

# **USULAN RANCANGAN RENCANA BISNIS RUMAH MAKAN KEDAI NYEREUNG**

## **SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

**Disusun oleh:**

**Nama : Reynaldi Raditya**

**NPM : 2012610151**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
2019**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Reynaldi Raditya  
NPM : 2012610151  
Jurusan : Teknik Industri  
Judul Skripsi : USULAN RANCANGAN RENCANA BISNIS RUMAH MAKAN  
KEDAI NYEREUNG

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Maret 2019

**Ketua Program Studi Teknik Industri**

(Romy Loice, S.T., M.T.)

**Pembimbing**

(Romy Loice, S.T., M.T.)



Jurusan Teknik Industri  
Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Katolik Parahyangan

## **Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat**

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Reynaldi Raditya

NPM : 2012610151

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **“USULAN RANCANGAN RENCANA BISNIS RUMAH MAKAN KEDAI NYEREUNG”**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 6 Maret 2019

Reynaldi Raditya  
NPM: 2012610151

## ABSTRAK

Makanan merupakan salah satu dari kebutuhan utama manusia untuk keberlangsungan hidupnya. Menurut The Nielsen Company (2009) menyatakan bahwa 44% masyarakat Indonesia memilih untuk membeli makanan daripada membuat makanan di rumah. Kedai Nyereung merupakan salah satu restoran di Kota Bandung yang mulai berjalan sejak tahun 2013 hingga sekarang, akan tetapi saat ini penjualan yang didapat masih dikatakan rendah. Hal tersebut disebabkan oleh tidak adanya perencanaan yang terarah terhadap usaha yang dilakukan oleh Kedai Nyereung.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai *framework* dasar dalam membuat rencana bisnis. Dalam BMC terdapat aspek operasional dan aspek pemasaran yang termasuk ke dalam aspek non finansial, dan aspek finansial. Analisis lingkup industri menggunakan *Porter's Five Forces Model* dan analisis SWOT dilakukan sebagai masukan dalam perancangan aspek non finansial. Pengambilan data untuk aspek pemasaran dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang berisikan atribut-atribut penting dalam sebuah tempat makan. Perhitungan aspek finansial dilakukan dengan melakukan perhitungan depresiasi dan proyeksi laporan keuangan yang berupa proyeksi laba rugi dan proyeksi aliran kas. Kemudian dilakukan evaluasi finansial dengan menggunakan *net present value* sebagai indikator kelayakan dari rencana finansial tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian, rencana bisnis yang diusulkan untuk Kedai Nyereung terdiri dari tiga aspek yaitu aspek pemasaran, aspek operasional, dan aspek finansial. Terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dilakukan seperti mencari *supplier* bahan baku yang untuk diajak bekerja sama, meningkatkan promosi mengenai tempat makannya dengan membuat konten media sosial yang menarik agar target pasar lebih tertarik untuk membeli, mempertahankan dan meningkatkan penjualan menggunakan rencana pemasaran yang sudah dibuat apabila bisnis berjalan sesuai model *most likely*.

## **ABSTRACT**

*Food is one of the main human needs for its survival. According to The Nielsen Company (2009) states that 44% of Indonesians choose to buy food rather than making food at home. Kedai Nyereung is one of the restaurants in the city of Bandung that began running since 2013 until now, but currently the sales obtained are still said to be low. This was caused by the absence of directed planning towards the efforts carried out by Kedai Nyereung.*

*The study was conducted using Business Model Canvas (BMC) as a basic framework in making business plans. In BMC there are operational aspects and marketing aspects which are included in the non-financial aspects, and financial aspects. Analysis of industry scope uses Porter's Five Forces Model and SWOT analysis is carried out as input in designing non-financial aspects. Data retrieval for marketing aspects is done by using a questionnaire containing important attributes in a place to eat. Calculation of financial aspects is done by calculating depreciation and financial report projections in the form of profit and loss projections and cash flow projections. Then a financial evaluation is conducted using the net present value as an indicator of the feasibility of the financial plan.*

*Based on the results of the study, the business plan proposed for Kedai Nyereung consists of three aspects, namely the marketing aspects, operational aspects, and financial aspects. There are a number of recommendations that can be made such as looking for raw material suppliers to work with, increasing promotion of their eating places by creating attractive social media content so that the target market is more interested in buying, maintaining and increasing sales using marketing plans that have been made when the business is running according to the most likely model.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT., karena atas rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Usulan Rancangan Rencana Bisnis Rumah Makan Kedai Nyereung” dengan baik. Proses penyelesaian skripsi ini tidaklah mudah, akan tetapi penulis memiliki banyak dukungan dan bantuan dari pihak-pihak di sekitarnya. Maka dari itu, pada bagian ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang sudah membantu penulis.

1. Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, kesempatan, dan dukungan dalam proses pengerjaan skripsi.
2. Ibu Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku dosen penguji proposal skripsi dan penguji skripsi yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun untuk pengerjaan dan penyelesaian skripsi.
3. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan kritik dan saran untuk penyelesaian skripsi.
4. Bapak Dr. Paulus Sukpto, Ir., M.B.A., selaku dosen penguji proposal yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun untuk pengerjaan skripsi.
5. Bapak Alfian, S.T., M.T. selaku dosen wali yang telah memberikan dukungan dalam proses pengerjaan skripsi.
6. Semua dosen dan staf di Fakultas Teknik Industri Universitas Parahyangan. Terimakasih atas ilmu, dukungan, pembelajaran, serta segala bantuan yang telah diberikan dalam bentuk apapun.
7. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dalam berbagai bentuk untuk mendorong penulis mendapatkan gelar sarjana. Terimakasih atas kesabaran, pengertian dan doanya untuk penulis bisa berada disini.

8. Destian, Felix, Steven yang telah memberikan bantuan, kerjasama, dan masukan serta kegiatan diskusi guna bertukar pikiran ketika kuliah maupun dalam proses pengerjaan skripsi ini.
9. Radhian, Julfa, Gume, Igi, Fitrah, Caro, Dina yang telah memberikan bantuan dan hiburan di saat pengerjaan skripsi sedang terhambat.
10. Utari Krisnamurthi yang selalu memberikan dukungan dalam bentuk apapun kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini. Terimakasih atas masukan, bantuan, dan dukungan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
11. Manajer Operasional Kedai Nyereung yaitu Bapak Yudha yang telah mengizinkan untuk menjadikan restorannya sebagai objek penelitian penulis.
12. Seluruh pihak lainnya yang telah membantu penulis dalam menjalankan studi dan proses pengerjaan skripsi.

Penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka, saran serta kritik yang membangun terhadap skripsi ini sangat diharapkan. Akhir kata, semoga penelitian yang jauh dari sempurna ini dapat memberikan manfaat dan menjadi suatu sumbangsi dalam ilmu teknik industri. Sekali lagi peneliti mengucapkan terimakasih.

Bandung, 6 Maret 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....		i
<i>ABSTRACT</i> .....		ii
KATA .....	PENGANTAR	iii
DAFTAR .....	ISI	v
DAFTAR .....	TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR .....		xi
DAFTAR .....	LAMPIRAN	xiii
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b> .....		<b>I-1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....		I-1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah .....		I-2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian .....		I-8
1.4 Tujuan Penelitian .....		I-8
1.5                    Manfaat                    Penelitian .....		I-9
1.6                    Metodologi                    Penelitian .....		I-9
1.7                    Sistematika                    Penulisan .....		I-12
<b>BAB II    TINJAUAN</b> .....	<b>PUSTAKA</b>	<b>II-1</b>
II.1                    Pengertian                    Bisnis .....		II-1



II.2	Pengertian <i>Business Plan</i> .....	II-2
II.3	Pengertian Model Bisnis .....	II-2
II.4	<i>Business Model Canvas</i> (BMC) .....	II-2
II.5	Analisis <i>Porter's Five Force Model</i> .....	II-4
II.6	Analisis SWOT .....	II-4
II.7	Analisis Aspek Pasar .....	II-5
II.7.1	Identifikasi Kebutuhan Konsumen .....	II-5
II.7.2	Sampling .....	II-6
II.7.3	Uji Validitas .....	II-7
II.7.4	Uji Reliabilitas .....	II-7
II.8	Aspek Pemasaran .....	II-8
II.8.1	Konsep <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i> (STP) .....	II-8
II.8.2	<i>Marketing Mix</i> .....	II-9
II.9	Aspek Operasional .....	II-10
II.10	Aspek Finansial .....	II-10
II.10.1	Depresiasi .....	II-11
II.10.2	Proyeksi Laba Rugi .....	II-11
II.10.3	Evaluasi Finansial .....	II-12
<b>BAB III</b>	<b>PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b> .....	<b>III-1</b>
III.1	Uraian Usaha Saat Ini .....	III-1

III.2	<i>Business Model Canvas</i>	(BMC)	III-2
.....			
III.2.1	<i>Key Partners</i>		III-3
.....			
III.2.2	<i>Key Resources</i>		III-3
.....			
III.2.3	<i>Key Activities</i>		III-4
III.2.4	<i>Cost Structure</i>		III-5
.....			
III.2.5	<i>Revenue Stream</i>		III-5
III.2.6	<i>Value Proposition</i>		III-5
.....			
III.2.7	<i>Customer Segments</i>		III-6
III.2.8	<i>Channels</i>		III-7
III.2.9	<i>Customer Relationships</i>		III-7
.....			
III.3	<i>Analisis Lingkungan Eksternal</i>		III-8
.....			
III.3.1	<i>Ancaman Pendatang Baru (Threat of New Entrants)</i>		III-8
III.3.2	<i>Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (Bargaining Power of Suppliers)</i>		III-10
III.3.3	<i>Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (Bargaining Power of Buyers)</i>		III-11
III.3.4	<i>Ancaman Produk Pengganti (Threat of Substitute Products)</i>		III-12
III.3.5	<i>Persaingan Industri (Industry Competition)</i>		III-12
III.4	<i>Analisis SWOT</i>		III-15
.....			
III.4.1	<i>Strength</i>		III-15
.....			
III.4.2	<i>Weakness</i>		III-17
.....			

III.4.3	<i>Opportunity</i>	.....	III-18
III.4.4	<i>Threat</i>	.....	III-18
III.5	Rencana Pemasaran	.....	III-19
III.5.1	Identifikasi	Pasar	III-20
.....			
III.5.1.1	Kuesioner	Penelitian	III-21
.....			
III.5.1.2	Uji Validitas	.....	III-22
III.5.1.3	Uji	Reliabilitas	III-24
.....			
III.5.1.4	Hasil Survei Pasar	.....	III-25
III.5.2		<i>Segmenting</i>	III-36
.....			
III.5.3	<i>Targeting</i>	.....	III-52
III.5.4	<i>Positioning</i>	.....	III-54
III.5.5	<i>Marketing Mix</i>	.....	III-57
III.6	Rencana	Operasional	III-61
.....			
III.6.1	<i>Key</i>	<i>Resources</i>	III-61
.....			
III.6.2	<i>Key</i>	<i>Activities</i>	III-68
.....			
III.6.3	<i>Key</i>	<i>Partners</i>	III-72
.....			
III.7	Rencana	Finansial	III-73
.....			
III.7.1	Depresiasi	.....	III-73
III.7.2	Biaya Material Langsung	.....	III-76
III.7.3	Biaya Operasional	.....	III-78
III.7.4	Proyeksi	Keuangan	III-80
.....			
III.7.5	Evaluasi	Finansial	III-84
.....			

	III.8 Usulan <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	III-85
	.....	
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS</b>	<b>IV-1</b>
	.....	
IV.1	Analisis Survei Pasar	IV-1
	.....	
IV.2	Analisis Pemilihan Klaster	IV-2
	.....	
IV.3	Analisis <i>Profiling</i> dan <i>Targeting</i>	IV-3
IV.4	Analisis <i>Marketing Mix</i>	IV-4
IV.5	Analisis Rencana Operasional	IV-5
	.....	
IV.6	Analisis Rencana Finansial	IV-6
IV.7	Analisis Usulan <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	IV-8
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>V-1</b>
	.....	
V.1	Kesimpulan	V-1
	.....	
V.2	Saran	V-2
	.....	

