

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

I.1. Deskripsi Konsep Bisnis

1. Peluang Bisnis

Makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang paling utama karena semua manusia pasti butuh makan untuk memberikan nutrisi dan energi pada tubuhnya. Berbisnis makanan atau kuliner boleh dibilang salah satu jenis usaha yang tidak akan pernah “mati” karena akan selalu dicari oleh banyak orang untuk memenuhi kebutuhan utama mereka.

Bila melihat pasar Indonesia, tentu ada banyak sekali peluang usaha makanan yang bisa dilakukan oleh calon pebisnis yang menyukai usaha kuliner. Masyarakat Indonesia sangat terkenal konsumtif dibanding negara-negara lain, termasuk dalam hal makanan. Indonesia sendiri terkenal dengan jenis makanannya yang beragam dari berbagai daerah, mulai dari makanan utama hingga makanan ringan. Harganya pun beragam mulai dari yang murah, sampai yang mahal. (<http://www.maxmanroe.com/peluang-usaha-makanan-yang-ada-di-sekitar-kita.html>)

Roti adalah salah satu makanan tertua di dunia. Sejarah roti yang panjang konon berawal dari Mesir dan Mesopotamia. Saat itu warna roti membedakan ‘kelas’ dalam masyarakat. Semakin gelap warna roti yang dikonsumsi semakin rendah status sosialnya. Hal ini dikarenakan tepung putih yang mahal. Tetapi jaman sekarang roti berwarna gelap justru lebih mahal karena rasanya yang lebih enak dan kandungan gizinya yang lebih tinggi. Saat ini roti sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Tidak hanya berbentuk datar, kita bisa menikmati roti beraneka bentuk, rasa, dan ukuran. (<http://masukdapur.blogdetik.com/2010/02/22/seri-roti-sejarah-roti/>)

Gluten adalah salah satu protein dalam makanan olahan yang terbuat dari gandum dan biji-bijian lainnya. Gluten harus dihindari oleh mereka yang alergi gandum atau menderita penyakit *celiac* atau gangguan autoimun yang merusak usus. Di Indonesia, diet bebas gluten biasanya disarankan bagi para penyandang autisme. Namun kini berkembang pola makan yang

menghindari semua makanan yang mengandung gluten. Diet bebas gluten ini umumnya dilakukan setelah mereka mengalami gejala cepat lelah, kembung atau perasaan tertekan (depresi) (<http://health.kompas.com/read/2013/07/03/0945062/Diet.Bebas.Gluten>).

Di Indonesia sampai sekarang masih belum diketahui pasti angka kejadiannya, tetapi diduga angkanya tidak jauh dari 1 dibandingkan 100 orang. Penulis mengadakan penelitian pada penderita kesulitan makan pada anak yang berobat di Picky Eaters Clinic Jakarta (Klinik Khusus Kesulitan Makan Pada Anak) diduga sekitar 34% dari populasi anak sulit makan tersebut adalah penderita penyakit seliak, karena saat dilakukan penghindaran terhadap diet gluten terdapat perbaikan klinis yang bermakna. (<http://celiacclinic.wordpress.com/category/gangguan-menyertai/>)

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan sebuah inovasi baru agar pelanggan tidak mudah bosan. Dengan membuat usaha baru, dimana semua makanan yang dijual adalah makanan sehat bebas gluten.

2. Persaingan

Persaingan bisnis makanan semakin ketat di Indonesia begitu juga dalam bisnis makanan seperti roti. Hal ini ditandai oleh makin banyak munculnya merek roti modern yang ada di Indonesia sehingga konsumen dihadapkan pada pilihan merek yang beraneka ragam, seperti Bread Talk, Bread Life, Roti Boy, Vitasari, dan sebagainya. Tidak hanya dari merek roti modern yang beraneka ragam ada juga roti zaman dulu yang masih berdiri sampai sekarang, seperti Sidodadi, Braga Permai, Sumber Hidangan, dan sebagainya. Munculnya beragam merek roti tersebut menuntut produsen untuk menjaga kekuatan merek dan dikelola oleh perusahaan, agar merek mampu bersaing dalam jangka panjang.

