

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

1.1.1 Latar Belakang





Usaha yang dijalankan penulis dimulai dari hobi penulis yang menyukai makanan. Penulis ingin membuka suatu usaha di bidang makanan yang dapat disukai oleh kalangan orang banyak. Penulis melihat bahwa pertumbuhan dunia kuliner di negara Indonesia sedang bertumbuh dengan baik. Menurut Airlangga, hingga triwulan I 2019, pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman mencapai 6,77%. Angka itu di atas pertumbuhan PDB industri nasional sebesar 5,07%. Sektor tersebut pun berkontribusi sebesar 35,58% terhadap PDB Industri Non Migas dan sebesar 6,35% terhadap PDB Nasional. (Sumber: Rihanto, 2019)


Pada awalnya, penulis dan empat teman penulis yaitu Cindy Calista, Grace Clara, Sinta Desiana, dan William merancang usaha Hoshi Nori Tofu untuk tugas perencanaan bisnis di Universitas Kristen Maranatha. Ide awal dari usaha ini berawal karena penulis dan teman penulis menyukai makanan rumput laut, baik itu makanan berat atau cemilan yang berbahan dasar rumput laut sehingga penulis dan teman penulis memutuskan untuk membuat usaha makanan bertema rumput laut. Penulis berpikir ingin membuat makanan rumput laut yang memiliki keunikan tersendiri, sehingga penulis mencoba untuk membuat

rumput laut yang digabungkan dengan tahu dan dikemas dalam bentuk *Ricebowl* sehingga memudahkan penulis untuk membawa makanan tersebut dan tempatnya dapat dibuang setelah makan. Penulis membawa makanan tersebut kepada empat teman penulis, ternyata teman penulis sangat menyukai makanan tersebut. Kemudian penulis mencoba untuk menawarkan makanan tersebut kepada teman-teman Universitas Kristen Maranatha tempat penulis menimba ilmu. Penulis memberikan sampel kepada beberapa teman, dan tidak disangka bahwa teman penulis meunjukkan respon yang positif. Dari respon yang dilihat, penulis melihat adanya peluang usaha untuk penulis membuka usaha makanan tersebut.

Penulis melihat jika ingin membuka usaha makanan *Ricebowl* maka harus siap dengan pesaing pesaing yang sudah banyak beredar. Saat ini menu *Ricebowl* sangat terkenal di kalangan pencinta kuliner. Wadah yang digunakan mulai dari mangkuk plastik hingga berbahan piring. Seiring berkembangnya zaman, menu Rice Bowl kini diolah dengan berbagai bahan dan isiannya. Bahkan menu Rice Bowl juga banyak ditemui di berbagai tempat makan, tak terkecuali di Bandung. (sumber: Dehotman, 2018) penulis melihat bahwa di Bandung, sudah banyak tempat- tempat yang menjual *ricebowl*, penulis mencari berbagai tempat yang menjual *ricebowl* dan menemukan lima tempat yang terkenal makanan *ricebowl*nya. Di bawah ini adalah tabel dari usaha pesaing usaha penulis:

Tabel 1.1 Data Pesaing Hoshi Nori Tofu

Pesaing	Gambar
Kafe 911	
Halal Brothers Bandung	
Kafe Plumeria House	
Sangu Rice Bowl	

Kailan Krispi	
----------------------	--

(sumber: Dehotman, 2018)

Dari tabel di atas, menu andalan dari masing- masing tempat berbeda. Seperti kafe 911 yang mempunyai *Chicken* sambal matah *ricebowl* sebagai andalan, *ricebowl* khas Timur Tengah sebagai menu andalan dari kedai Halal *Brothers*, kafe *Plumeria House* yang terkenal dengan *Chicken Salted Egg ricebowl*, daging sambal matah dari Sangu *Rice Bowl*, dan yang paling terakhir adalah Kailan Krispi dengan sayur olahan Kailan. Setelah melihat pesaing yang ada, penulis menyimpulkan bahwa penulis melihat belum adanya makanan berat *ricebowl* yang lauk utamanya berupa rumput laut yang dipadukan dengan tahu sehingga persaingan dari usaha penulis dapat disimpulkan terdapat beberapa pesaing, tetapi penulis melakukan inovasi baru dengan *ricebowl* yang produk utamanya adalah rumput laut.