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Restoran di Kota Bandung Tahun 2009 - 2016..	I-1
Tabel II.1	Pengelompokan Tarif Depresiasi .....	II-11
Tabel III.1	Hasil Uji Validitas 1 (15 Variabel) .....	III-22
Tabel III.2	Hasil Uji Validitas 2 Setelah Proses Eleminasi (13 Variabel) .....	III-23
Tabel III.3	Hasil Uji Reliabilitas .....	III-25
Tabel III.4	Rekapitulasi Penilaian Kepentingan Atribut untuk Sebuah Tempat Makan .....	III-36
Tabel III.5	Hasil Kluster Atribut (K=2) .....	III-37
Tabel III.6	Hasil Kluster Atribut (K=3) .....	III-38
Tabel III.7	Hasil Kluster Atribut (K=4) .....	III-39
Tabel III.8	Hasil Kluster Atribut (K=5) .....	III-40
Tabel III.9	Rekapitulasi Selisih Jarak Antar Kluster .....	III-41
Tabel III.10	Hasil Uji ANOVA Atribut .....	III-42
Tabel III.11	Jumlah Responden Pada Setiap Klaster Atribut .....	III-43
Tabel III.12	Hasil Interpretasi Klastering pada Atribut .....	III-43
Tabel III.13	Hasil Profiling pada Atribut .....	III-45
Tabel III.14	Hasil Intrepretasi Segmen Secara Keseluruhan .....	III-53
Tabel III.15	Usulan <i>Marketing Mix</i> .....	III-57
Tabel III.16	<i>List</i> Bahan Baku .....	III-62
Tabel III.17	<i>Job Description</i> Jabatan di Kedai Nyereung .....	III-64
Tabel III.18	Peralatan Kedai Nyereung .....	III-66
Tabel III.19	Usulan SOP untuk Membeli Bahan Baku Melalui Supplier .....	III-69
Tabel III.20	Usulan SOP untuk Membeli Bahan Baku Melalui Pedagang di Pasar .....	III-69
Tabel III.21	Usulan SOP untuk Proses Pelayanan Pesanan <i>Customer</i> .....	III-70
Tabel III.22	Usulan SOP untuk Proses Produksi Makanan dan	III-70

	MInuman .....	
Tabel III.23	Usulan SOP untuk Proses Membersihkan Meja dan Peralatan Setelah Digunakan <i>Customer</i> .....	III-71
Tabel III.24	Usulan SOP untuk Proses Menjaga Kebersihan Tempat Makan .....	III-71
Tabel III.25	Usulan SOP untuk Proses Melayani Pesanan GoFood	III-72
Tabel III.26	Usulan SOP untuk Proses Mengatur Akun Instagram	III-72
Tabel III.27	Rekapitulasi Perhitungan Depresiasi .....	III-74
Tabel III.28	Biaya Material Langsung .....	III-76
Tabel III.29	Biaya Gaji .....	III-77
Tabel III.30	Biaya <i>Overhead</i> .....	III-78
Tabel III.31	Biaya Listrik .....	III-78
Tabel III.32	Biaya Administrasi .....	III-79
Tabel III.33	Biaya Promosi .....	III-79
Tabel III.34	Biaya Material Tidak Langsung .....	III-80
Tabel III.35	Laporan Keuangan Model <i>Pessimistic</i> .....	III-81
Tabel III.36	Laporan Keuangan Model <i>Most Likely</i> .....	III-82
Tabel III.37	Laporan Keuangan Model <i>Optimistic</i> .....	III-83
Tabel III.38	Evaluasi Finansial Proyeksi Keuangan Model <i>Pessimistic</i> .....	III-84
Tabel III.39	Evaluasi Finansial Proyeksi Keuangan Model <i>Most Likely</i> .....	III-85
Tabel III.40	Evaluasi Finansial Proyeksi Keuangan Model <i>Optimistic</i> .....	III-85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Grafik Jumlah Penjualan Kedai Nyereung .....	I-3
Gambar I.2	Grafik Jumlah Penjualan Kedeia Nyereung pada Lokasi Baru .....	I-4
Gambar I.3	Diagram <i>Fishbone</i> Fenomena Masalah .....	I-5
Gambar I.4	Diagram <i>Fishbone</i> Fenomena Masalah Beserta Akar Permasalahan .....	I-7
Gambar I.5	Diagram Metodologi Penelitian .....	I-11
Gambar III.1	Menu Kedai Nyereung .....	III-2
Gambar III.2	Interior Kedai Nyereung .....	III-6
Gambar III.3	<i>Business Model Canvas</i> Kedai Nyereung Saat Ini .....	III-9
Gambar III.4	Lokasi Kedai Nyereung .....	III-14
Gambar III.5	Diagram Analisis Lima Kekuatan Porter .....	III-16
Gambar III.6	Akses Menuju Kedai Nyereung .....	III-18
Gambar III.7	Diagram Analisis SWOT Kedai Nyereung .....	III-20
Gambar III.8	Data Responden Berdasarkan Domisili .....	III-25
Gambar III.9	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	III-26
Gambar III.10	Data Responden Berdasarkan Usia	III-26

	.....	
Gambar III.11	Data Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Per Bulan .....	III-27
Gambar III.12	Data Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Satu Kali Makan .....	III-27
Gambar III.13	Data Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli Makan di Tempat Makan .....	III-28
Gambar III.14	Data Responden Berdasarkan Menu Makanan Utama Pilihan .....	III-29
Gambar III.15	Data Responden Berdasarkan Menu Lauk Pilihan .....	III-29
Gambar III.16	Data Responden Berdasarkan Ketersediaan Sayur dalam Setiap Makanan Utama .....	III-30
Gambar III.17	Data Responden Berdasarkan Pendapat Mengenai Adanya Menu Cemilan .....	III-30
Gambar III.18	Data Responden Berdasarkan Variasi Menu Minuman	III-31
Gambar III.19	Data Responden Berdasarkan Preferensi Proporsi Nasi dan Lauk .....	III-31
Gambar III.20	Data Responden Berdasarkan Preferensi Menu Makanan .....	III-32
Gambar III.21	Data Responden Berdasarkan Preferensi Bentuk Makanan .....	III-32
Gambar III.22	Data Responden Berdasarkan Preferensi Makanan Pedas .....	III-33
Gambar III.23	Data Responden Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi Tempat Makan dalam Satu Minggu .....	III-33
Gambar III.24	Data Responden Berdasarkan Lokasi Tempat Makan	III-34



Gambar III.25	Data Responden Berdasarkan Jasa <i>Delivery</i> yang Sering Digunakan .....	III-34
Gambar III.26	Data Responden Berdasarkan Penggunaan Jasa <i>Delivery</i> dalam Satu Minggu .....	III-35
Gambar III.27	Data Responden Berdasarkan Frekuensi Akses Akun Instagram Tempat Makan .....	III-35
Gambar III.28	<i>Positioning</i> Kedai Nyereung Saat Ini .....	III-55
Gambar III.29	Usulan <i>Positioning</i> Kedai Nyereung .....	III-56
Gambar III.30	Usulan Struktur Organisasi Kedai Nyereung .....	III-66
Gambar III.31	Usulan <i>Business Model Canvas</i> Kedai Nyereung.....	III-86

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	KUESIONER PENELITIAN .....	A-1
LAMPIRAN B	DATA MENTAH HASIL KUESIONER .....	B-1
LAMPIRAN C	UJI VALIDITAS .....	C-1
LAMPIRAN D	UJI RELIABILITAS .....	D-1
LAMPIRAN E	PERHITUNGAN <i>MEAN SQUARE</i> .....	E-1
LAMPIRAN F	TABULASI SILANG RESPONDEN .....	F-1

# BAB I

## PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang masalah serta identifikasi dan perumusan masalah dari penelitian. Selain itu bab ini juga memuat batasan dan asumsi dari penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan dari penelitian.

