

## BAB VI

### SIMPULAN

#### A. Pendahuluan

Industri Pariwisata adalah salah satu industri terbesar di dunia yang terus mengalami perkembangan. Industri ini mencakup berbagai komponen, termasuk penginapan, pameran, pertemuan, acara, restoran dan layanan, serta rekreasi. Saat ini, usaha makanan dan minuman menjadi salah satu sektor bisnis yang populer dan terus berkembang karena tingginya permintaan dan kebutuhan pasar, hal ini dapat dilihat dari tingkat laju Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) penyedia makan dan minum di Indonesia yang mengalami peningkatan setiap tahunnya. Kecenderungan pasar yang menjadi trend saat ini adalah bisnis yang berdigitalisasi dan menawarkan kepraktisan, terutama di masa pandemi *COVID-19*. *Finding Fish* adalah salah satu usaha yang berkategori “*food and beverage business*” dengan konsep *food truck* dan melayani *dine-in* dan *takeaway* yang berlokasi di Rukan Beach View Blok A, Golf Island, PIK 2. PIK 2 adalah sebuah daerah di Jakarta Utara yang sedang berkembang dan salah satu pusat hiburan di DKI Jakarta, sehingga pemilihan PIK 2 sebagai lokasi bisnis adalah peluang yang menjanjikan. Produk yang ditawarkan adalah *fish and chips* fusi Indonesia yaitu hidangan *fish and chips* yang disajikan dengan pelengkap sambal Indonesia. Belum ditemukannya pesaing yang menawarkan produk sejenis di sekitar lokasi usaha, menjadikan bisnis ini berpeluang baik.

Tujuan utama melakukan studi kelayakan bisnis ini adalah untuk menganalisis berbagai aspek yang terlibat dalam pembangunan bisnis ini dari

beberapa sisi, seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen dan aspek finansial. Penelitian ini melakukan pengumpulan data secara primer (menggunakan kuesioner) dan data sekunder (referensi buku, laporan, dan internet). Proposal studi kelayakan bisnis ini juga dilengkapi dengan tujuan konseptual bisnis ini mengenai penyediaan makanan dan minuman, sehingga membentuk konsep bisnis yang matang.

## **B. Aspek Pasar dan Pemasaran**

Finding Fish melakukan survei pasar dengan membagikan kuesioner kepada 200 responden. Pengambilan data sebanyak 200 kuesioner mengacu pada kebutuhan data yang disesuaikan dengan jumlah pertanyaan pada baur pemasaran. Target pasar Finding Fish adalah orang yang berusia 15 – 45 tahun yang menyukai hidangan ikan.

Finding Fish menawarkan makanan yang berjumlah 18 menu yang semuanya merupakan hidangan utama dan 5 menu minuman. Produk yang ditawarkan Finding Fish adalah *fish and chips* fusi Indonesia yang disajikan dengan pelengkap sambal Indonesia dan beberapa minuman pelengkap. Harga yang ditawarkan untuk setiap produk yang dijual adalah berkisar antara Rp45.000,- – Rp60.000,- untuk makanan dan Rp10.000,- – Rp23.000,- untuk minuman

Sejauh ini, Finding Fish belum mempunyai kompetitor langsung yang menawarkan produk sejenis, tetapi memiliki beberapa kompetitor tidak langsung yaitu *Salty Sam*, *IkanIkan*, *Gembowl*, *Luberger*, dan *Superwings*.

Untuk distribusi produk makanan dan minuman Finding Fish dapat dengan cara makan di tempat (*dine-in*), dibawa pulang (*takeaway*) atau melalui

aplikasi daring seperti *Gofood*, *Grabfood*, *Traveloka eats*, dan *Shopeefood* (*online delivery*)

Pemasaran akan dilakukan dengan tiga cara yaitu dengan melakukan *advertising* di media sosial, *merchandising* melalui spanduk atau brosur, dan *publicity* melalui *influencer* atau *food blogger/vlogger*. Finding Fish juga akan memberikan promo potongan harga pada periode tertentu dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen.