Usaha yang penulis jalankan ini mempunyai nama Hoshi Nori Tofu, yaitu makanan bertema rumput laut yang digabungkan dengan tahu dan dikemas dalam bentuk *ricebowl*. Didalam *ricebowl* tersebut terdapat nasi yang dicampur dengan serpihan rumput laut, kemudian di atas nya adalah produk utama dari Hoshi Nori Tofu yaitu rumput laut yang dipotong kecil-kecil diberikan adonan tahu yang sudah dihancurkan dan diberi bumbu di atas rumput laut dan digoreng dengan minyak panas. Satu *Ricebowl* dari Hoshi Nori Tofu dilengkapi dengan satu sendok dan plastik bening. Bahan-bahan yang digunakan untuk

membuat Hoshi Nori Tofu adalah bahan yang berkualitas, terdiri dari rumput laut, tahu kuning. Nasi yang digunakan adalah campuran dari beras ketan dan beras biasa dengan perbandingan 1:1. Untuk saat ini, Hoshi Nori Tofu memiliki dua varian rasa, yaitu rasa *Original* dan rasa *spicy*. Hoshi Nori Tofu dengan rasa *spicy* diberikan dengan tambahan bubuk cabai. Untuk selanjutnya, Hoshi Nori Tofu ingin terus melakukan Inovasi baik dalam segi rasa yang lebih bervariasi dan kemasan yang mengikuti perkembangan jaman. Hoshi Nori Tofu saat ini diproduksi di Bandung, tepatnya di komplek Taman Holis Indah I blok C4 No 10. Saat ini, Hoshi Nori Tofu menerapkan sistem *Pre-Order* bagi pembeli yang ingin membeli produk Hoshi Nori Tofu.



Gambar 1.1 Hoshi Nori Tofu

(sumber: Dokumen Pribadi 2019)

Khalayak sasaran adalah khalayak yang menjadi sasaran kegiatan komunikasi organisasi, baik karena organisasi memiliki kepentingan terhadap khalayak tersebut, maupun karena khalayak tersebut adalah objek utama yang tindak tanduknya dapat menguntungkan maupun merugikan tim. (sumber: Khalayak

Sasaran, n.d.). Target pasar yang ingin dicapai oleh Hoshi Nori Tofu pada saat ini adalah Mahasiswa di Universitas Kristen Maranatha, dosen dan pegawai yang berada di Universitas Kristen Maranatha karena penulis yang saat ini sedang menempuh studi di Universitas Kristenn Maranatha, dan teman-teman penulis yang berada di kota Bandung, Indonesia. Penulis membuka usaha pertama kali di Bandung karena melihat Bandung yang saat ini menjadi tempat favorit untuk wisata kuliner. Menurut sebuah artikel, setelah dilakukan survei dari 3.970 responden, Bandung menjadi kota wisata kuliner favorit di Indonesia. Kota Bandung mendapat angka 2.341 atau sekitar 59%. Mengalahkan 4 kota lainnya yaitu Makassar (8%), Surabaya (15%), Padang (14%), dan Cirebon (3%). (sumber: Sri Anindiati Nursastri, 2014). Melihat hasil survey, penulis menyimpulkan bahwa membuka usaha makanan di kota Bandung adalah hal yang menguntungkan dan minat pembeli yang baik. faktor lain penulis memilih kota bandung, adalah karena penulis yang sekarang bertempat tinggal di kota Bandung. Disaat Target pasar dari usaha Hoshi Nori Tofu sudah tercapai, potensi pasar yang selanjutnya ingin Hoshi Nori Tofu capai adalah seluruh kalangan dimulai dari usia 12 tahun hingga 50 tahun, kalangan menengah bawah, menengah, dan menengah yang bertempat tinggal di kota Bandung. Penulis berencana untuk mengikuti berbagai *Event Bazaar* agar nama Hoshi Nori Tofu dapat lebih dikenal.