### I.1 Latar Belakang Masalah

Makanan merupakan salah satu dari kebutuhan utama manusia untuk keberlangsungan hidupnya. Terdapat berbagai cara yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan akan makanan, salah satunya adalah membeli makanan cepat saji. Menurut The Nielsen Company (2009) menyatakan bahwa 44% masyarakat Indonesia memilih untuk membeli makanan daripada membuat makanan di rumah. Alasan utama masyarakat membeli makanan di restoran adalah bukan sebagai pilihan utama untuk memenuhi kebutuhan akan makanan melainkan untuk kegiatan sosial (<https://bisnis.tempo.co/read/168231/orang-indonesia-suka-jajan-di-luar>). Hal tersebut memicu pertumbuhan usaha rumah makan atau restoran khususnya di Bandung. Pada data statistik yang dikeluarkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung mengenai jumlah restoran menunjukkan adanya pertumbuhan di sektor restoran.

Tabel I.1 Jumlah Restoran di Kota Bandung Tahun 2009-2016

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Pertumbuhan</b>
2009	309	(Data tidak tersedia dari tahun sebelumnya)
2010	422	27%
2011	428	1%
2012	524	18%
2013	629	17%
2014	653	4%
2015	759	14%
2016	795	5%

Sumber: Diolah dari BPS (2015), BPS (2016), BPS (2017), dan Rahmawati (2015)

Berdasarkan Tabel I.1 usaha restoran atau rumah makan di Kota Bandung mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun sehingga peluang usaha di bidang ini memiliki potensial bagi para calon pengusaha. Peningkatan jumlah restoran dari tahun ke tahun mengakibatkan persaingan antar pengusaha di bidang ini semakin meningkat. Agar para pengusaha mampu menjalankan usahanya dengan terarah dibutuhkan *business plan* atau rencana bisnis. *Business plan* atau rencana bisnis merupakan *roadmap* (peta usaha) yang akan menuntun pengusaha agar dalam menjalankan kegiatan usaha tidak mudah tersesat. Organisasi yang tersesat hanya akan membuang-buang biaya dan mendatangkan kerugian. Dengan adanya peta usaha, seorang pengusaha dapat mencapai tujuan dengan lebih cepat dan hemat (Muchtar A.F., 2014).

## **I.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

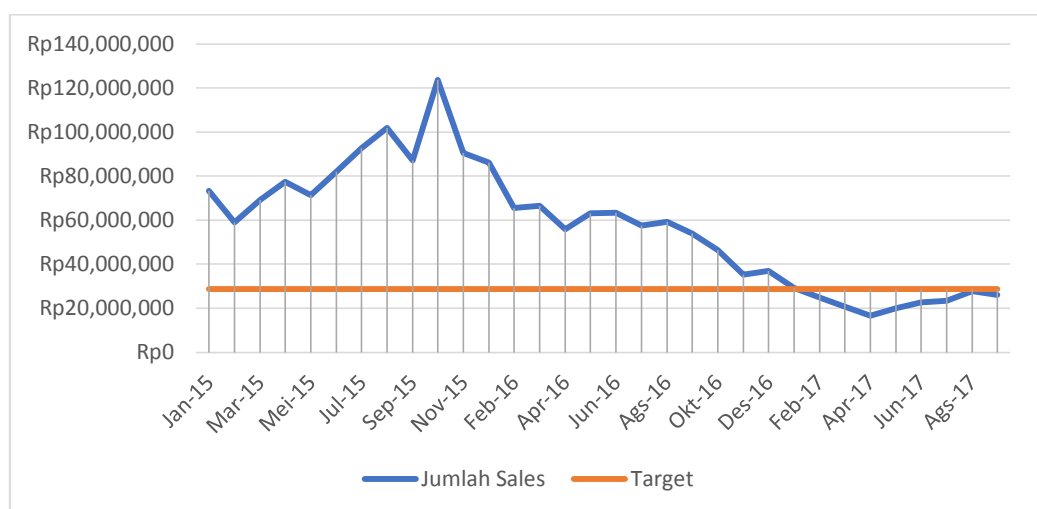
Kedai Nyereung merupakan salah satu restoran yang bersaing di Kota Bandung. Kedai Nyereung mulai berjalan sejak tahun 2013 hingga sekarang. Kedai ini terletak di Jalan Ciumbuleuit no. 151 Bandung. Nama “Nyereung” berasal dari kata sunda yang memiliki arti menyengat. Sesuai dengan namanya makanan yang disajikan oleh kedai ini memiliki rasa pedas yang menyengat. Namun tidak semua menu yang disajikan memiliki rasa yang pedas. Saat ini Kedai Nyereung memiliki 5 pegawai yang bekerja. Terdapat 2 orang tukang masak atau koki restoran, 1 orang yang bekerja di bagian minuman atau *bartender* merangkap menjadi manajer keuangan, 1 orang manajer operasional, serta 1 orang yang bekerja *part time*. Untuk bagian pelayanan (*waiter*) dan pembayaran (*cashier*) dilakukan oleh manajer operasional dan pekerja *part time*. Kedai Nyereung memiliki jadwal beroperasi dari hari Senin hingga hari Sabtu dengan jam operasional dimulai dari pukul 10.00 pagi hingga pukul 22.00 malam. Jumlah meja yang dapat digunakan untuk pelanggan adalah 7 meja.

Langkah awal dalam melakukan identifikasi masalah adalah melakukan wawancara dengan manajer operasional dari Kedai Nyereung saat ini yaitu Bapak Yudha. Menurut Bapak Yudha masalah yang dihadapi oleh Kedai Nyereung saat ini adalah rendahnya jumlah penjualan restoran. Rendahnya jumlah penjualan merupakan penyebab utama Kedai Nyereung melakukan perpindahan lokasi. Kedai Nyereung melakukan perpindahan lokasi semenjak

pertengahan bulan desember 2017 dan sudah mulai beroperasi pada lokasi baru sejak awal januari 2018.

