



## BAB I

### PENDAHULUAN

Jakarta seperti yang kita ketahui adalah kota metropolitan dan ibukota terbesar di Indonesia.

Tidak hanya kota yang besar namun beragam makanan dan minuman, mulai dari tradisional sampai dengan menjamurnya modern di Jakarta, semakin masyarakat tertarik untuk mencoba. Bisnis kuliner di era sekarang semakin banyak, tumbuh, berkembang dan unik. Keunikan itu sendiri, timbul rasa penasaran dan ketertarikan di benak konsumen. Bisnis pada umumnya, tidak selalu bisnis besar yang menyangkut pembangunan sebuah perusahaan baru, namun bisnis juga bisa menyangkut bisnis kecil yang menyediakan penjualan produk ataupun jasa. Di era globalisasi dengan teknologi yang canggih, masyarakat sekarang dapat mengakses segala informasi dengan mudah dalam *smartphone* mereka, bergabung dalam aplikasi *social media*. Dalam sekejap, informasi tersebar luas dengan cepat dari orang sekitarnya. Konsep yang diinginkan masyarakat di era sekarang adalah sebuah tempat yang nyaman dan menarik yang menyajikan makanan dan minuman dengan kualitas yang baik dan pelayanan yang prima.

Bisnis pada umumnya adalah merupakan suatu organisasi atau usaha yang menjual barang ataupun jasa kepada konsumen, untuk memperoleh hasil keuntungan dari penjualan dan meningkatkan kemakmuran bagi pemiliknya. Bisnis kuliner adalah bisnis yang paling banyak diminati saat ini, terutama di Jakarta.



Dalam ibarat untuk memperoleh bangunan rumah yang kuat, diperlukan pondasi yang kuat, begitu juga dengan membangun dan mengembangkan merek untuk menciptakan suatu keunggulan.

Merek harus menjadi utama yang muncul di benak konsumen setelah itu diikuti konsep yang tepat.

Langkah-langkah untuk membangun citra merek menurut Rangkuti (2008:5) sebagai berikut :

1. Memiliki *positioning* yang tepat

Tahap pertama, merek harus dapat menempati atau memposisikan diri secara tepat untuk selalu menjadi yang nomor satu dan utama di benak konsumen. Hal tersebut bukan hanya didukung oleh kualitas produk melainkan kualitas pelayanan untuk memenuhi kepuasan konsumen.

2. Memiliki *brand value* yang tepat

Tahap kedua, produsen harus membuat *brand value* yang tepat untuk membentuk *brand personality* yang baik terhadap merek yang membuat semakin bernilai dan kompetitif di benak konsumen. *Brand personality* lebih cepat berubah dibandingkan *brand positioning* karena *brand personality* mengikuti permintaan atau kehendak konsumen setiap saat.

3. Memiliki konsep yang tepat

Tahap akhir, untuk mengkomunikasikan *brand value* dan *positioning* yang tepat kepada konsumen harus didukung oleh konsep yang tepat sesuai sasaran baik terhadap produk, segmentasi pasar, cara memasarkan, target pasar, kualitas pelayanan dan sebagainya. Hal ini membuat perusahaan untuk membangun *brand image* yang baik di benak konsumen.

Menurut pengalaman penulis sendiri dari keluarga dan selama penulis mengikuti *bazaar* menjual *offertjes* dan makanan lainnya, konsumen menyukainya dan sudah familiar salah satu

1. Dilarang menyalin atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



makanan khas Belanda ini, dan penulis percaya makanan ini bisa dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat, khususnya Jakarta di daerah Kelapa Gading.

Penulis ingin membuat tempat baru di Kelapa Gading, Jakarta Utara bahwa makanan Eropa sudah sering kita temui dan dicicipi. Menurut pengamatan penulis, makanan Belanda paling sering ditemui di daerah Jakarta Selatan, Jakarta Timur dan daerah Puncak. Keinginan penulis adalah tidak hanya di daerah Kemang ataupun Puncak saja perkembangannya, namun di daerah Jakarta Utara, seperti Kelapa Gading, sehingga masyarakat tidak perlu jauh-jauh untuk bisa merasakan dan mencicipinya makanan yang penulis akan hidangkan.

Penulis membuka bisnis di daerah Kelapa Gading karena terkenal dengan beraneka ragam kuliner, masyarakat daerah ini sangat menyukai makanan unik dan enak. Membangun bisnis ini, pasti akan ada pesaing-pesaing lain, penulis akan berusaha memberikan yang terbaik dan memberikan menu *speciality* Melissious Cafe dan menghidangkan dua menu makanan dalam satu tempat, yang membedakan cafe Melissious dari cafe yang lain. Hobi memasak adalah faktor penarik dan penyemangat penulis untuk melaksanakan dan membangun rencana bisnis baru ini dengan ide penulis sendiri. Dan yang terakhir, kemauan penulis ingin berwirausaha. Penulis ingin melanjutkan usaha keluarga yang pernah dijalankan di tahun 2000 namun terhentikan dan sekarang penulis ingin membangun usaha generasi pertama membuat usaha cafe dan dengan harapan bisa membantu perekonomian keluarga.

