

BAB VI

SIMPULAN

Industri pariwisata merupakan industri yang terus berkembang secara dinamis dan memberikan kontribusi dalam pertumbuhan ekonomi dengan membuka lapangan pekerjaan dan menjadi sumber pendapatan devisa negara terutama di Indonesia. Bahkan ketika seluruh sektor terkena dampak akibat Covid-19, industri pariwisata dinilai dapat bertahan. Beberapa tahun terakhir, kontribusi industri pariwisata sudah kembali dan diharapkan terus meningkat. Salah satu industri pariwisata yang berkembang pesat adalah industri makanan dan minuman mengingat makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer manusia.

Berkembangnya industri makanan dan minuman juga dipengaruhi oleh masuknya budaya asing ke Indonesia. Terdapat beberapa budaya asing yang berkembang dan populer di Indonesia salah satunya adalah budaya Korea. Budaya Korea menjadi salah satu budaya yang populer dan disukai oleh masyarakat Indonesia. Dengan melihat kepopuleritasan budaya Korea dan perkembangan industri makanan dan minuman maka terbentuklah ide untuk menginisiasi sebuah restoran yang akan memberikan pengalaman unik dan baru untuk konsumen penikmat konten Korea terutama K-Drama. Restoran tersebut merupakan *fine casual restaurant* yang akan didirikan di Jalan Sutami, Kota Bandung dengan nama CHUEOK. Kawasan ini merupakan kawasan yang terus berkembang dan ramai dikunjungi wisatawan. Selain itu, dengan memperhatikan pertumbuhan produk domestik regional bruto pada usaha penyedia makan dan minum, lokasi ini menjadi pilihan yang tepat. Analisis dilakukan pada bisnis CHUEOK dengan melihat aspek-aspek berikut, yaitu :

A. Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam menganalisis aspek pasar dan pemasaran, untuk memperoleh informasi mengenai kondisi dan permintaan pasar yang sesungguhnya dilakukan survey dalam bentuk kuesioner. Kuesioner terdiri dari 43 indikator pertanyaan yang bertujuan untuk menganalisis target dan kondisi pasar serta bauran pemasaran yang terdiri dari produk, promosi, harga, paket, pemrograman, distribusi, kerja sama, dan sumber daya manusia. Setiap indikator pertanyaan dinilai menggunakan uji likert satu hingga enam. Berdasarkan kuesioner yang telah disebar, diperoleh responden yang valid sebanyak 222 responden dengan hasil dari uji mean setiap indikator pertanyaan menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju. Informasi yang diperoleh dari kuesioner menjadi pertimbangan dalam menyusun bisnis CHUEOK.

CHUEOK juga melakukan analisis pesaing langsung dan tidak langsung untuk lebih memahami kondisi persaingan di pasar. Dengan melakukan analisis terhadap pesaing, membantu CHUEOK untuk melakukan diferensiasi konsep dan produk sehingga dapat bersaing di pasaran. Penyusunan analisis *SWOT* dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan peluang yang dimiliki. Selain itu, membantu CHUEOK untuk mengatasi kelemahan dan ancaman. Dalam menyusun struktur bisnis dan strategi yang efektif serta efisien, dilakukan analisis *Five Forces Porter*.

Target pasar CHUEOK adalah masyarakat yang berdomisili di Bandung dan sekitarnya terutama Kota Bandung, dengan jenis kelamin pria dan wanita berusia 21 tahun ke atas yang memiliki pemahaman dan kegemaran terhadap drama Korea, dengan pengeluaran per bulan Rp 7.000.000 ke atas yang secara

rutin mengunjungi restoran untuk makan dan minum dengan pasangan, keluarga, teman, atau rekan kerja. Namun, tidak menutup kemungkinan CHUEOK dalam memperoleh potensi pasar dari kalangan masyarakat yang tidak memiliki pemahaman dan kegemaran terhadap drama Korea dan ingin merasakan makanan Korea yang disajikan secara mewah dan elegan.

CHUEOK memiliki diferensiasi produk makanan Khas Negara Korea yang memberikan rasa yang autentik. Selain itu, CHUEOK menawarkan konsep dan pengalaman yang baru dengan mengangkat tema K-Drama dalam *set menu* yang ditawarkan. Diferensiasi produk dilakukan agar CHUEOK dapat bersaing di pasaran dan memenuhi permintaan konsumen.