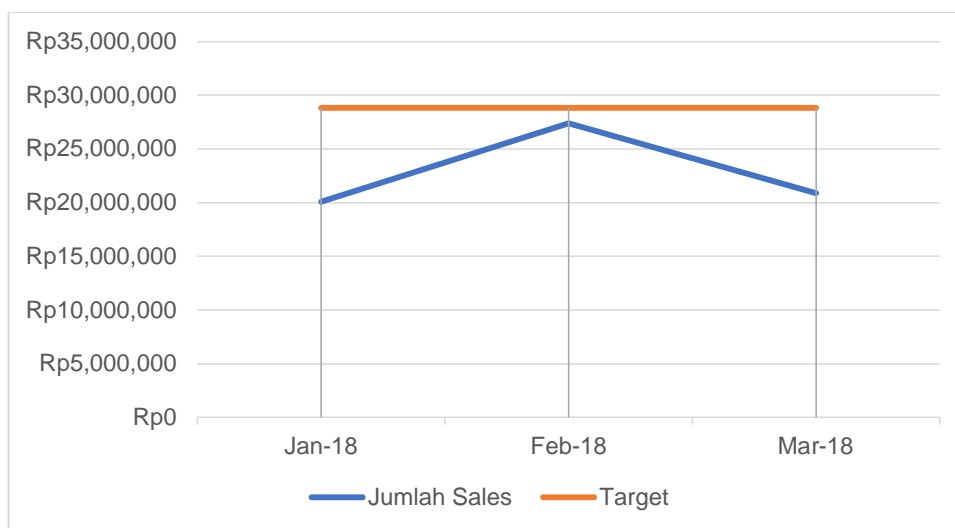
Kedai Nyereung memiliki lokasi awal dari sejak berdiri tahun 2013 yaitu di jalan Haji Hasan No. 10 Bandung. Lokasi baru Kedai Nyereung berada di jalan Ciumbuleuit No. 151 Bandung. Menurut Bapak Yudha rendahnya jumlah penjualan di lokasi awal dikarenakan lokasi awal tidak mudah dijangkau oleh target pasar mereka yaitu mahasiswa, yang mengakibatkan jumlah penjualan yang buruk. Selain jumlah penjualan yang rendah, perpindahan lokasi yang dilakukan oleh Kedai Nyereung dikarenakan oleh pemilik menemukan peluang baru berupa lokasi yang mudah dijangkau oleh target pasar sehingga perpindahan lokasi tersebut tidak melalui perencanaan yang matang.

Penurunan jumlah penjualan dapat dilihat pada Gambar I.1. Data yang digunakan pada gambar tersebut memiliki rentang dari Januari 2015 hingga September 2017 (terdapat pengecualian pada bulan Januari 2016 serta bulan Oktober hingga Desember 2017 karena tidak lengkapnya data penjualan). Pada Gambar I.1 dapat dilihat bahwa tahun 2015 penjualan Kedai Nyereung bergerak secara fluktuatif namun cenderung meningkat. Hal tersebut dikarenakan pada tahun 2015 belum terdapat kompetitor-kompetitor baru yang terletak di daerah sekitar lokasi awal Kedai Nyereung yaitu jalan Haji Hasan No. 10 Bandung. Mulai menurun sejak bulan November 2015 ke tahun 2017. Target penjualan Kedai Nyereung adalah sebesar Rp 28.800.000,- per bulan. Sejak bulan februari 2017 penjualan Kedai Nyereung berada di bawah target penjualan.



Gambar I.1 Grafik Jumlah Penjualan Kedai Nyereung

Semenjak melakukan perpindahan lokasi, jumlah penjualan Kedai Nyereung tidak memiliki peningkatan. Jumlah penjualan Kedai Nyereung selama 3 bulan di lokasi baru dapat dilihat pada Gambar I.2. Berdasarkan Gambar I.2 penjualan Kedai Nyereung masih terletak di bawah target penjualan. Walaupun Kedai Nyereung telah melakukan perpindahan lokasi mendekati target pasarnya namun jumlah penjualan tetap berada di bawah target. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat masalah selain lokasi yang menghambat pertumbuhan penjualan Kedai Nyereung.



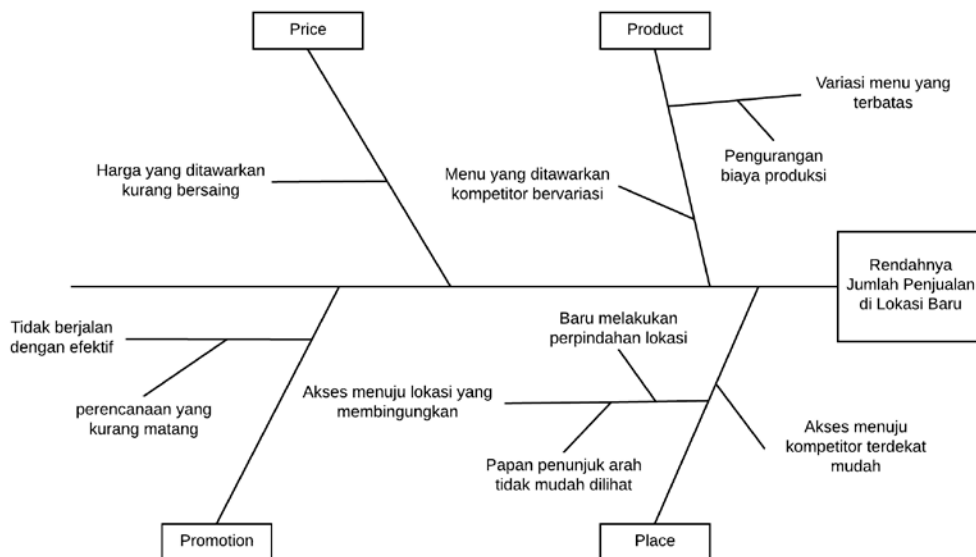
Gambar I.2 Grafik Jumlah Penjualan Kedai Nyereung Pada Lokasi Baru

Salah satu masalah yang timbul dikarenakan perpindahan lokasi adalah masalah eksternal berupa kompetitor. Kondisi persaingan di Jalan Ciumbuleuit cukup sulit karena banyaknya kompetitor yang melakukan usaha tempat makan atau restoran. Selain itu mereka telah terlebih dahulu beroperasi di jalan Ciumbuleuit. Dikarenakan telah lama beroperasi, kompetitor Kedai Nyereung sudah memiliki pelanggan tetap.