Segmentasi geografis pasar Finding Fish adalah masyarakat yang berdomisili di daerah Kecamatan Penjaringan. Segmentasi demografis dari pasar Finding Fish adalah pria dan wanita, dengan rentang umur 15 – 45 tahun dengan profesi sebagai mahasiswa, ibu rumah tangga, pegawai swasta/negeri, wiraswasta dengan jumlah pendapatan kelas menengah hingga menengah ke atas. Segmentasi psikografis Finding Fish adalah masyarakat yang gemar mengonsumsi olahan ikan satu hingga tiga kali dalam seminggu, masyarakat yang gemar membeli makanan dengan konsep *food truck*, memesan makanan olahan ikan secara *online* minimal satu kali dalam satu minggu dan biasanya mengunjungi suatu restoran atau tempat makan bersama teman dan keluarga. Dikarenakan target pasar Finding Fish adalah pria dan wanita dengan rentang usia 15 – 45 tahun yang berdomisili di daerah Kecamatan Penjaringan dengan berbagai jenis pekerjaan dan pendapatan kelas menengah hingga menengah ke atas, sehingga memiliki kemungkinan untuk para mahasiswa yang mendapatkan biaya tunjangan dari orang tuanya. Finding Fish juga menerapkan strategi *differentiation*, karena Finding Fish adalah restoran dengan konsep *food truck*

yang menyediakan hidangan *fish and chips* yang menggunakan bahan dasar ikan dori dan menggunakan sambal khas Indonesia sebagai pelengkap.

### **C. Aspek Operasional**

Aktivitas kegiatan operasional Finding Fish dapat dibagi menjadi dua aktivitas yaitu aktivitas pelanggan dan aktivitas karyawan (*food and beverage service* dan *food and beverage production*). Finding Fish berlokasi di Rukan Beach View Blok A, Golf Island, PIK 2. Pemilihan lokasi sebagai tempat operasional Finding Fish juga melewati beberapa pertimbangan seperti aksesibilitas, kompetitor, harga dan sebagainya. Finding Fish juga akan mengandalkan beberapa teknologi untuk mendukung kegiatan operasionalnya seperti internet, *CCTV*, *POS System*, *UVC Sterilizer*, *Finger print*, dan mesin *EDC*.

### **D. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia**

Finding Fish memiliki jadwal operasional dari hari senin hingga hari minggu mulai pukul 10.00 WIB hingga pukul 23.00 WIB dan terbagi kedalam tiga shift yaitu *opening shift* yaitu mulai pukul 10.00 WIB hingga pukul 19.00 WIB, *middle shift* yaitu mulai pukul 12.00 WIB hingga pukul 21.00 WIB dan *closing shift* mulai pukul 14.00 WIB hingga pukul 23.00 WIB. Setiap karyawan Finding Fish mendapatkan satu jam waktu istirahat pada setiap *shift* dan memiliki 2 hari libur dalam waktu satu minggu.

Jumlah karyawan Finding Fish adalah 8 karyawan dengan satu orang komisaris dan satu orang direktur. Karyawan akan menerima gaji dan kompensasi setiap satu bulan sekali. Karyawan juga akan mendapatkan jaminan

sosial dan jaminan ketenagakerjaan melalui BPJS yang dibayarkan. Karyawan juga akan mendapatkan kompensasi lembur jika bekerja lebih dari waktu yang ditentukan atau bekerja pada hari libur. Karyawan Finding Fish juga akan melewati masa pelatihan dan pengembangan yang diadakan oleh Finding Fish. Finding Fish merupakan sebuah badan usaha berbentuk perseroan terbatas (PT) yang berdiri dibawah PT. Abadi Berjaya. PT. Abadi Berjaya akan memenuhi segala perijinan yang dibutuhkan agar menjamin kelancaran usaha ini.

#### **E. Aspek Finansial**

Aspek Finansial merupakan semua perkiraan biaya yang harus dikeluarkan oleh Finding Fish dalam memenuhi biaya investasi awal, biaya operasional, pendapatan usaha, proyeksi neraca, laporan laba rugi, arus kas, analisis titik impas, penilaian investasi, rasio finansial, dan manajemen risiko. Investasi awal yang dibutuhkan berjumlah sebesar Rp344.651.099,- dengan modal kepemilikan sebesar Rp172.325.549,- dan pinjaman bank sebesar Rp172.325.549,-. Pengeluaran pada biaya dari biaya operasional pada tahun pertama adalah Rp1.306.850.958,-. Pendapatan tahun pertama adalah sebesar Rp1.436.481.834 yang diperoleh dari penjualan produk Finding Fish. Keuntungan kotor yang akan diperoleh Finding Fish adalah sebesar Rp1.078.433.756,-. Total pendapatan bersih setelah dikurang biaya operasional, pajak dan bunga tahun pertama adalah Rp89.266.871,-. Untuk mencapai *BEP* (*Break Even Point*) dibutuhkan dana sebesar Rp1.255.269.831 atau 87% pada tahun pertama. Finding Fish akan mencapai payback period selama 1 tahun 2 bulan 90 hari. Berdasarkan analisis keuangan yang dibuat, maka bisnis Finding Fish dinyatakan layak untuk dijalankan.