Untuk mencapai target pasar yang diinginkan, penulis memakai strategi pemasaran melalui media Sosial seperti Instagram. Penulis memilih instagram sebagai alat pemasaran dikarenakan pengguna instagram di Indonesia yang sudah sangat banyak. Indonesia menjadi negara keempat di dunia dengan pengguna Instagram terbanyak dengan memiliki jumlah pengguna Instagram 56 juta. Di

Indonesia, pengguna Instagram terbanyak berusia 18-24 tahun. Studi juga mengungkap bahwa awal 2019, jumlah rata-rata pengguna Instagram laki-laki 1,9 persen lebih banyak ketimbang pengguna perempuan. (sumber: www.liputan6.com). Penulis menggunakan instagram untuk media promosi seperti diberitahukan waktu Pre-order dan penutupan Pre-order, memberitahukan jika diadakan promosi dan pemberitahuan rasa baru. Di Instagram, pembeli dapat melihat informasi pemesanan. Produk Hoshi Nori Tofu dapat dipesan melalui media Line atau Whatsapp. Strategi pemasaran lainnya dapat melalui *Word of Mouth* (WOM) melalui teman-teman penulis yang berada di Universitas Kristen Maranatha. Produk Hoshi Nori Tofu ini dapat dikirim melalui Go-jek atau Grab, atau dapat diambil langsung di Universitas Kristen Maranatha. Pembeli dapat membayar Hoshi Nori Tofu tunai atau transfer rekening. Untuk kedepannya, Hoshi Nori Tofu ingin bekerja sama dengan Go-Jek atau Grab sehingga Hoshi Nori Tofu dapat lebih dikenal oleh banyak orang.

Usaha Hoshi Nori Tofu juga berencana untuk membuka Gerai usaha pada pertengahan tahun pertama untuk dapat memudahkan pembeli untuk mencari dan mendapatkan produk Hoshi Nori Tofu. Untuk berhasilnya jalannya sebuah usaha, dibutuhkan karyawan dan struktur organisasi yang tepat, sehingga Usaha Hoshi Nori Tofu memiliki struktur organisasi yang terdiri atas Direktur, Manager, kasir, pramusaji, dan karyawan produksi yang masing masing di rekrut sesuai dengan kemampuan dan kualitasnya. Masing – masing karyawan yang bekerja di Hoshi Nori Tofu sudah mendapatkan training dan bekerja sesuai dengan *Standard operating procedure* (SOP) yang sebelumnya sudah ditentukan oleh perusahaan.

Melalui perhitungan kelayakan Investasi usaha Hoshi Nori Tofu dengan metode Net Present Value, Pay Back Period, Profitability Index (PI), Internal Rate of Return (IRR) adalah layak karena hasil Net Present Value adalah sebesar Rp. 217.000.261 > 0 (positif), Pay Back Period dari usaha Hoshi Nori Tofu adalah 5 bulan 1 Hari yang artinya investasi awal sebesar Rp 19.439.940,00 akan didapatkan kembali dengan jangka waktu 5 bulan 1 hari, dan Pay Back Period > Pay Back Period yang telah ditentukan, Profitability Index dari usaha Hoshi Nori Tofu adalah sebesar 12,16 > 1 (Positif), dan Internal Rate of Return (IRR) layak karena IRR 340,67% > IRR yang telah disyaratkan $df = 20\%$. Jadi dengan semua metode kelayakan Investasi maka usaha Hoshi Nori Tofu layak untuk dijalankan.

Ide Usaha usaha Hoshi Nori tofu pada awalnya dikemukakan oleh 5 orang yang di dalamnya yaitu Cindy Calista, Grace Clara, Lois Kurniawati Kanadi, Sinta Desiana, dan William. Tetapi saat ini, Hoshi Nori Tofu dijalankan oleh Lois Kurniawati Kanadi sendiri. Dan pada awal perintisan, Hoshi Nori Tofu menggunakan modal pribadi dari Lois Kurniawati Kanadi.

1.2 Deskripsi Bisnis

Nama dari usaha yang penulis jalankan bernama Hoshi Nori Tofu. Penulis menggunakan nama Hoshi Nori Tofu karena penulis terinspirasi dari Negara Jepang dan nori tofu adalah produk utama dari usaha penulis. Jika mendengar rumput laut pastilah mengingat Negara Jepang yang terkenal dengan sushi, dan kebanyakan makanan di Jepang memakai rumput laut sebagai bahan makanan. Penulis menggunakan kata Hoshi Nori yang memiliki arti rumput laut dan Tofu yang berarti

Tahu, sehingga penulis menggabungkan kedua nama tersebut menjadi Hoshi Nori Tofu.