Berdekatan dengan Kedai Nyereung, terdapat restoran Mie Jakarta dan Warung Bamboe. Saat ini Kedai Nyereung menawarkan menu *ricebowl* sebagai sajian utama dan beberapa jenis minuman standar. Harga yang ditawarkan memiliki rentang dari Rp 10.000 hingga Rp 30.000. Sebagai perbandingan Mie Jakarta menawarkan menu mie ayam dan minuman dengan rentang Rp 17.000 hingga Rp 30.000. Sedangkan Waroeng Bambu dengan konsep pujasera yang berisi beberapa jenis penjual makanan menawarkan variasi yang lebih banyak

dengan rentang harga Rp 10.000 hingga Rp 35.000. Kedua kompetitor tersebut memiliki kelebihan yang cukup signifikan yaitu akses menuju lokasi lebih mudah karena berada di pinggir jalan Ciumbuleuit. Sedangkan Kedai Nyereung memiliki kekurangan yaitu akses menuju Kedai Nyereung yang kurang jelas karena Kedai Nyereung berada pada ruko lantai 2 di atas *minimarket* Circle K serta penunjuk arah juga tidak mudah dilihat.

Bapak Yudha menegaskan kembali bahwa perpindahan lokasi dilakukan secara mendadak tanpa ada perencanaan sehingga proses manajemen dan pemasaran di lokasi baru dilakukan seadanya. Menurut beliau proses manajemen dan pemasaran Kedai Nyereung dilakukan seperti saat berada di lokasi awal sehingga tidak ada perubahan. Hal tersebut menyiratkan bahwa Kedai Nyereung melakukan usahanya tanpa melakukan perencanaan yang matang. Masalah-masalah yang timbul seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya dimodelkan menggunakan diagram sebab akibat yaitu diagram *fishbone*. Diagram *fishbone* fenomena masalah dapat dilihat pada Gambar I.3.



Gambar I.3 Diagram *Fishbone* Fenomena Masalah

Dengan menggunakan pendekatan manajemen pemasaran sebagai *framework* diagram *fishbone* terdapat empat faktor utama yang digunakan sebagai acuan dalam mencari akar permasalahan. Empat faktor utama tersebut adalah *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Dalam paragraf berikutnya akan

dijelaskan mengenai penyebab dari rendahnya jumlah penjualan di lokasi baru berdasarkan empat faktor utama.

Pada faktor *product* terdapat dua penyebab rendahnya jumlah penjualan di lokasi baru. Yang pertama adalah variasi menu yang terbatas. Menu yang disajikan Kedai Nyereung terbatas pada sajian menu utama *ricebowl*, makanan ringan, dan minuman standar seperti teh, kopi, dan *milkshake*. Hal ini dilakukan oleh Kedai Nyereung untuk menekan biaya produksi makanan. Dengan berkurangnya menu yang disajikan maka jenis bahan baku yang dibutuhkan akan berkurang pula sehingga mengurangi biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku. Penyebab kedua adalah menu yang ditawarkan kompetitor bervariasi. Hal ini dikarenakan oleh kompetitor terdekat dari Kedai Nyereung menawarkan variasi menu yang lebih beragam. Hal ini membuat konsumen memiliki pilihan menu yang ingin dibeli oleh mereka.

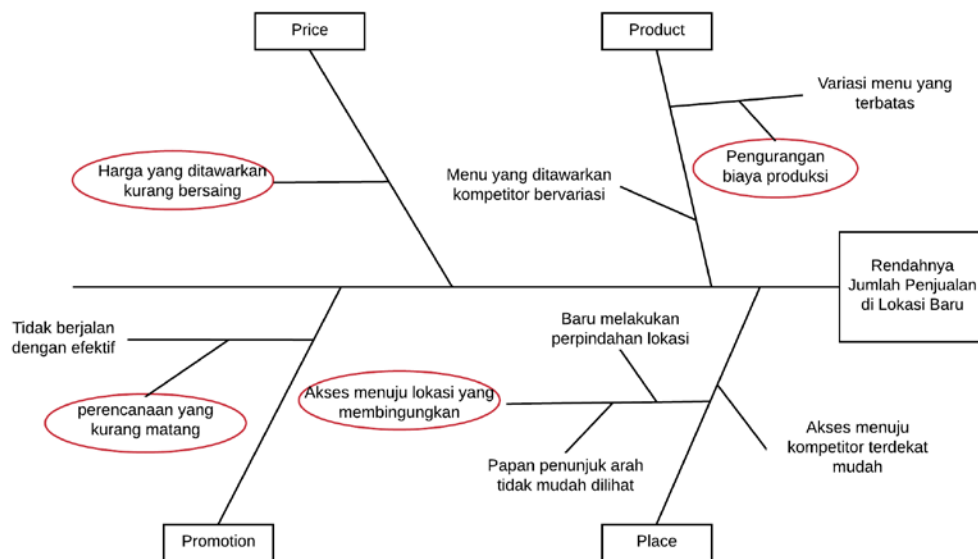
Dalam faktor *price*, penyebab yang membuat rendahnya jumlah penjualan di lokasi baru adalah Kedai Nyereung memiliki harga produk yang kurang bersaing. Berdasarkan paragraf sebelumnya Kedai Nyereung dan beberapa kompetitor terdekat memiliki rentang harga produk yang hampir sama. Namun yang mengakibatkan rendahnya jumlah penjualan adalah harga produk per menu. Harga produk Kedai Nyereung untuk menu utama yaitu menu *ricebowl* adalah Rp 25.000. Sedangkan kompetitor terdekat, salah satunya adalah Mie Jakarta, memiliki harga Rp 17.000 untuk menu mie ayam. Hal ini membuat konsumen yang sedang ingin berhemat akan lebih memilih menu dengan harga yang lebih murah.

Penyebab rendahnya jumlah penjualan pada faktor *promotion* adalah pemasaran yang dilakukan oleh Kedai Nyereung tidak berjalan dengan efektif. Pemasaran dilakukan dengan tidak ada perubahan seperti saat Kedai Nyereung berada di lokasi awal. Pemasaran yang dilakukan Kedai Nyereung tidak terarah karena Kedai Nyereung memiliki perencanaan yang kurang matang.

Dalam faktor terakhir yaitu *place* terdapat dua penyebab dari rendahnya jumlah penjualan di lokasi baru. Penyebab pertama yaitu akses menuju lokasi baru Kedai Nyereung yang membingungkan. Hal ini dikarenakan Kedai Nyereung baru melakukan perpindahan lokasi yang terletak pada lantai 2 ruko di atas Circle K. Untuk menuju lokasi Kedai Nyereung, konsumen masuk melalui lorong kecil di samping kanan minimarket Circle K kemudian menuju lantai atas



melalui tangga. Penunjuk arah menuju lorong kecil tersebut tidak mudah dilihat karena hanya berupa penunjuk kecil yang terletak pada tiang listrik. Hal ini juga menyebabkan akses menuju Kedai Nyereung membingungkan. Penyebab kedua pada faktor *place* adalah akses menuju kompetitor terdekat yang mudah karena kompetitor terdekat terletak di pinggir jalan sehingga konsumen mudah mencapai lokasi tersebut.