CHUEOK menawarkan produk berupa *set menu*, *a la carte*, minuman beralkohol dan minuman non-alkohol. CHUEOK melakukan distribusi langsung dengan melayani dan menyajikan produk langsung kepada konsumen yang datang mengunjungi restoran. CHUEOK juga menyediakan menu berbentuk paket yang dapat dinikmati oleh konsumen untuk merayakan *occasion* tertentu. CHUEOK mengadakan pemrograman seperti memberikan diskon sebesar 30% pada saat grand opening, merayakan *anniversary* restoran bersama konsumen dengan memberikan diskon sebesar 20%, dan memberikan *complimentary mocktail* untuk konsumen yang membagikan *experience dining* di sosial media.

B. Aspek Operasional

Pada operasional CHUEOK, terdapat tiga aktivitas utama yaitu *customer flow*, *service sequence*, dan *food and beverage production*. Untuk mendukung setiap aktivitas tersebut, CHUEOK terdiri dari ruang fasilitas, yaitu *dining and bar area*, *exclusive dining room*, *kitchen*, *office*, *waiting area*, *storage room*, dan

restroom. Dalam mendukung operasional CHUEOK, restoran dilengkapi dengan teknologi dan peralatan seperti, *CCTV, Wi-fi, air conditioner*, televisi, computer dan telepon.

CHUEOK akan terletak di Jalan Professor Doktor Sutami nomor 52A, Sukarasa, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat. Lokasi tersebut memiliki luasan tanah sebesar 890 meter dengan luas bangunan 375,8 meter dengan kursi sebanyak 78. Pemilihan lokasi dilakukan dengan penilaian terhadap luas lahan, harga sewa, aksesibilitas, visibilitas, dan menyesuaikan dengan target pasar.

C. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

CHUEOK berada di bawah sebuah Perseroan Terbatas yaitu PT. Areum Food Indonesia, yang merupakan Badan Usaha Milik Swasta. PT. Areum Food Indonesia disusun dengan mengikuti peraturan yang berlaku dalam mendirikan perusahaan di Indonesia. Segala dokumen dan perizinan disusun berdasarkan peraturan pemerintahan Indonesia sebagai pemenuhan aspek yuridis agar restoran dapat beroperasi.

Sumber daya manusia yang dibutuhkan oleh CHUEOK sebanyak 33 orang, dimana jumlah tersebut tidak termasuk jabatan komisaris dan direktur. Terdapat dua sif dalam satu hari operasional, dimana setiap karyawan bekerja selama delapan jam sehari dan mendapatkan dua hari libur dalam satu minggu yang disesuaikan dengan Undang-Undang Ketenagakerjaan yang berlaku di Indonesia. Pelatihan dan pengembangan rutin dilakukan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Kompensasi diberikan kepada setiap karyawan yang terdiri dari kompensasi gaji, Tunjangan Hari Raya (THR), dan jaminan sosial dan kesehatan.

D. Aspek Keuangan

CHUEOK membutuhkan investasi awal sebesar Rp 2.135.104.147. Pemenuhan investasi awal berasal dari 40% ekuitas pemilik (komisaris dan direktur) dan 60% dari pinjaman Bank. Perhitungan *payback period* CHUEOK adalah 2 tahun 6 Bulan 4 Hari, dimana *payback period* menggambarkan jangka waktu perusahaan memperoleh pendapatan yang cukup untuk menutupi jumlah investasi awal. Pada tahun pertama CHUEOK belum memperoleh pendapatan bersih, dan terdapat kerugian sebesar Rp. 729.655.078. Pada tahun pertama CHUEOK beroperasi, nilai *Return on Assets (ROA)* yang dihasilkan adalah -42%. Nominal yang diperoleh merupakan nominal yang negatif. Hal ini dikarenakan pada tahun pertama CHUEOK belum memperoleh laba. Namun, untuk melihat sebuah usaha dikatakan layak melalui *return on assets (ROA)* dapat dilihat dengan berfokus kepada pertumbuhan *ROA*. Apabila, setiap tahunnya *Return on Assets (ROA)* semakin meningkat usaha tersebut bertumbuh dan menghasilkan keuntungan. *ROA* pada bisnis CHUEOK mengalami pertumbuhan tiap tahunnya, sehingga dapat dikatakan bahwa bisnis CHUEOK merupakan bisnis yang menghasilkan keuntungan. Persentase *IRR* dari CHUEOK sebesar 64,03%. Apabila dibandingkan dengan nilai *Weighted Average Cost of Capital (WACC)* yang bernilai 5,89%, persentase *IRR* CHUEOK lebih besar, yang berarti bisnis CHUEOK merupakan investasi yang layak. Nilai *Profitability Index* CHUEOK di atas satu yaitu 12,14. Maka dari itu, berdasarkan penilaian investasi yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa investasi bisnis CHUEOK merupakan investasi yang layak.