Untuk menghadapi persaingan tentunya banyak cara yang dapat dilakukan seperti mengikuti perkembangan pasar baik tren globalisasi dan teknologi, tidak mengabaikan pesaing walaupun sudah menjadi leader pada bidang produk atau jasa, tidak mengabaikan pelanggan (konsumen baru atau konsumen lama) dalam hal ini strategi yang kita pilih untuk memperluas

pangsa pasar tertentu. Selain itu ada 3 hal pokok yang juga harus diperhatikan agar dapat bersaing diantara para pesaing yaitu :

1. Inovasi produk

Dalam hal ini seorang wirausaha harus terus berusaha untuk menciptakan inovasi produk baik dalam memperbaiki atau menciptakan keunikan yang baru terhadap produk tersebut dan tidak hanya merasa cukup akan apa yang di hasilkan saat ini walaupun pada saat itu usaha yang dilakukan sudah berada pada posisi sebagai leader karena survey yang pernah dilakukan peneliti banyak usaha yang jatuh akibat merasa puas terhadap hasil yang baik pada saat ini yang pada akhirnya tanpa menyadari bahwa pesaing telah melakukan inovasi untuk melebihi produk yang kita hasilkan oleh karena itu inovasi memegang peranan penting untuk produk dan untuk mempertahankan kepuasan serta kepercayaan pelanggan.

2. Diferensiasi

Suatu produk atau jasa akan disukai konsumen jika memiliki deferensiasi di banding produk lain yang sejenis oleh karena itu hal ini juga sangat penting untuk diterapkan baik diferensiasi dari inovasi, harga maupun keunggulan lainnya yang akan menjadi keunikan pada produk atau jasa tersebut.

3. Promosi

Di era yang penuh perkembangan teknologi seperti sekarang ini tentu promosi juga memegang peranan penting demi berlangsungnya usaha karena dengan adanya promosi konsumen dapat tahu produk atau jasa apa yang kita jual, dengan adanya promosi yang efektif tentunya akan membuat konsumen semakin tertarik, dengan adanya konsumen yang semakin meningkat membeli produk yang kita jual akan berdampak positif bagi usaha yang kita miliki sehingga usaha yang kita miliki akan mampu bertahan menghadapi persaingan. Promosi juga harus mengikuti perkembangan seperti pada saat ini yang terjadi dimana tren pemasaran internet menjadi fokus setiap usaha, dengan adanya pemasaran internet, promosi dapat dilakukan bahkan transaksi online bisa terjadi.

(<http://www.ciputraentrepreneurship.com/artikel-kontes-esai/bagaimana-menghadapi-persaingan-sebagai-entrepreneur-may-mariani>)

3. Produk

Berikut adalah jenis-jenis produk yang ditawarkan oleh *Gluten Free Bakery* :

Gambar 1.1 Produk *Gluten Free Bakery*



Sumber : Dokumentasi pribadi (2013)

Keterangan :

- a. *Grissini* (kiri)
- b. *Cupcake* (kanan atas)
- c. *Chocolate Chip Cookies* (kanan bawah)

4. Target Pasar

Target Pasar (*Targetting*) dimana dalam menetapkan sasaran pasar (target pasar), perusahaan terlebih dulu harus melakukan segmentasi pasar, dengan cara mengelompokkan konsumen (pembeli) ke dalam kelompok dengan ciri-ciri (sifat) yang hampir sama. Setiap kelompok konsumen dapat dipilih sebagai target pasar yang akan dicapai. (<http://pengertiandancontoh.blogspot.com/2013/03/target-pasar-bisnis.html>)

Nama yang akan digunakan *Gluten Free Bakery*, karena di sini *Gluten Free Bakery* mempunyai konsep yang modern tetapi tetap *homemade*. Target pasar yang akan dituju adalah melayani semua gender dan semua kalangan yang menyukai makanan makanan sehat khususnya roti dan kue.

