

BAB VI

KESIMPULAN

A. Pendahuluan

Perbedaan dalam penyediaan pangan dan jasa didorong oleh modernisasi. Di dunia sekarang ini, makanan mungkin mewakili lebih dari sekedar makanan; itu juga dapat mewakili keyakinan, warisan, kebangsaan, dan negara suatu masyarakat. Karena lokasinya yang menguntungkan, akulturasi budaya dan geografis telah terjadi di Indonesia, sehingga memunculkan berbagai macam masakan. Sayangnya, masakan Indonesia tidak begitu populer saat ini. Hal ini disebabkan oleh kombinasi faktor internal, seperti meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap sejarah kekaisaran masakan Tanah Air, dan faktor eksternal, termasuk pengaruh tradisi kuliner negara lain terhadap masakan Indonesia.

Masyarakat menjadi lebih individualistis dan protektif terhadap zona nyaman mereka sebagai akibat dari industrialisasi, yang mendorong kesenjangan dalam praktik penyediaan pangan di masyarakat. Mengingat hal tersebut di atas, salah satu solusi yang mungkin dilakukan adalah dengan membuka tempat makan pribadi, di mana pelanggan dapat menikmati makanan yang tenang dan terpencil tanpa harus bersusah payah melewati lautan manusia. Di sisi lain, *private dining* dapat menjadi solusi langsung untuk meminimalisir jumlah pengunjung dan penyebaran langsung virus COVID-19.

Tempat makan pribadi yang berpusat di Tangerang, yang disebut *Ramoean Private Dining*, akan menyediakan hidangan tradisional Indonesia dalam gaya menu set yang mencakup hidangan pembuka, makanan utama, hidangan penutup, dan minuman.

B. Aspek Pasar dan Pemasaran

Penyebaran kuesioner dengan total 39 indikator pertanyaan dan 199 respon memungkinkan dilakukannya analisis elemen pemasaran dan pasar. Untuk mengetahui profil responden, tindakan mereka, dan bauran pemasaran 8p, aspek pasar dan pemasaran dianalisis. Informasi berikut diperoleh dari analisis (Gunawati & Sudarwati, 2017):

Pada aspek segmentasi demografis dan geografis diketahui bahwa mayoritas responden adalah perempuan bekerja sebagai pelajar/mahasiswa yang berusia 21-25 tahun yang berdomisili di Tangerang dengan pendapatan sebulan mencapai angka Rp 3.000.000 – Rp 4.499.000. Sedangkan pada aspek segmentasi aspek social ekonomi dan aspek perilaku dapat diketahui bahwa mayoritas responden sudah pernah mendengar restoran yang menyediakan konsep *private dining*. Selain itu, mayoritas responden juga memiliki kebiasaan untuk melakukan kegiatan makan di luar rumah setidaknya sekali dalam seminggu. Mayoritas responden juga rela mengeluarkan uang sejumlah Rp 500.000 – Rp 999.000 untuk makan di luar rumah selama sebulan.

Pada aspek bauran pemasaran distribusi, didapatkan bahwa bisnis akan berlokasi di *Downtown Drive*, Gading Serpong, Tangerang. Pada bauran pemasaran

promosi, bisnis akan berfokus untuk melakukan promosi melalui media sosial. Selain itu, bisnis juga akan memberikan promosi dengan cara memberikan potongan harga sebesar 10% pada saat *grand opening* dengan syarat minimal transaksi sebesar Rp 500.000 dan upload *Instagram story* untuk 50 pelanggan pertama, bisnis juga menyediakan potongan 17% di hari kemerdekaan Indonesia dan potongan 15% untuk paket Babarengan di hari Valentine.

Pada bauran pemasaran sumber daya manusia, bisnis akan berfokus kepada lima hal dalam pelayanan, yaitu *reliability, assurance, responsiveness, tangible*, dan *empathy*. Pada aspek baura pemasaran bisnis menyediakan empat buah paket yang dapat dipilih yaitu Bancakan, Megibung, Bajamba, dan Babarengan.