Produk ini adalah potongan rumput laut yang digabungkan dengan tahu dan dikemas dalam bentuk *ricebowl*. *Ricebowl* tersebut memudahkan pembeli untuk membawa makanan tersebut dan wadah tersebut dapat dibuang setelah makan. Hoshi Nori Tofu memiliki logo usaha seperti di bawah ini:



Gambar 1.2 Logo Hoshi Nori Tofu
(sumber: *Dokumen Pribadi 2019*)

Arti dan warna logo di atas menggambarkan produk usaha Hoshi Nori Tofu. Warna logo di atas adalah merah dan kuning. Warna merah dan kuning termasuk warna yang paling mencolok di mata. Selain itu dalam terapi, warna merah bisa dimanfaatkan untuk membangkitkan nafsu makan. Karena itu logo produk Hoshi Nori Tofu menggunakan warna merah dan kuning. Gambar di atas juga memperlihatkan produk usaha penulis yaitu rumput laut yang digabungkan dengan tahu di atas nya, dan di bawah gambar tersebut terdapat tulisan Hoshi Nori Tofu.

Melalui logo usaha di atas, penulis berharap bahwa pembeli dapat mengetahui produk yang ditawarkan oleh Hoshi Nori Tofu dan dapat tertarik untuk membeli produk dari Hoshi Nori Tofu. Penulis juga berharap dapat meningkatkan nafsu makan dari pembeli yang melihat logo usaha penulis.

Ide awal dari usaha Hoshi Nori Tofu ini pada mulanya dibuat oleh lima orang yaitu Cindy Calista, Grace Clara, Lois Kurniawati Kanadi, Sinta Desiana, dan William untuk tugas perencanaan bisnis di Universitas Kristen Maranatha. tetapi saat ini, Hoshi Nori Tofu akan dijalankan oleh penulis dan ibu penulis sehingga bentuk kepemilikan bisnis ini berupa milik perseorangan. Perusahaan perseorangan adalah suatu perusahaan atau bisnis yang dimiliki oleh pemilik tunggal sedangkan pengusaha perorangan adalah pemilik dari suatu perusahaan perseorangan. (sumber: Perusahaan Perseorangan, n.d.). perizinan dari usaha Hoshi Nori Tofu untuk saat ini belum memiliki perizinan. Untuk selanjutnya, Hoshi Nori Tofu akan mencoba mendapatkan perizinan yang resmi dalam hal kualitas produk dan ijin usaha.

Visi dari Hoshi Nori Tofu adalah menciptakan sebuah usaha makanan bertema Rumput laut yang berkualitas tinggi yang dapat bersaing di kota Bandung dan juga dapat mengembangkan usaha baik di dalam kota Bandung maupun di dalam pulau Jawa pada tahun 2024.

Misi dari usaha Hoshi Nori Tofu adalah seperti berikut ini:

1. Mengutamakan kualitas dalam hal rasa, pelayanan dan penyajian.
2. Menjadi usaha makanan yang disukai dan dikenal oleh banyak orang, serta melakukan Inovasi di bidang rasa dan kualitas sajian.

3. Harga yang terjangkau.
4. Menumbuhkan keterampilan dan pengetahuan karyawan guna mencapai performa operasional yang maksimal.

Lokasi dari pembuatan produk Hoshi Nori Tofu berada di kompleks Taman Holis Indah Blok C4 no 10 Bandung. Lokasi ini adalah rumah penulis. Berikut adalah gambar dari lokasi usaha Hoshi Nori Tofu:



Gambar 1.3 Lokasi Produksi Hoshi Nori Tofu
(sumber:Google Maps)

Dapat dilihat dari gambar di atas, tempat produksi usaha Hoshi Nori Tofu dekat dengan beberapa tempat diantaranya terdapat sekolah BPK Penabur yang didalamnya terdapat mulai dari jenjang TK, SD, SMP, hingga SMA. Kemudian wilayah kompleks Holis dekat dengan daerah kompleks Taman Kopo Indah dan kompleks Taman Rahayu Regency. Wilayah tempat produksi Hoshi Nori Tofu juga dekat dengan Jalan holis yang terdapat banyak perkantoran dan pabrik. Melihat dari posisi tempat usaha penulis, terdapat konsumen potensial untuk Hoshi Nori Tofu

dapat memasuki pasar sekolah dan kantor seperti menjadi *Catering*. Berikut merupakan perhitungan jarak dari posisi usaha produksi dengan konsumen potensial:

1. 1.2 KM dari BPK Penabur Holis.
2. 2.1 KM dari Komplek Taman Rahayu Regency.
3. 1.7 KM dari Komplek Taman Kopo Indah.
4. 2.3 KM dari Jalan Holis.

