adalah tindakan atau cara untuk kegiatan atau usaha pemasaran. Menjalankan bisnis kuliner, rasa makanan merupakan hal yang sensitive. Konsumen dapat merasakan langsung makanan yang kita sajikan. Jika konsumen menyukai makanan tersebut tidak hanya akan membeli kembali namun akan melakukan promosi dengan sendirinya (*Word Of Mouth*) dan setiap hari orang menggunakan *gadget* yang tidak akan jauh dari media social, maka media social merupakan hal yang positif untuk melakukan promosi. Penulis ingin memberikan promosi dengan setiap pembelian 3 porsi mendapatkan *free delivery* dengan cakupan 2km dari lokasi penjualan. Selain itu akan mengikuti bazar dan *event* yang ada di kota Bandung, serta akan mengendorse para selebgram Bandung agar produk lebih banyak dikenal masyarakat dan mengundang masyarakat untuk mencoba produk yang ditawarkan.

Dalam menjalankan usaha ini membutuhkan modal sekitar Rp22.775.660, modal tersebut didapatkan dari tabungan pribadi dan orangtua. Menjalankan sebuah bisnis bukan hanya bermain-main namun sebagai penulis harus berpikir jauh kedepan agar mengetahui kelayakan investasi dari usaha yang dijalankan. Kelayakan investasi menjelaskan mengenai kelayakan suatu bisnis untuk dijadikan investasi, apakah bisnis tersebut layak untuk investasi atau tidak. Untuk mengetahui bahwa bisnis tersebut layak atau tidak untuk dijadikan investasi dapat dilihat dari *Net Present Value* (NPV), *Payback Period* (PP) dan *Profitability Index* (PI) yang sudah diperhitungkan dengan segala perhitungannya. Usaha ini memiliki *Net Present Value* (NPV) > 0 yaitu Rp 191.362.848,7 yang menandakan usaha ini layak

dijalankan. Serta *Payback Period* (PP) selama 2 bulan 25 hari dan *Profitability Index* (PI) 8,4

1.2 Deskripsi Bisnis

Bisnis ini memiliki **nama** : YELLOW+

YELLOW+ adalah nama yang memiliki arti kuning dan *plus*, nama ini penulis terinspirasi dari kata kuning yang dimana mengartikan produk yang dijual oleh YELLOW+ adalah nasi kuning. Sedangkan *plus* memiliki arti harapan penulis akan usaha ini supaya dapat terus bertambah positif dalam segala bidang usahanya. YELLOW+ memiliki slogan yaitu “Plus Rasanya Pas Pulusnya” yang memiliki pengertian bahwa citra rasa yang ditawarkan oleh YELLOW+ memiliki rasa yang lezat dengan harga yang tidak mahal.

Bisnis ini memiliki **logo**:



Gambar 1.2 Logo dan Identitas Usaha

Sumber: Dokumen Pribadi

Arti logo YELLOW+ adalah:

Bentuk: Logo YELLOW+ berbentuk padi yang dimana artinya adalah kesejahteraan. Penulis menginginkan usaha ini dapat selalu mensejahterakan baik

itu konsumen maupun karyawan dari YELLOW+ itu sendiri. Kita juga sering diajarkan tentang ilmu padi yang “makin berisi maka makin merunduk” yang diinginkan penulis adalah usaha ini semakin berjalan semakin berkembang namun semakin tetap sederhana sesuai konsep awalnya yaitu menggunakan gerobak.

Arti Warna: Warna coklat memiliki arti organik, menyeluruh, sederhana dan jujur. Seperti berkaitan dengan usaha ini penulis menginginkan supaya masakan yang dibuat menggunakan bahan-bahan yang organik agar terjamin dari obat-obatan kimiawi. Penulis juga menginginkan usaha yang dijalankan akan selalu sederhana sesuai dengan konsep awalnya yang sederhana dan jujur dalam melayani konsumen.

Bentuk kepemilikan dari bisnis yang akan dijalani oleh penulis berbentuk perseorangan. Usaha ini masih belum memiliki izin yang resmi karena usaha ini masih tergolong *start up*.

