

BAB VI

SIMPULAN

Industri pariwisata terus mengalami pertumbuhan dinamis dan memberikan kontribusi signifikan dalam perkembangan ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan, serta menjadi sumber pendapatan devisa negara, khususnya di Indonesia. Salah satu sektor dalam industri pariwisata yang mengalami pertumbuhan pesat adalah industri makanan dan minuman, mengingat pentingnya makanan dan minuman sebagai kebutuhan primer manusia. Berkembangnya industri makanan ini juga di pengaruhi oleh masuk nya berbagai budaya asing dari luar negara Indonesia salah satunya adalah budaya Korea.

Budaya Korea saat ini menjadi salah satu budaya asing di memiliki popularitas tertinggi di Indonesia, dengan melihat popularitas budaya korea maka terbentuklah ide untuk membuat restaurant Korea yang memberikan pengalaman unik kepada para tamu, dimana restaurantan berkolaborasi dengan para *cheff* asal Korea Selatan. Pengalaman unik ini akan tercermin dalam menu yang dirancang khusus untuk setiap *Cheff* yang melakukan kolaborasi dengan restaurant. Haneul Korean Restaurant merupakan restoran Korea *authentic* yang di didirikan di Mall Istana Plaza, Jalan Pasir Kaliki, Kota Bandung. Lokasi ini di pilih karena merupakan kawasan yang berkembang dan banyak di kunjungi oleh wisatawan sehingga dapat meningkatkan peluang didirikannya Haneul Korean Restaurant, berikut merupakan aspek aspek yang didirikan dalam penderian restaurant :

A. Aspek Pasar dan Pemasaran

Haneul Korean Restaurant membagikan kuisisioner yang terdiri dari 40 indikator pertanyaan dengan 289 responden untuk mengetahui mengenai bagaimana kondisi pasar serta keinginan dari para calon tamu terhadap bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia, paket, program serta kerja dengan perusahaan. Uji mean frekuensi dilaksanakan guna memastikan bahwa alat ukur yang diterapkan konsisten, stabil, dan menggunakan teknik yang tepat. Berdasarkan hasil uji mean frekuensi seluruh indikator pertanyaan terkait dengan Haneul Korean Restaurant menunjukkan mean di atas 5. Hal ini mengidentifikasi bahwa mayoritas responden menunjukkan tingkat ketertarikan yang signifikan, bahkan cenderung sangat tertarik terhadap fasilitas dan strategi pemasaran yang dimiliki oleh Haneul Korean Restaurant.

Analisis pesaing baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung diterapkan untuk mengidentifikasi kompetitor dari restoran. Hal ini bertujuan agar Haneul Korean Restaurant dapat mengembangkan konsep dan produk yang membedakan bisnisnya dari pesaing lainnya. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan Haneul Korean Restaurant, sekaligus mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin dihadapi oleh restoran. Dengan demikian, dapat dirancang strategi yang efektif dalam menghadapi dinamika kekuatan internal, kelemahan, peluang, dan ancaman eksternal. Selain itu, pendekatan Five Forces digunakan untuk mendalami karakteristik industri makanan dan minuman yang akan dihadapi oleh Haneul Korean Restaurant, memungkinkan perusahaan untuk lebih memahami dinamika persaingan di

pasar . Haneul Korean Restaurant melaksanakan analisis segmentasi, posisi, dan target guna mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai calon pelanggan restoran. Segmentasi pelanggan Haneul Korean Restaurant mencakup individu yang memiliki minat pada makanan khas Korea Selatan, baik yang sudah familiar maupun yang belum dan memiliki kebiasaan makan di restoran sebanyak 3-4 kali dalam satu minggu bersama teman, rekan kerja, atau keluarga. Target utama Haneul Korean Restaurant adalah perempuan berusia 30 – 39 tahun dengan pengeluaran per bulan sebesar Rp 200.000 – 300.000 dalam satu kali makan di restaurant

