

BAB VI

SIMPULAN

Perkembangan yang terjadi dalam berbagai bidang menyebabkan masyarakat menerima banyak hal baru dari budaya luar dan seringkali masyarakat memadukan budaya yang satu dengan yang lainnya. Maan sebagai bagian dari budaya juga mengalami perkembangan dimana mulai terdapat perpaduan budaya makanan antar etnis atau negara atau disebut dengan *fusion cuisine* yakni perpaduan makanan dari dua atau lebih budaya yang berbeda ke dalam satu hidangan. *Hāfu Restaurant* adalah restoran *casual* dengan produk *fusion cuisine* antara hidangan Jepang dan cita rasa Indonesia di Kecamatan Jambi Timur, Kota Jambi. Adanya kebutuhan masyarakat untuk mengonsumsi hidangan yang baru dan beragam memunculkan peluang yang baik untuk mendirikan restoran *fusion cuisine* yang belum pernah ada di Kota Jambi. Ketertarikan dan minat masyarakat untuk mencoba hidangan *fusion cuisine* serta pertumbuhan jumlah restoran di Kota Jambi yang positif juga menjadi faktor pendukung yang meningkatkan peluang pengembangan *Hāfu Restaurant*. Dalam pembuatan studi kelayakan bisnis *Hāfu Restaurant* terdapat beberapa aspek yang dianalisis, yaitu:

A. Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam analisis aspek pasar dan pemasaran, dibagikan kuesioner yang memuat 29 butir pertanyaan kepada 155 responden yang berusia 21 tahun hingga 40 tahun keatas di Kota Jambi guna mengetahui profil, kondisi pasar dan keinginan target pasar terkait bauran pemasaran 8P dari *Hāfu*

Restaurant yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia, paket, program dan kerja sama. Dalam kuesioner tersebut, metode pilihan jawaban yang digunakan adalah *five point Likert Scale* dimana nilai untuk masing-masing jawaban berkisar antara 1 (satu) yang berarti sangat tidak setuju hingga 5 (lima) yang berarti sangat setuju. Kemudian, dilakukan uji *mean* atau rata-rata terhadap hasil jawaban yang diperoleh untuk mengetahui nilai rata-rata pada masing-masing butir pertanyaan.

Studi kelayakan bisnis *Hāfu Restaurant* juga menggunakan analisis pesaing untuk mengetahui pihak mana saja yang menjadi pesaing langsung dan tidak langsung dari *Hāfu Restaurant* serta melakukan analisis *SWOT* untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki *Hāfu Restaurant* dimana kemudian hasil dari analisis tersebut menjadi acuan dalam perencanaan strategi yang akan diterapkan oleh *Hāfu Restaurant*. Selain itu, *Hāfu Restaurant* juga melakukan analisis *Five Forces Porter* untuk memahami tingkat persaingan dan potensi kesuksesan dalam industri tersebut.

Selanjutnya, dilakukan analisis segmentasi, posisi dan target untuk mengetahui dan memahami calon pelanggan dari *Hāfu Restaurant*. Segmentasi demografis dan geografis dari *Hāfu Restaurant* adalah penduduk Kota Jambi yang tergolong sebagai usia produktif atau berusia 20 tahun ke atas dengan pendapatan tetap yang setara atau di atas upah minimum pegawai Kota Jambi. Sedangkan berdasarkan aspek psikografis dan perilaku, segmentasi *Hāfu Restaurant* adalah masyarakat yang

mempertimbangkan kualitas produk dan layanan, varian produk dan harga dalam pemilihan restoran, masyarakat yang tertarik untuk mengunjungi restoran dengan produk *fusion* antara hidangan Jepang dan Indonesia, serta masyarakat yang berkunjung ke restoran sebanyak 3-4 kali dalam satu minggu, menghabiskan waktu selama 1 hingga 2 jam dan mengeluarkan Rp100.000 hingga Rp199.999 dalam satu kali kunjungan ke restoran.

