

## BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF

### I.1. Deskripsi Konsep Bisnis

Indonesia adalah sebuah negara dengan jumlah penduduk yang sangat besar. Pertumbuhan penduduk dan tingkat kepadatan penduduk terutama di kota besar meningkat dengan pesat. Potensi ini membawa dampak positif bagi sektor industri. Khususnya industri makanan.

Pernyataan tersebut diperkuat dengan pertumbuhan industri makanan dan minuman telah mencapai 7,29% lebih tinggi dibanding pertumbuhan nonmigas yang besarnya 6,49% (Kamenperin, 2012). Survei The Nielsen Company menyatakan 44 persen dari orang Indonesia yang disurvei suka makan di luar rumah atau di restoran. Direktur Eksekutif dan Periset konsumen The Nielsen Company Catherine Eddy mengatakan 44 peserta survei Nielsen dari Indonesia makan di luar rumah antara satu sampai tiga kali per bulan (Nike, 2009 ). Di era komunikasi global ini, beragam informasi masakan masuk ke Indonesia sebagai *trend* baru gaya hidup. Tidak terkecuali steak. Orang-orang muda terutama pelajar dan mahasiswa banyak mengkonsumsi makanan ini dan bagi anak-anak muda juga steak sudah termasuk dalam *life style* (Liesnaeka, 2009). Hal ini membuat para pengusaha di bisnis kuliner bersaing, tak terkecuali juga di bisnis *steak*. Banyak peluang ada dalam bisnis *steak* ini dengan menyediakan sesuatu yang berbeda, dari segi produk, harga, kualitas, hingga pelayanannya. Bukan hanya itu saja , banyak *steak* yang tidak hanya menjual steak sebagai produk utamanya, tetapi juga dalam mengedepankan konsep *steak* bergabung dengan resto dan kafe.

Namun tentu terdapat tantangan yang dihadapi dalam membangun usaha ini diantaranya sulit untuk mengenalkan sesuatu yang baru kepada masyarakat, sedangkan dari segi *networking* adalah sulitnya mencari jaringan yang akan membantu dalam usaha *steak* seperti mencari *supplier* bahan baku dan dalam mencari sumber daya manusianya.

Tetapi tantangan itu tidak menjadikan hambatan, melainkan pacuan bagi para pebisnis *steak* untuk terus berinovasi. Melihat fenomena tersebut, munculah ide untuk membuat usaha di bidang usaha *steak* ini yaitu mengenalkan produk olahan daging panggang dengan aroma kopi yang diberi nama Robustek.

*Steak* kopi ini diperuntukkan bagi anak kecil, remaja, hingga orang dewasa yang berstatus ekonomi menengah ke atas karena karena rasanya yang unik dan khas yang mudah disukai dan bahan baku yang dipakai pun sehat dan berkualitas.

Media yang digunakan untuk mempromosikan *steak* kopi dengan *fanpage twitter* dan *instagram* karena saat ini orang tidak lepas dengan teknologi sehingga promosi sangat mudah menyebar dengan cepat dan biayanya kecil. Sedangkan untuk promosi yaitu dengan memberikan diskon khusus untuk mahasiswa Maranatha sebesar 10% dengan memperlihatkan kartu identitas mahasiswa pada saat pembayaran di kasir.

Dari segi *advertising* dengan cara menyebarkan brosur di tempat keramaian seperti kampus dimaksudkan agar orang sengaja/tidak sengaja membaca brosur tersebut dan tertarik.

Berdasarkan perhitungan keuangannya, dapat diambil kesimpulan bahwa *steak* kopi ini merupakan usaha yang layak dijalankan karena nilai *profitability index*  $> 1$  yaitu 73,39 dan modal kembali dalam waktu 22 hari menurut

perhitungan keuangan sedangkan menurut perhitungan secara normal modal kembali dalam 4 bulan 3 hari.

## **I.2. Deskripsi usaha**

Dengan itu penulis memutuskan untuk membuka usaha atau bisnis dibidang kuliner dengan nama perusahaan yang dijalani adalah Robusteak. karena seperti yang penulis lihat bahwa setiap orang dalam kesehariannya pasti membutuhkan makanan. Alasan pemilihan nama Robusteak didasarkan pada arti dari nama lain dari daging panggang dan kopi. Robusta itu sendiri adalah salah satu jenis kopi yang paling umum didengar dan diketahui oleh banyak orang. Dan *steak* itu sendiri berarti daging panggang dalam bahasa inggris.



**Gambar 1.1 Logo *Business Plan***

Sumber : Dokumentasi pribadi (2014)

### **Bentuk kepemilikan dari usaha *Robusteak* :**

Perusahaan perseorangan, yang merupakan perusahaan yang dimiliki oleh seorang yang langsung memimpin perusahaan tersebut. Pemiliknya memiliki tanggung jawab yang tidak terbatas atas utang-utang perusahaan dan berkuasa

penuh atas pengelolaan dan pengendalian perusahaan. Tanggung jawab tidak terbatas artinya bahwa orang tersebut (pemilik) bertanggung jawab atas kewajiban atau utang-utangnya dengan mengorbankan modal yang dimasukkannya ke dalam perusahaan tersebut dengan dan dengan seluruh milik pribadinya. Perusahaan perseorangan ini paling banyak terdapat di Indonesia karena bentuknya sederhana dan mudah mendirikan.

**Perizinan :**

1. Pendaftaran merek dagang
2. Surat izin usaha kecil-menengah
3. Biaya sertifikat halal
4. Tanda daftar perusahaan perseorangan

**Visi dari Robustek :**

Menjadi *steak house* yang selalu menjaga kualitas dan sesuai dengan harapan konsumen.

**Misi dari Robustek :**

- Memperkenalkan olahan *steak* yang mempunyai aroma kopi kepada masyarakat luas.
- Memberikan kualitas rasa yang enak dan baik untuk kesehatan.
- Memberikan pelayanan yang selalu memuaskan pelanggan.

**Lokasi usaha :**

Lokasi tempat usaha *steak house* ini berada di salah satu *mall* di Bandung yaitu *Paris Van Java*. Memilih *Paris Van Java* karena merupakan *mall* yang sedang diminati masyarakat saat ini dan cocok bagi target konsumen yaitu yang berstatus ekonomi menengah ke atas.