Gambar I.4 Diagram *Fishbone* Fenomena Masalah beserta akar permasalahan

Berdasarkan hasil analisis diagram *fishbone* tersebut dapat disimpulkan bahwa akar permasalahan yang dialami oleh Kedai Nyereung dari tiap faktor yaitu perencanaan pemasaran yang kurang matang, harga yang ditawarkan Kedai Nyereung kurang bersaing dengan kompetitor, pengurangan biaya produksi yang menyebabkan menu kurang bervariasi, serta akses menuju lokasi yang membingungkan. Hal-hal tersebut merupakan dampak dari tindakan pemilik Kedai Nyereung dalam memindahkan lokasi tempat makan tanpa perencanaan yang matang, yang mana sudah sempat disebutkan pada paragraf pertama di halaman I-5. Berdasarkan hal-hal yang sudah dijelaskan sebelumnya dapat dikatakan bahwa tidak adanya perencanaan yang terarah terhadap usaha yang dilakukan oleh Kedai Nyereung mengakibatkan timbulnya masalah-masalah yang sudah digambarkan pada Gambar I.4. Maka untuk mengatasi

permasalahan tersebut dibutuhkan rencana bisnis yang tepat sebagai solusi agar usaha yang dilakukan oleh Kedai Nyereung dapat berjalan sesuai harapan.

Rencana bisnis dapat digunakan oleh Kedai Nyereung sebagai peta usaha dalam menjalankan bisnis untuk tahun-tahun mendatang. Sebagai peta usaha, rencana bisnis akan menjadi acuan atau penuntun bagi Kedai Nyereung dalam mencapai tujuan yaitu mencapai target penjualan dengan lebih cepat dan hemat. Perencanaan bisnis yang tepat dibuat untuk Kedai Nyereung memiliki rentang waktu 3 tahun ke depan. Hal tersebut dikarenakan bidang kuliner merupakan bidang usaha yang memiliki perubahan yang cepat dibandingkan dengan bidang-bidang usaha lainnya. Berdasarkan dari penelitian awal yang telah dilakukan sebelumnya dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana usulan rancangan *Business Plan* rumah makan Kedai Nyereung selama 3 tahun ke depan?
2. Rekomendasi apa yang dapat dilakukan yang sesuai dengan *Business Plan* yang diusulkan?

### **I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian**

Dalam melakukan penelitian, terdapat beberapa batasan yang digunakan. Berikut adalah batasan-batasan yang digunakan:

1. Cakupan penelitian hanya dilakukan pada daerah Ciumbuleuit khususnya sekitar kampus UNPAR.
2. *Business Plan* dirancang untuk rentang 3 tahun ke depan.
3. Penelitian ini dilakukan hanya pada tahap perencanaan.
4. *Café* tidak termasuk ke dalam kompetitor karena lebih ke tempat membeli minuman saja (kopi).

Selain batasan-batasan terdapat asumsi yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut adalah asumsi yang digunakan dalam penelitian.

1. Komponen biaya yang terdapat dalam penelitian berdasarkan harga barang-barang di Kota Bandung pada tahun 2018.

### **I.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Memberikan rancangan *Business Plan* untuk rumah makan Kedai Nyereung selama 3 tahun ke depan.

2. Memberikan rekomendasi yang dapat dilakukan oleh Kedai Nyereung yang sesuai dengan usulan rancangan *Business Plan*.

### **I.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut.

1. **Bagi Pengembangan Keilmuan**  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar atau referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas mengenai perencanaan bisnis.
2. **Bagi Pihak Manajemen Restoran**  
Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan rumah makan Kedai Nyereung perencanaan bisnis untuk 3 tahun ke depan sebagai acuan alternatif dalam menjalankan dan mengembangkan bisnisnya.
3. **Bagi Pembaca**  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan bagi pembaca dalam membuat rencana bisnis (*Business Plan*) untuk usaha bidang kuliner dengan model rumah makan atau restoran.

### **I.6 Metodologi Penelitian**

Dalam melakukan penelitian terdapat beberapa langkah-langkah dalam proses pengerjaannya. Berikut adalah penjelasan dari langkah-langkah metode penelitian yang terdapat pada Gambar I.5.

1. **Pemilihan Topik Penelitian**  
Langkah pertama dalam penelitian ini adalah memilih topik yang akan diteliti. Topik yang menjadi bahan untuk diteliti adalah *Business Plan*.
2. **Penelitian Awal**  
Pada penelitian awal ditentukan objek penelitian. Kemudian melakukan pengamatan terhadap objek penelitian yaitu rumah makan, serta melakukan wawancara singkat dengan manajer dari rumah makan tersebut.
3. **Identifikasi dan Perumusan Masalah**  
Identifikasi masalah bertujuan untuk mengetahui masalah yang terjadi pada objek penelitian, yaitu rumah makan. Dalam melakukan identifikasi

masalah, dilakukan wawancara terhadap manajer operasional dari rumah makan tersebut.

4. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan studi jurnal atau penelitian yang sesuai dengan topik yang menjadi bahan penelitian. Hal ini dilakukan untuk mengetahui langkah-langkah pengerjaan dalam penelitian dan dasar teori dalam melakukan penelitian yang sejenis.

5. Pengumpulan Data

Pada proses ini data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner untuk mendapatkan gambaran mengenai pasar dari rumah makan yang menjadi objek penelitian. Kuesioner disebar dalam wilayah cakupan penelitian yaitu di daerah Ciumbuleuit khususnya sekitar kampus UNPAR. Kuesioner ditujukan kepada target pasar yaitu mahasiswa UNPAR. Hasil dari kuesioner akan menjadi acuan dalam langkah penelitian selanjutnya.

6. Uraian Usaha Saat ini

Uraian usaha saat ini berisikan kondisi restoran Kedai Nyereung saat ini kemudian dibuat *Business Model Canvas* (BMC) dari uraian tersebut.