Target pasar utama dari *Hāfu Restaurant* adalah penduduk Kota Jambi yang berada pada usia produktif atau berusia 21 tahun ke atas yang memiliki pekerjaan atau pendapatan tetap yang setara atau lebih dari upah minimum pegawai Kota Jambi serta setidaknya mengunjungi restoran sebanyak 3 hingga 4 kali dalam satu bulan dan mengeluarkan Rp100.000,00 hingga Rp199.999,00 dalam sekali kunjungan ke sebuah restoran. Strategi posisi yang diterapkan oleh *Hāfu Restaurant* adalah *best value* yang *Hāfu restaurant* akan mengutamakan keunikan produk yang dapat membedakan produknya dengan produk pesaing serta menjualnya dengan harga yang terjangkau dan bersaing.

Pada bauran pemasaran, *Hāfu Restaurant* menawarkan berbagai hidangan *fusion cuisine* dengan produk khas berupa rendang *mentai don*, ayam pop *mentai don*, dendeng balado *mentai don* beserta beberapa jenis hidangan utama, makanan ringan dan minuman. Produk yang disediakan oleh *Hāfu Restaurant* memiliki kisaran harga antara Rp12.000,00 hingga Rp160.000,00 dimana metode penentuan harga yang digunakan adalah *profit oriented pricing* yaitu penentuan harga jual untuk mencapai keuntungan yang maksimal sesuai yang telah ditetapkan. Proses distribusi

yang dilakukan oleh *Hāfu Restaurant* adalah *direct distribution* yakni melalui penjualan langsung atau *dine-in* di restoran yang terletak di Jalan Mayor Abd. Kartawirana No.56, Talang Banjar, Jambi Timur dan *indirect distribution* yaitu proses distribusi produk melalui perantara yaitu layanan pesan-antar *online* seperti *GoFood*, *ShopeeFood*, *GrabFood* dan *TravelokaEats*. Kegiatan promosi yang akan dilakukan oleh *Hāfu Restaurant* guna guna meningkatkan penjualan adalah memasang iklan dengan spanduk pada jalan utama, menggunakan jasa periklanan pada media sosial, melakukan *personalized selling and promotion* pada *software* UMAI yang dapat mengirimkan promosi yang sedang berlangsung ke nomor telepon atau *e-mail* yang dimiliki pelanggan secara otomatis, dan melalui beberapa program yang memberikan potongan harga kepada pelanggan pada periode tertentu seperti pemberian potongan harga sebesar 20% pada *Hāfu monthsarry*, potongan harga sebesar 15% untuk pembelian paket pada periode di akhir bulan, serta pemberian satu porsi Sapik *Matcha* secara gratis bagi pelanggan yang mengunggah gambar pesannya ke akun instagram pribadi. Program ini dilakukan untuk menarik minat pelanggan, meningkatkan intensi pembelian ulang serta membangun dan menjaga relasi dengan para pelanggan.

Seluruh sumber daya manusia pada *Hāfu Restaurant* akan diberikan pelatihan agar memiliki pengetahuan yang baik seputar produk dan informasi perusahaan, dapat memberikan pelayanan yang responsif dan inisiatif serta berpenampilan bersih, rapi dan dilengkapi dengan perlengkapan yang sesuai dengan protokol kesehatan yang berlaku. *Hāfu*

Restaurant juga menjual produk dalam bentuk paket yang memiliki harga lebih rendah untuk meningkatkan minat beli pelanggan seperti paket *Hālone*, *Hāppuru* dan *Hājarr*. Untuk memudahkan transaksi pembayaran, *Hāfu restaurant* bekerja sama dengan penyedia layanan *payment gateway* yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembayaran secara elektronik dan menggunakan *e-wallet* seperti QRIS, OVO, Gopay dan ShopeePay. *Hāfu Restaurant* juga bekerja sama dengan beberapa *food blogger* dan *influencer* lokal untuk mempromosikan restoran dan produk yang disediakan.