5. Potensi Pasar

Pengertian peluang pasar menurut Kotler (1997:72) adalah sebagai berikut: Peluang pasar adalah suatu bidang kebutuhan pembeli dimana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan. Sedangkan Pearce dan Robinson (2000-230) memberikan pengertian peluang pasar: Pasar adalah situasi penting yang paling menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kotler (1997:118) menyatakan bahwa: Potensi pasar adalah batas yang di dekati oleh permintaan ketika pengeluaran pemasaran industri mendekati tak terhingga untuk lingkungan yang telah di tentukan. (<http://invesdana.com/konsep-peluang-pasar-dan-potensi-pasar/>)

Potensi pasar *Gluten Free Bakery* sendiri terdiri dari :

- SMP Santo Aloysius sebanyak 964 siswa dan SMA Santo Aloysius sebanyak 1.233 siswa. (http://refpd.data.kemdikbud.go.id/ref_nisn/data2.php?cont=3&kode=026000)
- MIPA dan FTG Universitas Padjajaran sebanyak 8.348 mahasiswa yang terdiri dari 8 jurusan. (<http://www.unpad.ac.id/2013/08/rektor-unpad-mahasiswa-unpad-buktikan-kalian-memang-mahasiswa-terpilih/>)
- Pengunjung Jalan Sultan Agung sebanyak 916 orang (<https://id.foursquare.com/v/jalan-sultan-agung/4bfc9863b68d0f47d8ade757>)
- Kota Bandung tercatat sebagai daerah terpadat di Jawa Barat. Tingkat kepadatan penduduk Kota Bandung mencapai 14.228 orang per kilo meter persegi. (<http://www.pikiran-rakyat.com/node/121285>)

6. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Menurut *Armstrong dan Kotler* (2000:5), *marketing* adalah “*A societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering and freely exchanging products and services of value with others*”. Dapat diartikan sebagai sebuah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, menawarkan dan secara bebas bertukar produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

(<http://bieligunarto.blogspot.com/2013/06/strategi-pemasaran.html>)

Bauran pemasaran terdapat 4 komponen, yaitu :

1. Produk :

Produk menurut *Kotler & Amstrong* (1996:274) adalah : “*A product as anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use or consumption and that might satisfy a want or need*”. Artinya produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan

keinginan atau kebutuhan konsumen. (http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/produk-definisi-klasifikasi-dimensi_30.html)

Produk-produk yang *Gluten Free Bakery* tawarkan antara lain : *Grissini* (*bread stick* atau roti tongkat), *chocolate chip cookies*, *banana bread*, *mini sandwich*, *cupcake* dan *pancake*. Untuk minumannya sendiri antara lain *lemonade*, *mocca latte*, dan *matcha latte*.

2. Harga :

Tabel 1.1 Harga Produk *Gluten Free Bakery*

Makanan	Harga
<i>Grissini</i>	Rp 16.000,-
<i>Banana Bread</i>	Rp 36.000,-
<i>Cupcake</i>	Rp 18.000,-
<i>Chocolate Choco Chip</i>	Rp 20.000,-
<i>Pancake</i>	Rp 14.000,-
<i>Sandwich</i>	Rp 12.000,-
Minuman	
<i>Lemonade</i>	Rp 8.000,-
<i>Mocca Latte</i>	Rp 10.000,-
<i>Matcha Latte</i>	Rp 11.000,-

Sumber : Dokumen pribadi (2013)

3. Distribusi :

Distribusi memiliki pengertian sebagai kegiatan ekonomi yang menjembatani suatu produksi dan konsumsi suatu barang agar barang dan jasa yang ditawarkan akan sampai tepat kepada para konsumen sehingga kegunaan yang didapat dari barang dan jasa

tersebut akan semakin maksimal setelah dikonsumsi. (<http://ekokusnur.com/pengertian-distribusi-dan-fungsi-distribusi.html>)

