

BAB VI

SIMPULAN

Industri pariwisata merupakan industri yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, terlebih pada masa ini dimana situasi dunia mulai pulih dari pandemi COVID-19 yang ditandai dengan penurunan jumlah kasus di dalam negeri. *Food and beverages* merupakan salah satu bidang dalam industri pariwisata yang menjadi fokus penulis dalam membangun bisnis, mengingat makanan dan minuman adalah kebutuhan primer manusia. Mengombinasikan bisnis *food and beverage* sebagai sebuah industri yang tidak ada matinya dengan tren anak muda masa kini, yaitu budaya *K-Pop* yang tengah menjamur menjadi kegemaran bagi seluruh kalangan, menjadi latar belakang penulis dalam membangun bisnis restoran makanan khas Korea berkonsep *K-Pop* di kawasan BSD, Tangerang Selatan dengan nama Baegopayo! Restaurant. Selain tidak adanya pesaing dengan produk sejenis di sekitar, dapat dilihat bahwa kawasan ini terus mengalami pertumbuhan penduduk yang baik serta menjadi sebuah kota strategis dengan akses antar kota yang mudah dan fasilitas memadai. Kemudian, dapat dilihat bahwa produk domestik bruto pada lapangan usaha penyedia akomodasi dan makan minum serta pengeluaran rumah tangga terkait dengan konsumsi hotel dan restoran terus mengalami peningkatan. Selain itu, Baegopayo! Restaurant juga melakukan analisis terhadap aspek-aspek bisnis untuk meninjau kelayakan restoran, yaitu:

A. Aspek Pasar dan Pemasaran

Penulis telah menyebarkan kuesioner berisi 29 indikator pertanyaan untuk menganalisis target dan kondisi pasar, serta bauran pemasaran berupa produk, distribusi, harga, promosi, paket, pemograman, sumber daya manusia

dan kerja sama yang berhasil diisi oleh 150 responden. Kuesioner yang telah disebar bertujuan untuk mengenal calon pelanggan dalam rangka menyusun rencana pemasaran agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan permintaan pasar. Untuk menguji seluruh indikator pertanyaan, Baegopayo! Restaurant menggunakan skala likert satu hingga enam dengan hasil dari uji mean yang membuktikan bahwa setiap pertanyaan memiliki hasil rata-rata di atas lima, yang berarti sangat setuju, sehingga dapat menjadi pertimbangan yang mendukung penulis dalam mendirikan bisnis.

Baegopayo! Restaurant turut melakukan analisis pesaing langsung dan tidak langsung untuk menciptakan diferensiasi konsep maupun produk dengan restoran Korea sejenis, maupun restoran lainnya sebagai pesaing tidak langsung. Kemudian, dilakukan *SWOT Analysis* dalam mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki perusahaan. Untuk mengatasi kelemahan dan ancaman, Baegopayo! Restaurant menggunakan Matrix SWOT sebagai alat pemantauan baik secara internal maupun eksternal. Selain itu, terdapat analisa *Five-Forces Porter* untuk mengetahui struktur industri dan menentukan strategi restoran.

Baegopayo! Restaurant memiliki segmentasi pasar yaitu masyarakat yang berdomisili di Jabodetabek dengan segmentasi geografis yaitu laki-laki dan perempuan berusia 21 – 25 tahun, dengan berbagai macam pekerjaan dan variasi pendapatan per bulan. Sedangkan, segmentasi psikografis berfokus kepada masyarakat yang tertarik kepada budaya Korea Selatan, baik berupa makanan maupun musik *K-Pop*. Kemudian, segmentasi perilaku berfokus

kepada masyarakat yang secara rutin melakukan *dine-in* bersama teman atau keluarga, melakukan take away atau memesan produk secara *online*.

Baegopayo! Restaurant menggunakan *differentiation strategy* dimana restoran menyajikan makanan khas Korea dari makanan utama, *signature beverages*, *dessert*, hingga menu paket yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu, Baegopayo! Restaurant memiliki konsep restoran K-Pop dengan dekorasi menarik, dilengkapi fasilitas *private room* sebagai daya tarik restoran mengingat para penggemar K-Pop kerap berkumpul sebagai sebuah komunitas yang membutuhkan tempat untuk menyelenggarakan acara dalam rangka mendukung idolanya.

