

## BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF

### I.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Konsep bisnis yang akan dibuat adalah sejenis *Korean Street Food* atau dinamakan *Pojangmacha*. Pemilihan industri makanan dipilih sebagai perencanaan bisnis karena saat sekarang pertumbuhan industri ini meningkat. Peningkatan ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain Pertama, pertumbuhan makro ekonomi Indonesia yang terus membaik, faktor kedua, hingga triwulan ketiga 2011 pertumbuhan industri mamin telah mencapai 7,29% lebih tinggi dibanding pertumbuhan industri nonmigas yang besarnya 6,49%. Faktor lain yang bisa yaitu pertumbuhan penduduk karena besarnya jumlah penduduk Indonesia ditunjang makro ekonomi yang bagus, maka daya beli masyarakat juga meningkat (<http://www.kemenperin.go.id/artikel/1825/Pertumbuhan-Industri-Makanan-dan-Minuman-Delapan-Persen>).

Peluang yang didapatkan dari bisnis ini adalah :

1. Di Indonesia tren Korea sedang digemari sehingga orang-orang mulai mencari segala sesuatu tentang Korea. Seringnya stasiun TV swasta Indonesia menayangkan drama korea dan semakin mewabahnya demam K-pop (*Korean pop*) di kalangan remaja menjadi bukti bahwa Korea Selatan berhasil memindahkan atau menyebarkan sesuatu yang asli dari negaranya ke luar negeri, dalam kasus ini adalah Indonesia.
2. Makanan ini dijual dengan harga yang terjangkau dimana kebanyakan penjual makanan Korea menjual dengan harga menengah ke atas harga jual bisa terjangkau oleh anak sekolah
3. Jajanan sehat untuk anak sekolah karena rata-rata makanan Korea terdapat sayuran yang mana jajanan lain mungkin hanya bersifat

*fast food* yang tidak memperhatikan sisi kesehatan untuk anak sekolah.

4. Praktis dan porsi yang disediakan sesuai dengan harga dan kebutuhan dari anak sekolah yang mana harga terjangkau dan porsi tidak terlalu sedikit atau banyak sehingga bisa dijadikan salah satu alternatif jajanan sehat yang mengenyangkan.

Selain dari sisi peluang yang didapat dari bisnis kuliner ini, terdapat tantangan dalam menjalankan bisnis ini antara lain :

1. Kemungkinan ada pesaing yang berkonsep sama dan lebih variatif dalam hal menu.
2. Kemungkinan kesulitan dalam mengolah dan menemukan supplier dengan harga yang terjangkau juga. Hal ini bisa saja terjadi sebab makanan Korea merupakan jenis makanan yang sudah mulai terkenal tapi masih sulit untuk mendatangkan bahan baku yang mana kebanyakan dari bahan baku tersebut masih diimpor sehingga harga bahan baku tersebut mahal.
3. Perbedaan selera konsumen anak sekolah. Dengan semakin beragamnya jenis-jenis kuliner yang ada sekarang, semakin banyak pula pilihan makanan untuk dijadikan sebagai santapan makanan.

Bisnis ini akan ditempatkan di kedai berjalan yang terletak di depan sekolah sehingga memudahkan orang-orang untuk membeli dan mencoba jenis makanan ini. Konsep ini sebenarnya sudah cukup banyak diketahui oleh orang-orang tapi belum ada yang mencoba menjual makanan Korea dengan konsep ini. Bisnis ini ditempatkan di depan sekolah karena kebanyakan penggemar Korea merupakan anak remaja yang masih sekolah (<http://www.kpopchart.net/2013/06/news-lebih-memilih-ngantri-bbm-atau.html>) dan juga karena rasa ingin tahu anak-anak sekolah lebih besar

(<http://lektur.kemenag.go.id/content/view/38/61/>). Meskipun sudah mulai berjamur, kebanyakan makanan Korea hanya diujakan di pusat perbelanjaan atau di restoran-restoran saja dan konsepnya pun belum ada yang seperti jajanan kaki lima dan itulah keunikan dari konsep bisnis ini. Menu yang akan dihadirkan masih berupa jajanan Korea yang terbilang cukup sederhana, seperti *tteokbokki* (kue beras) yang merupakan jajanan kaki lima khas dari Korea sendiri, *pajeon* (*pancake* sayur) yang berupa dadar gulung telur berisi sayur, *odeng* atau baso ikan, dan *kimbab* (nasi gulung) yang menyerupai *sushi* dari Jepang.