1. Dilarang menyalin atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa pencaharian dan menyalin sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**A. Nama dan Alamat Usaha**

Nama Usaha : Melissious Cafe  
 Slogan Usaha : *Delicious Everyday!*  
 Alamat Usaha : Jalan Boulevard Raya Blok WB2 No. 5, Kelapa Gading.  
 Jenis Usaha : *Food and Beverages*  
 Instagram : @melissiouscafe  
 Facebook : Melissious Cafe  
 Email : [melissiouscafe@yahoo.com](mailto:melissiouscafe@yahoo.com)  
 Perencanaan Mulai Berdiri : 2017

**B. Nama dan Alamat Pemilik Usaha**

Nama Pemilik : Melissa Myrna Jennifer Masiruw  
 Tempat / Tanggal lahir : Jakarta, 17 Juni 1992  
 Alamat : Jalan Satria Raya No. 6  
 Email : [melissamyrnajennifer@yahoo.com](mailto:melissamyrnajennifer@yahoo.com)

**C. Tujuan dan Bidang Usaha**

Tujuan prioritas Melissious Cafe yaitu mengutamakan kepuasan pelanggan, oleh sebab itu kita rasa dan pelayanan karyawan pada para konsumen diutamakan setelah itu diikuti konsep tempat sampai tampilan hidangan

Pembukaan akan direncanakan pada awal tahun 2017. Melissious Cafe adalah bisnis kuliner yaitu cafe dengan ciri khas konsep desain urban yang lebih mengutamakan hidangan *speciality* yaitu makanan Eropa yaitu *Poffertjes* dengan pilihan es krim dan bisa menambah

Hak cipta milik IBI BKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



topping sauce olahan sendiri (*Chocolate / White Chocolate*), *Pannekoek* dengan isi (*Strawberry / Apple Cinnamon*) dan Pasta. Sedangkan minuman *speciality Ice pinkco* dan *Creamy coffee*

jelly

Ada beberapa informasi penting mengenai inti dalam membangun *Melissious Cafe*, sebagai berikut :

### 1. Pengertian Ide Nama Usaha

Arti dari nama *Melissious Cafe* ini sendiri yaitu berasal dari nama penulis sendiri “*Melissious*”. “*Meliss*” diartikan nama penulis sendiri serta “*lissious*” diartikan sebagai *delicious*. Dengan demikian, nama cafe ini diciptakan dengan memiliki ciri khas tersendiri dan dengan harapan, hidangan yang berikan bisa memuaskan konsumen dan membuat konsumen kembali melakukan *repurchase*. Makanan dan minuman yang dibuat, *fresh* sesuai *order*, maka itu *Melissious Cafe* yang dibangun berdasarkan dari hobi serta cita rasa yang memuaskan dan inspirasi maupun pengetahuan tersalur dari ibu kandung dan kemauan penulis ingin ikut membantu mencari penghasilan.

### 2. Konsep, Hidangan dan Penetapan Harga

*Melissious Cafe* menghadirkan dengan konsep desain urban *european style* dan juga cita rasa makanan Eropa (Belanda dan Itali) dengan menggunakan bahan baku yang segar dan berkualitas. Harga yang ditawarkan terjangkau.

Hak cipta Ditindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### 3. Target Pasar

Dalam segi target pasar ditujukan untuk segala usia dan untuk mereka yang kelas ekonomi menengah dan atas. Anak-anak muda jaman sekarang gemar tempat nongkrong yang bagus, harga terjangkau dan juga fasilitas koneksi wifi yang memadai.

#### Pelayanan

Dalam segi pelayanan, kualitas layanan juga harus didukung dengan kualitas tenaga kerja yaitu karyawan dan juga sarana dan prasarana untuk memudahkan karyawan untuk bekerja. Karyawan baru harus dilatih sebelumnya dengan tata krama yang baik, kerja yang cepat agar pelayanan tidak terhambat. Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dalam menjalankan suatu bisnis yang baik, tanpa kualitas pelayanan atau *service* yang memadai, konsumen akan merasa tidak puas, kecewa dan kurang berkesan sehingga konsumen tidak akan kembali lagi. Dengan berusaha mencegah itu terjadi, maka harus berikan kesan yang baik karena cita rasa diutamakan, itu membuat konsumen tertarik dan ingat ingin kembali ke Melissious Cafe.

#### Kebutuhan Dana

Dana modal awal Melissious Cafe adalah Rp 420.000.000,-. Dana ini pinjaman orangtua, penghasilan dari jualan mengikuti setiap kali *event bazaar* yang diadakan serta sebagian dari tabungannya. Dana tersebut di gunakan untuk sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 1.1**

**Daftar Kebutuhan Dana Melissious Cafe**

<b>Kebutuhan Dana</b>	<b>Harga</b>
Kas usaha	56.184.700
Biaya sewa ruko	180.000.000
Biaya izin usaha	5.000.000
Biaya dekorasi	100.000.000
Biaya peralatan	54.926.000
Total biaya perlengkapan	10.506.300
Total biaya bahan baku	8.383.000
Biaya pembukaan cafe	5.000.000
<b>Total</b>	<b>420.000.000</b>

Sumber : Melissious Cafe

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.