Lokasi *Gluten Free Bakery* berada di jalan Sultan Agung No. 5 dekat dengan SMA Santo Aloysius, dimana *cafe* sederhana yang nyaman dengan konsep tradisional. Daerah Sultan Agung sendiri terkenal dikelilingi oleh distro-distro seperti Macbeth, Wadezig!, Evil, Blank wear, dan lainnya. (<http://wikimapia.org/street/15761929/Jl-Sultan-Agung>)

4. Promosi :

Promosi yang dilakukan *Gluten Free Bakery* adalah melalui media social, dimana media social adalah cara yang paling cepat dalam penyampaiannya dan tidak perlu mengeluarkan biaya. Salah satu cara lain yang cepat dan tidak memerlukan biaya adalah WOM (*Word of Mouth*), dimana jika *Gluten Fee* dapat memenuhi kriteria dan kepuasan konsumen dengan sendirinya berita dari konsumen ke konsumen lainnya akan menyebar. Mungkin dengan berjalannya waktu akan dilakukan promosi lain seperti publisitas positif maksimal dari pihak-pihak luar, promosi penjualan dengan ikut pameran, public relation yang mengupayakan produk diterima konsumen, dan personal selling. (<http://dhanialfirdaus.wordpress.com/2008/11/06/definispengertian-promosi-fungsitujuan-bauran-promosi-promotional-mix-produk/>)

7. Penilaian kelayakan investasi

1. Perhitungan NPV (dengan *discount factor* 20%)

Tabel 1.2 Tabel NPV

Tahun	<i>Operational Cash Flow</i>	<i>Discount Factor</i>	<i>Present Value</i>
Tahun 1	Rp 49.737.160	0,8333	Rp 41.445.975
Tahun 2	Rp 90.780.266	0,6944	Rp 63.037.816
Tahun 3	Rp 147.594.457	0,5787	Rp 85.412.912
<i>Total Present Value</i>			Rp 189.896.703
<i>Initial Investment</i>			Rp 25.008.660
NPV			Rp 164.888.043

Sumber : Data diolah (2013)

Oleh karena nilai NPV > 0 (**Rp 164.888.043**) maka usaha ini layak dijalankan

2. Payback Period

Tabel 1.3 Tabel *Payback Period*

Tahun	<i>Operational Cash Flow</i>
Tahun 1	Rp 49.737.160
Tahun 2	Rp 90.780.266
Tahun 3	Rp 147.594.457

Sumber : Data diolah (2013)

$$\begin{aligned} \text{Payback Period} &= \frac{\text{Rp } 25.008.660}{\text{Rp } 49.737.160} \times 12 \text{ bulan} \\ &= \mathbf{6,03 \text{ bulan}} \end{aligned}$$

1. Perhitungan *Profitability Index* (PI)

$$\begin{aligned} \text{Profitability Index} &= \frac{\text{Total Present Value}}{\text{Initial Investment}} \\ &= \frac{\text{Rp } 189.896.703}{\text{Rp } 25.008.660} \\ &= \mathbf{7,59} \end{aligned}$$

Oleh karena nilai *Profitability Index* (**7,59**) > 1 maka usaha ini layak dijalankan

I.2 Deskripsi Bisnis



Gambar 1.2 Logo *Gluten Free Bakery*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2013)

1. Nama Perusahaan : *Gluten Free Bakery*
2. Alamat Perusahaan : Jalan Sultan Agung No. 15 Bandung
3. Bentuk Kepemilikan : Perusahaan Perseorangan
4. Bidang Usaha : Kuliner
5. Perizinan :
 - Izin Domisili Usaha dari RT/RW setempat
 - Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dan Surat Izin Gangguan (HO)
6. Visi : Menjadikan *Gluten Free Bakery* sebagai *healty café* pertama dan utama di kota Bandung

7. Misi :

- Memperkenalkan pada masyarakat makanan ringan yang sehat tanpa berbagai gluten
- Menempatkan konsumen sebagai prioritas
- Memberikan pelayanan dan kualitas yang terbaik