Baegopayo! Restaurant menjual produk yang terdiri dari *core product* dan *facilitating product*, melakukan distribusi langsung dalam melayani serta menyajikan produk kepada pelanggan yang datang ke restoran secara langsung, juga melakukan proses distribusi tidak langsung saat pelanggan membeli produk menggunakan jasa *online delivery*. Sebagai bentuk promosi saat *grand opening*, Baegopayo! Restaurant akan memberikan diskon sebesar 25% selama dua minggu sejak restoran dibuka. Kegiatan promosi akan dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Sebagai restoran bertema *K-Pop*, Baegopayo! Restaurant juga akan mengadakan program-program spesial seperti *monthly creativity content making competition* atau lomba pembuatan konten yang dibuat di restoran dan diunggah ke media sosial pelanggan, Go Choom! atau *annual dance cover competition* dengan hadiah menarik, serta *free one birthday course* bagi pelanggan yang berulang tahun di minggu kedatangannya ke restoran.

B. Aspek Operasional

Baegopayo! Restaurant memiliki tiga aktivitas dalam aspek operasionalnya, yaitu *service sequence*, *customer process flow*, dan *production sequence* dengan fasilitas pendukung operasional berupa *public* dan *private dining area*, *kitchen* dan *bar area*, *storage*, *restroom*, *locker room*, dan *office*. Baegopayo! Restaurant berlokasi di sebuah ruko tiga lantai berukuran 225 m² dengan jumlah total 58 kursi.

Pemilihan lokasi bisnis di Ruko Pasar Modern Timur, BSD, Tangerang Selatan dilakukan berdasarkan pertimbangan dari aspek demografis, aksesibilitas, visibilitas, biaya sewa dan jumlah pelanggan potensial.

Selain itu, untuk mendukung operasional restoran, Baegopayo! Restaurant menggunakan teknologi berupa CCTV, *fingerprint machine*, Wi-Fi, *speaker*, televisi, komputer, dan *printer*.

C. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Baegopayo! Restaurant telah melakukan penyusunan terhadap *job specification* dan *job description* untuk membantu perusahaan dalam memilih tenaga kerja berkualitas sesuai dengan kriteria dan tanggung jawab pekerjaan yang akan dilakukan. Komisaris menempati posisi tertinggi dalam struktur organisasi Baegopayo! Restaurant, kemudian dibawahnya terdapat posisi direktur, dan manajer restoran sebagai pemimpin departemen lain yang terdapat di Baegopayo! Restaurant, seperti *private* dan *public dining area* yang dipimpin oleh *supervisor* dan *hostess*, *food and beverage* yang dipimpin oleh *head chef*, penjualan dan promosi yang menjadi tanggung jawab bagian *sales & marketing*, serta *finance* yang menjadi tanggung jawab akuntan.

Baegopayo! Restaurant memiliki jumlah karyawan sebanyak 17 orang (tidak termasuk komisaris dan direktur) dengan waktu jam kerja delapan jam sehari, lima hari kerja dalam seminggu berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 mengenai Ketenagakerjaan. Seluruh program pelatihan telah disiapkan untuk meningkatkan kemampuan, pengetahuan, dan kerjasama antar karyawan.

Berada di bawah PT. Moonbyeol Food Indonesia sebagai Perseroan Terbatas tertutup yang termasuk ke dalam kategori Badan Usaha Milik Swasta, Baegopayo! Restaurant telah mengurus seluruh dokumen sebagai persyaratan aspek yuridis agar restoran dapat berjalan sesuai dengan peraturan pemerintah.

D. Aspek Keuangan

Baegopayo! memiliki investasi awal sebesar Rp1.022.672.952 dengan modal pribadi sebesar Rp409.069.181 (40%) dan pinjaman dari bank sebesar Rp613.603.771 (60%). Investasi awal Baegopayo! terdiri dari biaya renovasi, perlengkapan, *supplies*, *pre-operating*, *PAR Insurance*, dan *beginning inventory*. *Gross profit* pada tahun pertama sebesar Rp2.018.722.222, dengan *net income* pada tahun pertama sebesar Rp2.373.310.956. *Break Even Point* (BEP) tahun pertama atau tahun 2023 adalah sebesar 99% dari penjualan, dengan *payback period* atau jangka waktu pengembalian modal selama dua tahun 10 bulan 27 hari. Nilai WACC Baegopayo! adalah sebesar 6,25%, dan nilai IRR Baegopayo! lebih besar daripada WACC, yaitu sebesar 55.22%. Nilai PI dari Baegopayo! adalah sebesar 7.37 yang lebih besar dari 1 sehingga apabila dilihat dari aspek finansial, dapat dinyatakan bahwa usaha layak dijalankan.