

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Usaha Chao Hongshu bergerak dibidang kuliner yang memakai bahan baku ubi jalar sebagai bahan utama produk. Peneliti dikarenakan banyaknya manfaat ubi bagi kesehatan. Penulis mengambil ubi jalar sebagai bahan utama guna melestarikan kuliner tradisional dan memperkenalkannya ke masyarakat luas. Chao Hongshu, yang berasal dari bahasa Mandarin, dimana *Chao* sendiri artinya Ubi, dan *Hongshu* sendiri artinya Goreng Manis, jadi bila digabungkan menjadi “Ubi Goreng Manis”. Ubi yang penulis buat disini berbeda dengan ubi-ubi lainnya yang biasa hanya dikukus atau dibakar, disini penulis menggoreng ubi tersebut dan dibentuk seperti kentang goreng lalu dibubuhi *topping* diatas ubi tersebut sesuai selera konsumen. Dan penulis berencana untuk membuka *booth* Chao Hongshu di Mall 23 Paskal, karena di Mall 23 Paskal belum ada *tenant* yang berjualan ubi sebagai makanan ringan.

Ubi yang akan penulis jual tentunya memiliki keunikan yaitu dengan menambahkan *topping* diatas ubi sesuai dengan selera konsumen, *topping*-*topping* yang ditawarkan adalah keju parut, meses, nutella, ovomaltine dan susu kental manis.

Sistem produksi Chao Hongshu dari bahan baku sampai dengan produk jadi memakan waktu \pm 1 jam. Yaitu dari mulai mengupas ubi, memotong ubi berbentuk stik, membuat adonan ubi dan proses paling akhir adalah menggoreng ubi dan memasukkan ubi ke dalam kemasan.

Berdasarkan struktur organisasi di Bab 5, Chao Hongshu memiliki 3 karyawan yaitu kasir, koki dan operasional. Dimana operasional, kasir dan koki bertanggungjawab langsung kepada *owner*.

Target pasar yang dituju oleh Chao Hongshu adalah dari anak-anak sampai dengan orang tua yaitu dari usia 5 tahun sampai dengan 60 tahun yang menyukai kuliner dan menyukai inovasi-inovasi baru dari dunia kuliner. Strategi pemasaran Chao Hongshu tidak hanya dengan menggunakan *Word of Mouth* saja (WOM) tetapi juga menggunakan Media Sosial Instagram sebagai tempat promosi.

Penilaian kelayakan investasi Chao Hongshu dilakukan dengan melakukan perhitungan **Net Present Value** sebesar **Rp6.036.594,4** yang menunjukkan bahwa jika $NPV > 0$ maka proyek layak untuk dijalankan, **Payback Period** selama **18 bulan 14 hari** dan **Profitability Index** sebesar **1,69 > 1** maka usaha ini layak dijalankan.

1.2 Deskripsi Bisnis

Bisnis yang penulis lakukan adalah membuka kedai makanan ringan yang berbahan dasar ubi jalar tidak hanya menyuguhkan makanan ringan yang lezat dan sehat namun juga kedai yang menarik dan juga suasana yang nyaman.

Alhasil, penamaan Chao Hongshu sendiri diambil dari bahasa Mandarin yang artinya Ubi Manis Goreng. Karena awal mula *street snacks* berada di Negara Taiwan yang masih termasuk wilayah China, karena itu penulis menggunakan bahasa Tionghoa dalam penulisan nama Chao Hongshu. Penulis juga menerapkan motto yaitu "*Food is cheaper than therapy*" karena penulis percaya kesehatan semua berawal dari pola makan dan makanan yang dikonsumsi.

1.2.1 Logo

Adapun logo yang dipakai Chao Hongshu adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1 Logo Chao Hongshu

Sumber: Dokumen Pribadi

Untuk pemilihan warna latar logo putih karena agar terkesan sederhana dan gambar ubi di sebelahnya adalah bahan dasar utama untuk produk Chao Hongshu yaitu ubi jalar dan nama Chao Hongshu sendiri memakai warna merah dan kuning untuk melambangkan nuansa negara China.

1.2.2 Visi

Visi dari Chao Hongshu adalah menjadi *street snacks* yang paling dicari oleh konsumen baik dari kota Bandung maupun luar kota Bandung.

1.2.3 Misi

Berikut misi Chao hongshu:

1. Menyajikan makanan dengan tingkat kebersihan yang tinggi
2. Memilih bahan dasar yang berkualitas dan menjaga cita rasa produk
3. Menjalin hubungan baik antara pembeli dan penjual.

1.2.4 Tujuan dan Nilai

Tujuan Chao Hongshu adalah melestarikan makanan yang berbahan dasar tradisional dan memperkenalkannya ke seluruh pelosok.

Nilai-nilai yang diterapkan oleh Chao Hongshu adalah:

1. Kejujuran (*Honest*)

Memberikan sajian produk yang sesuai dengan keinginan konsumen (extra keju, extra susu, goreng kering, dll).

2. Ramah (*Friendly*)

Menerima kritik dan saran dari pelanggan dan menjadikannya sebagai bahan pembelajaran untuk ke depannya. Mengutamakan salam, senyum dan sapa kepada konsumen.

3. Sopan (*Polite*)

Selalu mengucapkan salam ketika ada konsumen yang datang dan terima kasih kepada konsumen yang telah berkunjung.

4. Pelayanan yang baik (*Good Service*)

Memberikan pelayanan yang baik ke semua pelanggan dan berusaha memenuhi apa yang menjadi permintaan pelanggan.