B. Aspek Operasional

Terdapat tiga jenis aktivitas yang saling berhubungan dalam aspek operasional *Hāfu Restaurant* yaitu *customer process flow* bagi pelanggan yang melakukan *dine-in* melalui reservasi, *walk-in* serta *take-away*, *service sequence flow* bagi pramusaji dan *food and beverage production flow* bagi pekerja bagian produksi. Untuk mendukung seluruh aktivitas yang dilakukan oleh pelanggan dan pekerja, *Hāfu Restaurant* memiliki berbagai fasilitas seperti *parking area*, *open kitchen area*, *dining area*, *restroom*, *office*, *locker room*, *storage room*, *pantry*, *waiting area*, *hostess and cashier area*, dan *hand wash area*. *Hāfu Restaurant* memiliki bangunan seluas 336m² yang memiliki *dining area* dengan kapasitas maksimum 90 orang dimana lantai satu dapat menampung hingga 44 orang dan lantai dua dapat diisi oleh maksimal 46 orang. Lokasi usaha *Hāfu Restaurant* ditentukan melalui analisis perbandingan lokasi terhadap tiga lokasi potensial yakni Talang Banjar, Tanjung Pinang dan Sulanjana dengan

mempertimbangkan faktor demografis, aksesibilitas, visibilitas, kondisi lingkungan, tempat parkir dan harga sewa bangunan. Dari perbandingan yang dilakukan, ruko Talang Banjar memperoleh bobot nilai tertinggi dibanding lokasi lainnya sehingga *Hāfu Restaurant* akan beroperasi di daerah Talang Banjar, tepatnya di Jalan Mayor Abd. Kartawirana No.56, Talang Banjar, Jambi Timur. Untuk mendukung kegiatan operasional dan meningkatkan kenyamanan pelanggan, *Hāfu Restaurant* menggunakan beberapa teknologi seperti mesin absensi *fingerprint*, *Closed Circuit Television (CCTV)*, *Wireless Fidelity (WiFi)*, *Point of Sales (POS) system*, pengeras suara, pemutar musik, pendingin ruangan, komputer, tablet, dan *dumbwaiter*.

C. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Dalam manajemen sumber daya manusia, *Hāfu Restaurant* telah menentukan deskripsi dan spesifikasi pekerjaan untuk setiap posisi yang dibutuhkan dalam operasional restoran agar calon pekerja yang didapatkan sesuai dengan kebutuhan dan kriteria yang ditetapkan. *Hāfu Restaurant* akan dipimpin oleh Agnesya Aoria Beanardo yang bertanggung jawab sebagai Komisaris dan Marchell Felix Beanardo sebagai Direktur. Posisi direktur akan membawahi *Accounting, Tax and Finance, Sales and Marketing* dan *Restaurant Manager*. Di bawah *Restaurant Manager* terdapat *head chef* dan *restaurant supervisor* yang bertanggung jawab langsung kepada *Restaurant Manager*. *Head chef* bertugas untuk memimpin kegiatan produksi makanan dengan membawahi *cook* dan *steward*. Sedangkan *Restaurant Supervisor* membantu *manager* untuk

bertanggung jawab atas aktivitas pelayanan dengan membawahi *Hostess*, *Server*, *Cashier* dan *Beverage Attendant*.

Proses perekrutan dilaksanakan oleh *Hāfu Restaurant* dengan cara perekrutan eksternal dan mencakup beberapa proses seperti penyaringan surat lamaran, wawancara, konfirmasi penerimaan lamaran dan *probation period* atau masa percobaan. *Hāfu Restaurant* yang beroperasi selama 12 jam akan memiliki dua *shift* kerja yaitu *AM* (09:00 – 18:00 WIB) dan *PM* (14:00 – 23:00 WIB). Pembagian jam kerja dilakukan sesuai dengan regulasi yang diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Pasal 77 ayat (2), sehingga setiap *shift* kerja akan terdiri dari 8 jam kerja ditambah satu jam istirahat dengan jumlah hari kerja selama 5 hari dalam satu minggu.

Seluruh karyawan *Hāfu Restaurant* akan menerima kompensasi berupa gaji pokok, Tunjangan Hari Raya (THR), cuti kerja, dan program jaminan sosial. Selain itu, *Hāfu Restaurant* juga akan memberikan pelatihan dan pengembangan kepada seluruh karyawan sesuai dengan posisi dan kebutuhan kerjanya melalui program orientasi, *service excellence training*, *production training*, serta pelaksanaan *fun gathering* yang ditujukan untuk meningkatkan kekompakan dan solidaritas antar pekerja.