Di dalam bauran pemasaran Haneul Korean Restaurant menawarkan makanan *authentic* Korea Selatan seperti (*Korean bbq, Bulgogi, Gimbab, Japchae, Bibimbap*), Selain makanan Haneul Korean Restaurant akan menjual minuman beralkohol asal Korea Selatan. Serta akan melakukan kolaborasi dengan beberapa chef asal Korea Selatan, pentuan harga yang di gunakan oleh Haneul Korean Restaurant adalah dengan *profit oriented pricing* yaitu penentuan harga berdasarkan pada harga jual untuk mencapai keuntungan yang maksimal. Distribusi Haneul Korean Restaurant menggunakan langsung dan tidak langsung. Promosi yang di gunakan oleh Haneul Korean Restaurant adalah iklan melalui media sosial, *upsellin, grand opening discount*, dan melakukan kegiatan sosial. Setiap karyawan yang bekerja di Haneul Korean Restaurant di latih untuk memiliki kualitas pelayanan yang baik, berpenampilan yang baik, memiliki pengetahuan produk yang baik , serta dapat cepat tangap dalam menangani pelanggan. Haneul Korean Restaurant akan memiliki dua jenis

paket yaitu *Couple Package* dan *Gajok Package*. Program yang dilakukan oleh Haneul Korean Restaurant adalah memberikan *Strawberry Bingsu* secara *gratis* kepada tamu yang membantu mempromosikan restaurant di media sosial. Haneul Korean Restaurant akan bekerja sama dengan beberapa perusahaan *e-wallet* untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan proses pembayaran.

B. Aspek Operasional

Dalam aspek operasional, Haneul Korean Restaurant melibatkan beberapa rangkaian proses yang harus diikuti oleh pelanggan dan karyawan. Bagi pelanggan, terdapat urutan layanan untuk pilihan makan di tempat (*dine in*), pembelian bawa pulang (*take away*), dan pengantaran (*delivery*). Sementara bagi karyawan ada urutan layanan untuk melayani pelanggan dalam konteks *dine in*, *take away*, dan *delivery*. Selain itu, terdapat juga urutan produksi bagi karyawan di dapur dan server untuk menghasilkan makanan dan minuman sesuai pesanan pelanggan. Haneul Korea memiliki berbagai fasilitas operasional yang dapat menunjang kegiatan operasional seperti *area Hostes dan Cashier, Dinning Area, Kitchen Area, Storage Room, Janitor Area, dan Office Area*. Kapasitas dari restaurant adalah sebanyak 78 kursi dengan luas bangunan sebesar 200 m². Haneul Korean Restaurant melakukan analisis antara tiga lokasi yaitu Pasir Kaliki, Ciumbuliuit dan Dago dalam hal demografis, visibilitas, aksesibilitas, jumlah pelanggan potensial dan biaya sewa. Dalam hal ini Pasir kaliki memiliki nilai tertinggi dibandingkan dengan dua wilayah lainnya. Dalam memperlancar kegiatan operasional Haneul Korean Restaurant akan menggunakan beberapa

teknologi seperti *CCTV, sistem Poin Of Sales (POS) , Wirelles Fidelity (WiFi), Fingerprint Attendance System , Exhaust Fan , Speaker.*

C. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Dalam proses perekrutan karyawan, Haneul Korean Restaurant melakukan perancangan deskripsi pekerjaan dan menetapkan spesifikasi yang dibutuhkan untuk setiap posisi. Hal ini bertujuan agar setiap karyawan sesuai dengan standar kualitas pelayanan yang diinginkan oleh restoran kepada pelanggan. Dalam stuktur organisasi Haneul Korean Restaurant akan di pimpin oleh Komisararis yaitu Andrian Wong yang akan di bawahi oleh Direktur yaitu Agnes Andriana , kemudian di teruskan *oleh restaurant manager, restaurant supervisor, head chef, hostes , server & hostes , cook, steward.*