7. Analisis Lingkup Eksternal

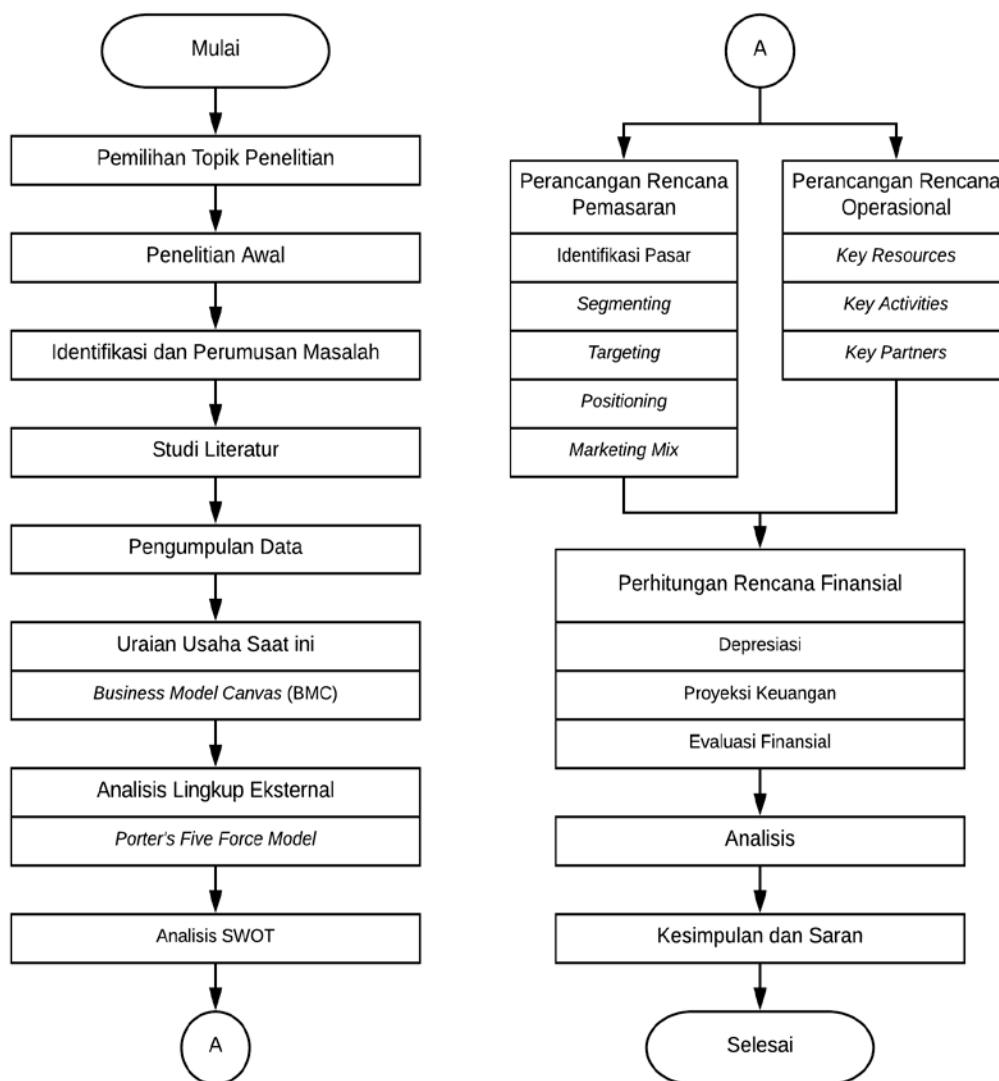
Analisis lingkup bisnis secara eksternal terhadap kompetitor dilakukan menggunakan *Porter's Five Force Model*.

8. Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal bisnis dalam menciptakan peluang usaha. Faktor internal ditinjau dari keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh bisnis tersebut. Faktor eksternal didapatkan dari hasil analisis lingkup eksternal terhadap kompetitor.

9. Perancangan Rencana Pemasaran

Perancangan rencana pemasaran dilakukan dengan melakukan identifikasi pasar terlebih dahulu. Kemudian dilanjutkan dengan melakukan *segmenting, targeting, dan positioning* (STP). Hasil dari STP akan menjadi acuan dalam membuat bauran pemasaran atau *Marketing Mix*.



Gambar I.5 Diagram Metodologi Penelitian

10. Perancangan Rencana Operasional  
Tahap ini berisikan rencana operasional yang memuat *key resources*, *key activities*, dan *key partners* dalam menjalankan bisnis.
11. Perhitungan Rencana Finansial  
Tahap ini berisikan perhitungan mengenai biaya yang harus dikeluarkan untuk menjalankan bisnis. Perhitungan biaya tersebut dipengaruhi oleh perancangan aspek-aspek yang sudah dilakukan sebelumnya. Selain hal tersebut, dilakukan evaluasi finansial dari hasil perhitungan yang sudah dilakukan sebelumnya.

12. Analisis

Analisis berisikan penjelasan mengenai pertimbangan pada beberapa aspek yang terdapat pada perencanaan bisnis.

13. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan menjelaskan mengenai hasil akhir dari penelitian yang dilakukan serta jawaban dari rumusan masalah penelitian yang sudah dituliskan sebelumnya. Kemudian saran yang dituliskan bertujuan untuk membantu penelitian lebih lanjut mengenai topik yang diteliti.

### I.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian ini terbagi menjadi lima bab. Berikut adalah penjelasan mengenai masing-masing bab tersebut:

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab satu berisi latar belakang masalah serta identifikasi dan perumusan masalah dari penelitian. Selain itu bab ini juga memuat batasan dan asumsi dari penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan dari penelitian.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua berisi landasan teori yang digunakan dalam penelitian yang digunakan sebagai dasar dan pedoman dalam menyelesaikan masalah dari penelitian. Landasan teori didapatkan dari referensi-referensi penelitian yang sejenis maupun buku yang bersangkutan dengan masalah yang akan diselesaikan.

#### BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab tiga berisikan data-data yang telah dikumpulkan melalui wawancara serta kuesioner yang kemudian dilakukan pengolahan data sesuai dengan tinjauan pustaka yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Hasil dari pengolahan data adalah rencana bisnis yang telah ditinjau sesuai dengan komponen rencana bisnis yang digunakan yaitu uraian usaha saat ini beserta *business model canvas*, analisis lingkup eksternal, analisis SWOT, rencana pemasaran, rencana operasional, serta rencana finansial.

#### BAB IV ANALISIS

Bab empat berisi analisis yang menjelaskan mengenai pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan pada beberapa aspek perencanaan bisnis.

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima berisi hasil akhir dari penelitian yang dilakukan serta jawaban dari rumusan masalah penelitian yang sudah dituliskan sebelumnya. Kemudian bab ini juga memuat saran yang bertujuan untuk membantu penelitian lebih lanjut mengenai topik yang diteliti.