Hāfu Restaurant didirikan dibawah naungan badan usaha berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dengan nama PT. Beanardo Doyan Koeliner. Pendirian PT. Beanardo Doyan Koeliner membutuhkan beberapa dokumen persyaratan yang harus dipenuhi yaitu surat pengajuan nama perseroan, akta pendirian perseroan, Surat Keterangan Domisili Usaha (SKDU), surat

keterangan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Surat Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak (SPPKP), Nomor Induk Berusaha (NIB), Surat Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP), sertifikat laik hygiene sanitasi, hak logo dan merek dagang, Surat Izin Gangguan (HO) dan Surat Keterangan Penjual Langsung Minuman Beralkohol Golongan A (SKPL-A).

D. Aspek Keuangan

Dalam pengembangan bisnis *Hāfu Restaurant* dibutuhkan modal awal yang terdiri dari biaya renovasi, biaya peralatan, perlengkapan, pengeluaran pra-operasional, asuransi *Property All Risk (PAR)*, persediaan awal dan uang kas sebesar Rp1.062.728.713 dimana 70% atau sebesar Rp743.910.099 dari jumlah modal awal bersumber dari pinjaman bank, sedangkan sisa modal awal sebesar 30% atau Rp318.818.614 merupakan modal pemilik. Sedangkan perkiraan biaya operasional yang dibutuhkan oleh *Hāfu Restaurant* pada tahun pertama adalah sebesar Rp3.628.808.682 yang terdiri dari biaya *Cost of Goods Sold (COGS)*, biaya sewa, kompensasi, jaminan sosial, asuransi *PAR*, utilitas, depresiasi dan amortisasi, promosi dan pemasaran, pelatihan dan pengembangan, perbaikan dan perawatan serta dana untuk pengeluaran lainnya yang berada diluar perhitungan.

Perkiraan pendapatan usaha *Hāfu Restaurant* pada tahun pertama dengan perhitungan berdasarkan *turnover*, kapasitas maksimal dan inflasi ditambah PDRB serta asumsi penjualan sebesar 20% adalah

Rp5.049.637.896 yang berasal dari penjualan makanan, minuman dan paket. Pada tahun pertama, *Hāfu Restaurant* memiliki total aset sebesar Rp1.062.728.713 yang terdiri atas aset lancar, tetap dan tak berwujud dengan total liabilitas dan ekuitas sebesar Rp1.062.728.713 yang terdiri dari liabilitas sejumlah Rp743.910.099 dan ekuitas sebesar Rp318.818.614. Dikarenakan total aset dan total liabilitas dan ekuitas memiliki nilai yang sama, maka neraca dinyatakan seimbang.

Pada perhitungan laba rugi di tahun pertama, *Hāfu Restaurant* memiliki laba kotor sebesar Rp3.638.124.995 dan setelah dikurangi dengan biaya operasional sebesar Rp2.380.593.964, pajak sebesar Rp305.998.641 dan bunga sebesar Rp33.536.468 maka laba bersih yang diperoleh pada tahun pertama adalah sebesar Rp917.995.922. Arus kas bersih *Hāfu Restaurant* pada tahun pertama bernilai positif dengan adalah sebesar Rp956.993.276 karena arus kas masuk lebih besar daripada arus kas keluar. Sedangkan untuk perhitungan *Break Even Point (BEP)*, diperkirakan *Hāfu Restaurant* akan mencapai titik tengah pada Rp3.621.717.637 atau setara dengan 72%.

Pada penilaian investasi, *Internal Rate of Return (IRR)* dari *Hāfu Restaurant* adalah sebesar 123,06% dimana angka tersebut lebih besar daripada WACC yang sebesar 5,13% sehingga investasi pada *Hāfu Restaurant* dinyatakan layak. *Discounted payback period* dari *Hāfu Restaurant* dengan tingkat diskonto sebesar 5,13% adalah 1 (satu) tahun 8 (delapan) bulan 4 (empat) hari.

Selain beberapa perhitungan finansial yang dilakukan, *Hāfu Restaurant* juga mempersiapkan manajemen risiko untuk mengantisipasi dan meminimalisir dampak dari berbagai kejadian yang dapat mengancam keuangan perusahaan dengan melakukan identifikasi dan analisis risiko pada aspek fisik, aspek operasional, aspek sumber daya manusia, aspek hukum dan aspek pasar.