Strategi pemasaran yang akan dilakukan dalam *business plan* sangat diperlukan agar kebutuhan dan keinginan konsumen dapat dilihat secara lebih jelas dan juga agar bisnis yang dilakukan bisa tepat sasaran. STP dari bisnis ini adalah

- Penulis memilih segmen Bandung Selatan karena lokasi yang dipilih adalah BPK Penabur yang terletak di kompleks perumahan Taman Holis Indah.
- Meskipun target konsumen bisnis ini adalah anak sekolah, tapi tidak menutup kemungkinan selain konsumen anak sekolah dapat mencoba *Pojangmacha* karena bisnis ini tidak terpatok pada berapa usia konsumen sebab *Pojangmacha* sendiri bisa dikonsumsi dan dinikmati oleh semua kalangan umur entah itu anak-anak, remaja, bahkan orangtua. Bisnis ini juga ditujukan untuk semua jenis kelamin, status sosial, gaya hidup, kepribadian, dan tingkah laku.
- Bisnis *Pojangmacha* ini punya penempatan sebagai jajanan Korea yang mempunyai kualitas bersaing, harga lebih terjangkau daripada pesaing yang sudah ada dan dapat dijadikan sebagai jajanan yang selalu memperhatikan kesehatan konsumen serta menjawab keinginan masyarakat yang ingin mencoba kuliner Korea yang lokasinya mudah terjangkau. Slogan dari *Pojangmacha* adalah  
▪ ▪ ▪ !!! (*mashisseoyo*) yang berarti “anak”.

Menurut perhitungan *Net Present Value*, bisnis ini layak dijalankan sebab nilai NPV > 0 (Rp 186.720.760), selain itu dari perhitungan *Payback Period* bisnis ini juga layak dijalankan sebab tingkat pengembalian dari bisnis ini adalah tiga bulan tujuh hari, dan juga nilai *Profitability Index* > 1 sehingga bisnis ini layak dijalankan.

## I.2 Deskripsi Bisnis

### 1. Nama :

Nama bisnis ini adalah *Pojangmacha* (포장마차) yang mempunyai arti *Korean Street Food*. Karena merupakan jajanan kaki lima, bisnis ini akan menggunakan mobil toko sebagai kendaraan untuk berjualan. Slogan yang digunakan pun dalam bahasa Korea yaitu *mashisseoyo* (맛있어요) yang mempunyai arti enak.

### 2. Logo :

Logo dari bisnis ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 1.1 Logo Bisnis**

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2013)

Terdapat gambar dari moko di pojok kanan atas sebagai lambang dari kendaraan yang dipakai untuk berjualan, di atas moko terdapat gambar dari salah

satu menu yaitu *tteokbokki*. Warna *pink* dan *orange pastel* dipilih karena Korea identik dengan warna-warna *pastel*, dan juga karena warna *pink* dan *orange* terdapat unsur merah yang dipercaya dapat mengundang selera makan. Terdapat juga nama dari bisnis ini yaitu *Pojangmacha* dalam *Hangul* dan Romanisasinya, begitupun dengan slogannya yaitu *mashisseoyo*. Terdapat juga alamat situs *Twitter* dan *Instagram* dari *Pojangmacha* yaitu *@pojang\_macha*.

3. Bentuk kepemilikan dan perizinan :

Bentuk kepemilikan dari bisnis ini adalah PO atau perseorangan karena bisnis ini dan tidak memiliki izin operasional yang berasal dari departemen tertentu. Hanya saja izin yang dimiliki adalah izin dari kepala sekolah BPK Penabur THI dan warga sekitar untuk berjualan di sekitar lingkungan mereka.

4. Visi dan misi :

Visi : Menjadi bisnis jajanan Korea ternama dan terkemuka di kota Bandung yang mengedepankan kesehatan dan kualitas.

Misi :

- Menyediakan menu jajanan Korea yang sehat dan berkualitas dengan harga yang terjangkau.
- Memperkenalkan budaya kuliner Korea secara lebih luas lagi kepada masyarakat.

5. Alamat perusahaan :

- Alamat dari tempat proses produksi sendiri adalah di Kompleks Taman Kopo Indah II blok 4D no. 37 40218.
- Sedangkan lokasi tempat berjualan adalah di depan sekolah BPK Penabur THI yang alamatnya di Kompleks Taman Holis Indah Blok A Bandung 40214.