Dunia usaha akan bekerja sama dengan produsen pangan lokal seperti petani dan peternak untuk memanfaatkan dan memilih produk pertanian dan peternakan mereka sebagai bagian dari bauran pemasaran program. Selain itu, perusahaan akan bekerja sama dengan seniman daerah untuk mencari peralatan makan dan aksesoris perabotan.

C. Aspek Operasional

Pada aspek operasional, Ramoan *Private Dining* yang berlokasi di *Downtown Drive*, Gading Serpong, Tangerang memiliki 9 area yang dapat digunakan dengan fungsinya masing-masing, area-area tersebut adalah *main entrance, cashier area, dining area, office area, employee's area, guest restroom area, kitchen and storage arena, cleaning, and maintenance*, dan *parking area*.

D. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Dalam hal sumber daya manusia dan struktur organisasi, Ramoean *Private Dining* menawarkan deskripsi pekerjaan sebagai berikut: direktur, komisaris, akuntan, penjualan dan pemasaran, manajer perusahaan, supervisor perusahaan, kepala koki, server (kasir), juru masak, dan pelayan. Sebanyak 22 karyawan pada akhirnya ditentukan dibutuhkan oleh bisnis. Angka tersebut mencakup satu orang di bagian keuangan, dua orang di bagian penjualan dan pemasaran, satu orang di manajer restoran, satu orang di supervisor restoran, lima orang di bagian server, satu di kepala koki, empat di bagian juru masak, tiga di bagian pramugara, dua di bagian bartender, satu di bagian komisaris, dan satu orang untuk tugas direktur.

Ramoean *Private Dining* mengatur jam kerja dengan membagi menjadi dua *shift*, *shift* yang pertama di pukul 10.00 hingga pukul 17.00, lalu pada *shift* dua dimulai pukul 16.00 hingga pukul 23.00. durasi bekerja selama itu sudah termasuk hak istirahat untuk para pekerja.

Ramoean *private dining* merupakan jenis usaha yang bergerak di bidang penyedia jasa berupa makanan, minuman, dan layanan yang diberikan kepada pelanggan. Ramoean *private dining* menyajikan hidangan tradisional otentik dengan layanan tradisional. Ramoean *private dining* akan berlokasi di *Downtown Drive*, Gading Serpong, Tangerang dan berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dengan nama PT Ramoean Indonesia Kuliner. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas. Perseroan Terbatas merupakan

badan hukum yang merupakan Persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham atau hukum perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro dan kecil sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan mengenai usaha mikro dan kecil.

E. Aspek Keuangan

Nilai investasi awal dari bisnis *Ramoean Private Dining* adalah Rp 1.501.870.076, yang terdiri dari 40% uang kepemilikan pemilik atau sebesar Rp 600.748.030 dan 60% uang pinjaman dari bank sebesar Rp 901.122.046. Kemudian jumlah uang yang diperlukan bisnis untuk memenuhi kegiatan operasional adalah sebesar Rp 2.963.532.381.

Bisnis *Ramoean Private Dining* merupakan asumsi penjualan sebesar 5,00% pada tahun pertama dengan asumsi pengunjung sejumlah 4.860 pengunjung yang akan menghasilkan pendapatan sebesar Rp 4.102.688.569. Total asset yang dimiliki bisnis ini ditahun pertama sebesar Rp 1.501.870.076 sedangkan total kewajiban yang dimiliki adalah sebesar Rp 901.122.046 dan ekuitas pemegang saham sebesar Rp 600.748.030, dari angka tersebut maka dapat disimpulkan bahwa laporan neraca dari bisnis sudah seimbang.

Aspek risiko dari bisnis *Ramoean Private Dining* dikasi berdasarkan beberapa aspek yaitu aspek fisik, aspek opsional, aspek sumber daya manusia, aspek hukum, dan aspek pasar. Pengkajian terhadap aspek-aspek tersebut dilakukan untuk

mengetahui kemungkinan risiko yang akan terjadi. Mempertimbangkan aspek financial yang telah diperhitungkan maka bisnis ini layak untuk dijalankan

