



Universitas Khatolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT No.468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Peluang Usaha Oishikitchen Bandung

Skripsi

Oleh

Aldella Prakawardhani Handoyo

2014320181

Bandung

2019



Universitas Khatolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT No.468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Peluang Usaha Oishikitchen Bandung

Skripsi

Oleh

Aldella Prakawardhani Handoyo

2014320181

Pembimbing

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Aldella Prakawardhani Handoyo
Nomor Pokok : 2014320181
Judul : Analisis Peluang Usaha Oishikitchen Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 17 Juli 2019
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.SE. :

Sekretaris

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T. :

Anggota

Marihot Tua Effendi, Drs., M.Si. :

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Aldella Prakawardhani Handoyo

NPM : 2014320181

Jurusan/program studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analilis Peluang Usaha Oishikitchen Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 10 Juli 2019

Aldella Prakawardhani Handoyo

ABSTRAK

Nama : Aldella Prakawardhani Handoyo
NPM : 2014320181
Judul : Analisis Peluang Usaha Oishikitchen Bandung

Oishi Kitchen merupakan sebuah *brand* yang berencana untuk mengeluarkan produk salmon kani mentai, dengan target pasar yang terletak di area Cimbuluit, Bandung. Pada hal ini, Bandung dipilih karena memiliki tingkat ketertarikan yang tinggi terhadap suatu inovasi pada industri kuliner, sehingga untuk itu perlu dirumuskan strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan *Market Research* untuk mengetahui kondisi eksisting dari pasar yang akan dituju. Melalui hal tersebut, akan diketahui *customer segment* dan *value* produk pada *competitive advantage*. Selanjutnya, hipotesis akan di validasi menggunakan *Javelin Board* untuk keinginan dan kebutuhan konsumen. Pada tahap implementasi, akan digunakan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai metode yang akan digunakan pada tahap implementasi bisnis.

ABSTRACT

Name : Aldella Prakawardhani Handoyo
NPM : 2014320181
Title : *Business Analysis Opportunity of Oishikitchen Bandung*

Oishi Kitchen is a brand that plans to launch a salmon kani mentai related products, with a specific target market located in the Cimbleuit area, Bandung. In this case, Bandung was chosen because it has a high level of interest in an area of innovation in the culinary industry. Therefore, it is necessary to formulate a business development strategy using Market Research to determine the existing conditions of the market that is targeted. Through this, customer segments and product values at competitive advantage will be known. Furthermore, the hypothesis will be validated using the Javelin Board for consumer wants and needs. In the implementation phase, Business Model Canvas (BMC) will be used as the method to be used at the stage of business implementation.

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati, penuh puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Penelitian ini berjudul “Analisis Peluang Usaha Oishikitchen Bandung. Penelitian ini ditujukan untuk memenuhi mata kuliah skripsi sebagai syarat kelulusan menempuh Strata-1 dalam program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Maria Widyarini selaku pembimbing dari penyusunan penelitian ini. Akhir kata, peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidaklah sempurna dan memiliki kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang dapat menyempurnakan penelitian ini. Penulis juga berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Penulis juga mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada berbagai pihak karena telah memberikan bantuan selama penelitian ini berlangsung, pihak-pihak tersebut antara lain :

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa dengan segala ridho-Nya serta karunia-Nya yang memberikan kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah mendengar doa penulis tanpa letih dan selalu berusaha mengabulkannya.
2. Kepada Ibu Maria, selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan dorongan, arahan, dan jalan keluar atas kesulitan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

3. Kepada Pak Marihot dan Mas Ruly, selaku dosen penguji, terima kasih atas waktunya untuk membaca dan memeriksa skripsi penulis. Terima kasih atas saran-saran yang membangun dan bantuannya dalam proses siding hingga penyelesaian skripsi penulis.
4. Kepada Orang Tua, terima kasih atas perhatian, kasih sayang, semangat serta doa yang tidak henti-hentinya mengalir demi kelancaran penulis dalam menyelesaikan kuliah ini.
5. Kepada Albella Prakupurbasari yang telah membantu saya memberi ide dalam pembuatan produk serta memberi support dalam segala hal.
6. Kepada Gemilang Yohansah, terima kasih telah memberi dukungan semangat dan menghibur saat rasa jenuh menghampiri dan menemani penulis didepan layar laptop selama berjam-jam tanpa mengeluh dan lelah.
7. Kepada Karina amanda, terima kasih telah meluangkan waktunya menemani penulis menyelesaikan penelitian ini, serta mendengarkan keluh kesah maupun berita baik penulis selama proses penulisan penelitian berlangsung.
8. Kepada , Salsabila Abel, Berta Delia, Editha Valentrisa, Abdurahman Bilal, terima kasih atas motivasinya, dorongan, semangat, serta masukan kepada penulis.
9. Kepada Sari Ramadhani, Arisa Agustina, Irmania Alvita terima kasih telah menemani selama proses perkuliahan berlangsung dan memberikan cerita serta pengalaman baru selama masa perkuliahan.
10. Serta masih banyak lagi pihak-pihak yang sangat berpengaruh dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga

Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan yang telah diberikan.
Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan kepada
para pembaca.