Bisnis dapat berjalan jika memiliki sebuah tujuan, target, dan pencapaian yang akan dilakukan, maka dari itu YELLOW+ memiliki sebuah visi dan misi yang telah dibuat sebagai berikut:

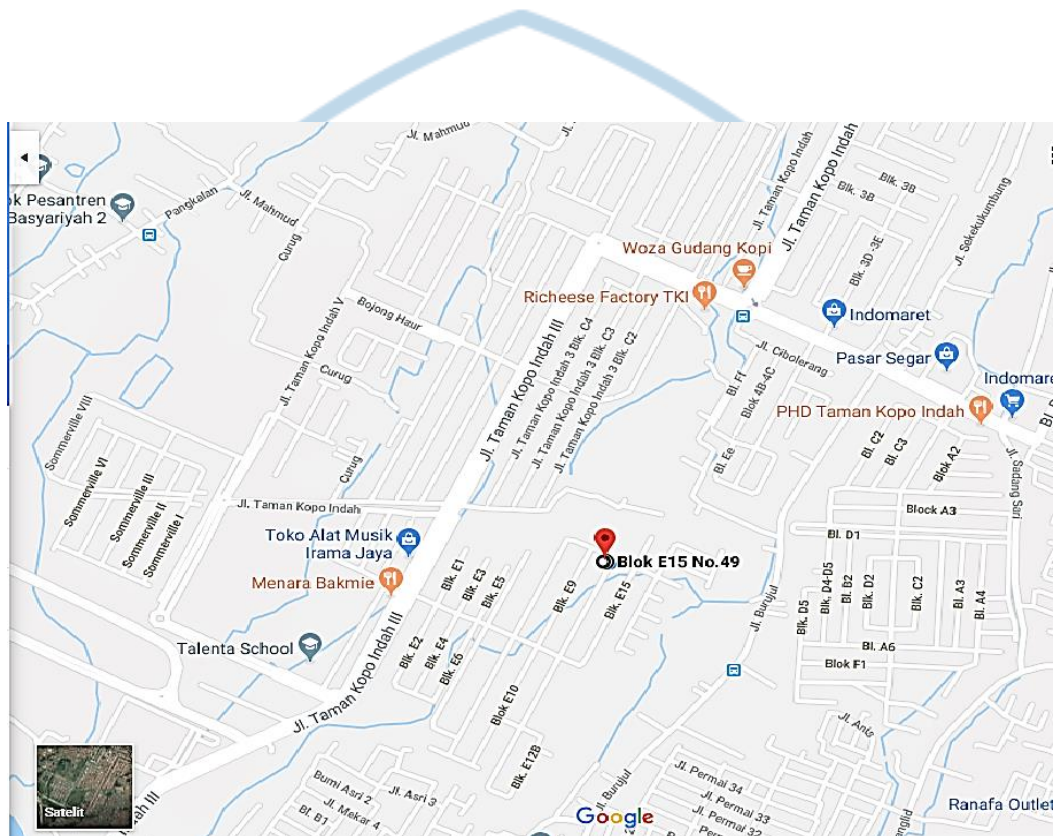
Visi:

Menjadikan YELLOW+ menjadi masakan nasi kuning sehat, unik dan praktis di Bandung pada tahun 2025.

Misi:

1. Memotivasi karyawan untuk menerapkan 3s (senyum salam sapa)
2. Memberikan pelayanan yang prima dan unggul dalam penyajian
3. Melayani kebutuhan masyarakat dalam hal menyediakan sarapan yang sehat.

YELLOW+ terletak di Taman Kopo Indah III Blok E-11 No. 61. Lokasi produksi tersebut merupakan tempat tinggal pemilik. Lokasi tempat tinggal karena dekat dengan lokasi penjualan dan memiliki posisi yang cukup strategis. Banyaknya aktivitas masyarakat di sekitar lokasi ini seperti ada sekolah, rumah sakit, perbankan dan dekat dengan akses jalan tol. Berikut merupakan gambar lokasi produksi YELLOW+:



Gambar 1.3 Lokasi Produksi

Sumber: *google maps (2018)*