Haneul Korean Restaurant akan memiliki 25 karyawan, perekrutan akan di lakukan secara eksternal dengan metode *advertising*. Karyawan akan terbagi kedalam dua shift dimana setiap karywan akan bekerja selama enam jam dan satu jam isirahat , karyawan akan bekerja selama lima hari kerja. Setiap karyawan akan mendapatkan kompensasi dalam bentuk gaji , tunjangan hari raya, jaminan sosila kesehatan dan cuti . Dalam upaya melatih dan meningkatkan kompetensi karyawan, Haneul Korean Restaurant menyelenggarakan program-program pelatihan, termasuk pelatihan orientasi, pelatihan dalam pelayanan, pelatihan produksi, dan kegiatan pengembangan tim. Haneul Korean Restaurant beroperasi di bawah naungan PT. Sinar Mas Food. Dalam proses pembentukan badan usaha tersebut, terdapat berbagai regulasi pemerintah yang harus dipatuhi,

termasuk pengajuan nama dan akta perseroan, surat keputusan pengesahan, Surat Keterangan Daftar Perusahaan (SKDP), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Surat Pemberitahuan Pajak Kegiatan Usaha (SPPKP), hak merek dan paten, Tanda Daftar Usaha Perdagangan (TDUP), sertifikat laik sehat, izin gangguan, dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP). Memenuhi semua peraturan tersebut memerlukan investasi waktu dan pengumpulan dokumen-dokumen yang penting untuk memastikan kelancaran dan pemenuhan persyaratan yang ditetapkan.

D. Aspek Keuangan

Dalam membuka bincin ini di perlukan investasi awal sebesar Rp 1.732.428.313 dimana dana ini akan di bagi dua sumber dana yaitu 40% dana pribadi dan 60% dana pinjaman bank. Invetasi modal awal akan mencakup *renovation, equipment, supplies, Pre-operating, PAR Insurance, beginning inventory, cash on hand*. Biaya operasional yang di butuhkan oleh Haneul Korean Restaurant adalah sebesar Rp 1.741.327.643, biaya operasional ini mencakup COGS, sewa bangunan, kompensasi, Jaminan (BPJS), PAR Insurance, utilitas, depresia dan amortasi, pelatihan dan pengembangan, promosi, perbaikan dan pemeliharaan, dan kegiatan sosial.

Pendapatan restaurant selama satu tahun dengan asumsi 18% adalah sebesar Rp 6.953.321.161 dimana di pengaruhi oleh jumlah kursi, turnover dan PDRB serta inflasi. Di dalam neraca Haneul Korean Restaurant memiliki total aktiva sebesar Rp 449.577.946 yang terdiri dari

current asset , *fixed asset* , dan *Intangible asset*. Dengan begitu maka di dapatkan total liabilitas dan ekuitas sebesar Rp 1.741.327.643 yang terdiri dari jangka panjang dan jangka pendek, maka dari itu neraca Haneul Korean Restarant di katakan *balance* di karenakan total *asset* dengan liabiitas dan ekuitas seimbang.

Di dalam laporan laba rugi, Haneul Korean restaurant terdapat penghasilan setelah pajak sebesar Rp 60.096.256 setelah laba kotor yang di kurangi dengan biaya operasional , pajak , bunga dan diskon. Dalam arus kas Haneul Korean Restaurant memiliki arus kas sebesar Rp 116.932.901 pada tahun pertama. Haneul Korean Restaurant mencapai *BEP* pada Rp 6.735.270.718. *IRR* Haneul Korean restaurant adalah 53,61% dimana lebih besar dari *WACC* yaitu 6,03% sehingga Haneul Korean Restaurant di nilai layak untuk di didirikan. Periode *BEP* , Haneul Korean Restaurant adalah 1 tahun 6 bulan dengan *profitability index* sebesar 63,91. *Net Present Value* sebesar Rp 30.537.368.142 . Haneul Korean Restaurant juga melakukan evaluasi rasio keuangan, melibatkan rasio likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, aktivitas, operasional, dan restoran. Selain itu, restoran ini juga mengimplementasikan manajemen risiko untuk mengantisipasi berbagai potensi yang dapat memberikan dampak negatif terhadap Haneul Korean Restaurant.