Bandung, 10 Juli 2019

Adella Prakawardhani Handoyo

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Tujuan Bisnis	3
1.4 Lokasi Studi	3
1.5 Sistematika Penulisan.....	3
BAB II DASAR TEORI	5
2.1 Pengertian Bisnis.....	5
2.2 Komponen Bisnis	5
2.2.1 Produksi	5
2.2.2 Pemasaran	6
2.2.3 Sumber Daya Manusia	6
2.2.4 Keuangan.....	6
2.3 Pengertian Akuntansi Secara Umum	7
2.4 Rumusan Strategi Bisnis (BMC)	7
2.5 <i>Design thinking</i>	10
2.5.1 <i>Empathize</i>	11
2.5.2 <i>Define</i>	11
2.5.3 <i>Ideate</i>	12
2.5.4 <i>Prototyping</i>	12
2.5.5 <i>Test</i>	12
2.6 <i>Market Research</i>	13

2.7	<i>Value Proposition Canvas</i>	14
2.8	Javelin Board	15
BAB III METODE PENELITIAN		17
3.1	Jenis Penelitian.....	17
3.2	<i>Design Thinking</i>	17
3.2.1	<i>Empathize</i>	17
3.3.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Umur.....	21
3.3.2	Pengeluaran Responden per bulan.....	22
3.3.3	Profesi Responden	24
3.3.4	Kompetitor Salmon Kani Mentai	25
3.3.5	Intensitas Responden Terkait Pembelian Produk Salmon Kani Mentai	27
3.3.6	Manfaat Ikan Salmon	28
3.3.7	Kesesuaian harga menurut konsumen.....	29
3.3.8	Tingkat Kepuasan Responden Terhadap <i>Packaging</i> Produk Salmon Kani Mentai	30
3.3.9	Pendapat Responden Terhadap <i>Packaging</i> Produk Salmon Kani Mentai	31
3.4	<i>Value Proposition Canvas</i>	32
3.5	Validasi Javelin Board.....	34
BAB IV KINERJA BISNISKU		37
4.1	Profil Usaha	37
4.2	Visi dan Misi.....	37
4.2.1	Visi.....	37
4.2.2	Misi	38
4.3	Proses Produksi.....	38
4.4	Business Model Canvas.....	38
4.4.1	<i>Customer Segment</i>	40
4.4.2	<i>Value Proposition</i>	40

4.4.3	<i>Channels</i>	40
4.4.4	<i>Customer Relationship</i>	41
4.4.5	<i>Key Activities</i>	41
4.4.6	<i>Key Resource</i>	41
4.4.7	<i>Key Partner</i>	41
4.4.8	Struktur Biaya.....	41
4.4.9	<i>Revenue Stream</i>	42
4.5	Analisis SWOT.....	42
4.6	Laporan Keuangan.....	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		48
5.1	Simpulan.....	48
5.2	Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....		50
LAMPIRAN.....		51

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Business Model Canvas Salmon Kani Mentai	39
Tabel 4.2	Matirx SWOT Salmon Kani Mentai.....	42
Tabel 4.3	Tabel Perencanaan Modal	43
Tabel 4.4	Tabel Biaya Produksi.....	44
Tabel 4.5	Tabel Perencanaan Laba Rugi	45
Tabel 4.6	Tabel Perencanaan Neraca Keuangan.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>Template Business Model Canvas</i>	9
Gambar 2.2	Proses design thinking.....	10
Gambar 2.3	Tahap- <i>Emphatize</i>	11
Gambar 2.4	Proses <i>Value Proposition Canvas</i>	15
Gambar 2.5	Proses Pengerjaan Javelin Board	16
Gambar 3. 1	Protoype Produk (Foto 1)	19
Gambar 3. 2	Protoype Produk (Foto 2)	19
Gambar 3.3	Rasio Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	21
Gambar 3.4	Usia Responden Berdasarkan Umur	22
Gambar 3.5	Sebaran data kelas ekonomi di Indonesia.....	23
Gambar 3.6	Pengeluaran Responden Per Bulan	24
Gambar 3.7	Profesi Responden.....	25
Gambar 3.8	brand/nama penjual salmon kani mentai yang diketahui oleh responden.....	26
Gambar 3 9	Irisan data kompetitor yang diketahui oleh responden.....	27
Gambar 3.10	Intensitas pembelian responden terhadap produk salmon kani mentai	28
Gambar 3.11	Pengetahuan konsumen terhadap manfaat dari ikan salmon	29
Gambar 3.12	Kesesuaian harga salmon kani mentai menurut responden	30
Gambar 3.13	Tingkat Kepuasan Responden Terhadap Packaging Produk Salmon Kani Mentai	31
Gambar 3.14	Pendapat responden terkait packaging produk sejenis salmon kani mentai	32
Gambar 3.15	konsep value proposition canvas	33
Gambar 3.16	Hasil Iterasi Javelin Board.....	36
Gambar 4.1	Brand Oishikitchen.....	37

BAB I

PENDAHULUAN

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang sedang berkembang di Indonesia pada saat ini. Dilansir dari Harian Ekonomi Neraca pada tanggal 7 Agustus 2018, lewat kreatifitas dan inovasi, bisnis kuliner memiliki pangsa pasar yang terbuka lebar dan munculnya berbagai makanan unik, dan tren kuliner sebagai gaya hidup masyarakat, menjadi bukti bahwa bisnis ini berkembang dengan pesat.

Bisnis kuliner menjadi pilihan banyak orang, karena dianggap jenis bisnis yang lebih mudah dilakukan daripada bisnis lainnya. Menurut Franky Welirang selaku Ketua Komite Tetap Ketahanan Pangan, mengatakan bahwa dewasa ini, kuliner sudah merupakan sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan karena makanan adalah sebuah kebutuhan sehari-hari. Pada sektor industri, kuliner secara spesifik menempatkan dirinya pada sektor industri kreatif, dimana industri kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Melihat hal tersebut, penulis terdorong untuk mencoba mendalami dan merambah industri tersebut.

1.1 Latar Belakang

Data menurut Parama Indonesia, menyatakan bahwa sektor kuliner Indonesia tumbuh rata-rata 7 hingga 14 persen per tahun dalam 5 tahun terakhir (2014-2019). Hal tersebut ditunjukkan oleh semakin banyaknya pelaku bisnis yang merambah sektor industri kuliner. Hal ini banyak dipengaruhi khususnya oleh kalangan anak

muda yang memiliki tingkat rasa ingin tahu yang tinggi terhadap berbagai macam bentuk inovasi. Salah satu industri kuliner yang saat ini diminati adalah masakan Jepang. Penulis pun sadar, ditengah ketatnya persaingan bisnis saat ini, pelaku bisnis setidaknya harus mengetahui faktor yang dapat menjadi daya tarik konsumen untuk membeli suatu produk, sehingga para pelaku bisnis dapat beradaptasi dan melakukan inovasi baru untuk menemukan peluang bisnis yang tepat.

Mengingat banyaknya pelaku usaha yang mencoba merambah bisnis di bidang kuliner, menyebabkan intensitas persaingan semakin ketat khususnya di kota Bandung, mulai dari skala kecil hingga bisnis dengan skala yang lebih besar. Hal ini memicu mayoritas konsumen saat ini menjadi lebih cermat dan selektif terhadap produk yang ditawarkan di pasar. Oleh karena itu, para pelaku usaha di era ini sudah semestinya menjadi lebih kreatif dan mengetahui faktor apa saja yang dapat menjadi daya tarik konsumen untuk membeli suatu produk.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, kota Bandung menjadi kota wisata yang terkenal dengan kulinernya. Sebagai salah satu kota yang memiliki segmen pasar yang luas dan banyaknya permintaan dari pasar tersebut yang selalu meningkat. Penulis akan menguji produk buatannya, yaitu salmon kani mentai dengan harapan dapat menjadi salah cita rasa baru yang dapat diterima oleh lidah masyarakat kota Bandung.

1.3 Tujuan Bisnis

Tujuan bisnis ini adalah untuk memperkenalkan masakan Jepang kepada masyarakat Bandung sebagai sebuah produk yang dapat dinikmati dan diterima.

Adapun tujuan – tujuan tersebut antara lain :

1. Faktor apa saja yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk salmon kani mentai
2. Pasar salmon kani mentai di area Cimbeuleuit, Kota Bandung

1.4 Lokasi Studi

Penelitian ini secara spesifik akan dilakukan di area Bandung. Dengan wilayah studi secara khusus pada penduduk dan mahasiswa di area pemukiman sekitar Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR), Cimbeuleuit, Bandung.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika yang akan digunakan pada penulisan laporan ini adalah :

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini mengemukakan latar belakang masalah, deskripsi masalah, tujuan penelitian, lokasi studi, dan sistematika penulisan.

Bab 2 Kajian Teoritis

Bab ini berisi dasar teori yang mengemukakan bisnis dan komponennya secara umum. Selain itu, bab ini akan membahas masalah terkait riset pasar yang akan dilakukan hingga konsep proses validasi yang akan digunakan oleh peneliti.

Bab 3 Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang market research terkait value dan *customer segment* untuk menentukan prototype produk yang akan direncanakan. Pada bab ini juga akan dijelaskan *Value Proposition canvas* yang akan menentukan *prototype* produk yang selanjutnya akan di uji validitasnya oleh *Javelin Board*. Hingga BMC dan SWOT untuk implementasi di lapangan.

Bab 4 Kinerja Bisnis

Bab ini akan membahas tentang rencana bisnis yang akan dilaksanakan oleh penulis, dan juga membahas rencana laporan keuangan.

Bab 5 Kesimpulan

Penutup berisi kesimpulan dari skripsi ini berdasarkan hasil analisis pada Bab 3, hasil perencanaan kinerja bisnis pada bab 4, dan saran.