



## BAB 1

### PENDAHULUAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Nama dan Alamat Perusahaan

Bisnis rumah makan adalah bisnis yang tidak akan pernah mati, bisnis ini memang semakin tumbuh subur seiring dengan perkembangan jumlah penduduk dan gaya hidup yang terus berkembang. Seorang pengusaha dapat memperkenalkan identitas dari usahannya melalui nama perusahaan yang ia miliki.

Merek merupakan kekayaan industri, yaitu termasuk kekayaan intelektual. Merek bisa dilambangkan dengan nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya. Dapat dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari barang dan jasa pesaing.

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2012:268), cara membangun merek yang kuat tidak berbeda dari membangun sebuah rumah untuk memperoleh bangunan rumah yang kokoh, kita memerlukan fondasi yang kuat. *Brand* merepresentasikan persepsi konsumen dan perasaan mengenai suatu produk dan performanya, keseluruhan produk atau jasa dimaksudkan untuk konsumen. Pada akhir analisis, *brands* berada pada benak konsumen yang berarti “*Products are created in the factory, but brands are created in the mind.*”

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.



Begitu juga dengan membangun dan mengembangkan merek, caranya adalah:



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Memiliki *positioning* yang tepat

Merek dapat diposisikan dengan berbagai cara, misalnya dengan menempatkan posisinya secara spesifik dibenak pelanggan. Membangun *positioning* adalah menempatkan semua aspek dari *brand value* (termasuk manfaat fungsional) secara konsisten sehingga selalu menjadi nomor satu dibenak pelanggan .

Menjadi nomor satu di benak pelanggan merupakan tujuan utama dari *positioning*. Menjadi nomor satu dibenak pelanggan bukan berarti selalu menjadi nomor satu untuk semua aspek.

Keberhasilan *positioning* adalah tidak sekedar menemukan kata kunci atau ekspresi dari *core-benefit* suatu merek, tetapi lebih jauh lagi, menjembatani keinginan dan harapan pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan. *Positioning* ini berubah terus setiap saat.

2. Memiliki *brand value* yang tepat

Semakin tepat merek di-*positioning* kan di benak pelanggan, merek tersebut akan semakin kompetitif. Untuk mengelola hal tersebut kita perlu mengetahui *brand value*. Diibaratkan sebuah pakaian, *positioning* adalah kesesuaian ukuran bagi pemakainya. Sedangkan *brand value* adalah keindahan warna serta model pakaian tersebut. *Brand value* membentuk *brand personality*. *Brand personality* lebih cepat berubah dibandingkan

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.



brand positioning, karena *brand personality* mencerminkan gejala perubahan selera konsumen.

Memiliki konsep yang tepat

Tahap akhir untuk mengkomunikasikan *brand value* dan *positioning* yang tepat kepada konsumen harus didukung oleh konsep yang tepat. Pengembangan konsep merupakan proses kreatif, karena berbeda dari positioning, konsep dapat terus-menerus berubah sesuai dengan daur hidup produk yang bersangkutan. Konsep yang baik adalah dapat mengomunikasikan semua elemen-elemen *brand value* dan *positioning* yang tepat, sehingga *brand image* dapat terus-menerus ditingkatkan.

Penulis memilih bisnis rumah makan dengan nama Waroeng Cak Cakwe merupakan nama yang dibuat berdasarkan hasil pemikiran sendiri untuk menghasilkan nama yang khas dan mudah diingat oleh orang-orang. Waroeng Cak Cakwe dipilih sebagai nama atau *brand* yang akan dipakai oleh penulis untuk membuka bisnis rumah makan ini karena “cak” berasal dari bahasa Madura panggilan akrab yang merakyat dan panggilan itu mencerminkan kalau kita saling menghargai dan “Cakwe” sendiri berasal dari Negeri Tirai Bambu, Cina. Sementara cakwe ini mempunyai cerita di jaman Dinasti Song orang yang membenci Chin Kwe membuat model manusia dari tepung terigu yang mencerminkan Chin Kwe dan istrinya, disatukan jadi satu, lalu digoreng dan dimakan. Dahulu makanan ini dinamakan Yu –Zha (goreng dengan minyak) Qin Kuai, lalu diringkas menjadi Yu Zha Kuai (Hokkian Yu Cah Kwe), menjadi lebih singkat lagi Cah Kwe atau Cakwe. Ini dilakukan sebagai simbolisasi kebencian rakyat atas Chin Kwe, dan istrinya adalah penghianat negara. Disitulah nama Waroeng Cak Cakwe berasal.

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

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Secara singkat dapat menggambarkan bahwa rumah makan yang dirintis

oleh penulis tersebut adalah rumah makan dengan menyediakan atau menghadirkan menu utama andalannya adalah Cakwe. Penulis juga ingin mencoba untuk memperkenalkan makanan khas Cina yang menyajikan hidangan yang berbeda, baik dari cita rasa makanannya maupun pelayanannya kepada konsumen.

Berdasarkan analisis di atas, maka penulis menetapkan data-data

perusahaannya adalah sebagai berikut:

Nama Perusahaan	: Waroeng Cak Cakwe
Bidang Usaha	: Rumah makan dengan menu utama cakwe
Jenis Produk	: Makanan dan minuman
Bentuk Badan Hukum	: Perorangan
Alamat Toko	: Jl. Sri Jaya Abadi Blok B No.1, Batam
Nomor Telepon	: 0778-430210
Alamat Email	: <a href="mailto:cakcakwe@ymail.com">cakcakwe@ymail.com</a>
Bank Perusahaan	: BCA (8520097512) a/n Desy Dharmawati
Mulai Berdiri	: Januari 2016

Rumah makan Waroeng Cak Cakwe direncanakan Januari 2016, di daerah Nagoya, Sri Jaya Abadi, Batam. Waroeng Cak Cakwe adalah rumah makan yang menyediakan makanan dan menu yang berasal dari *Chinese* yang sudah bercitarasa di Indonesia. Di rumah makan ini, konsumen dimanjakan dengan berbagai macam menu makanan yang berasal dari *Chinese* yang sudah berbudaya dengan cita rasa di Indonesia.

Penulis memilih lokasi untuk memulai bisnis rumah makan ini di daerah sekitar Nagoya, kota ini dikunjungi setiap hari oleh banyak wisatawan dari luar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



negeri. Sabtu dan Minggu sangat ramai. Tapi bagi wisatawan Nagoya memiliki daya tarik tersendiri. Nagoya, sebagai jantung bisnis Kota Batam dipilih menjadi Destinasi Pariwisata Unggulan Daerah (DPUD). Nagoya tidak hanya daerah wisata kuliner dan hiburan, wisata belanja pun sangat banyak, salah satunya mal, tempat yang komplit bagi yang suka belanja barang atau untuk oleh-oleh.

Begitu menjejakkan kaki di kota Nagoya ini, akan merasakan suasana metropolitan seperti di Jakarta. Disinilah tempat bisnis usaha yang masih memiliki potensi di dalam pasar yang ada di daerah ini masih cukup besar.

### B. Nama dan Alamat Pemilik Perusahaan

Nama Pemilik	: Desy Dharmawati
Tempat / Tanggal Lahir	: Jakarta / 6 Mei 1993
Alamat	: Krekot Bunder 5A, Jakarta Pusat
Alamat Email	: <a href="mailto:cakcakwe@gmail.com">cakcakwe@gmail.com</a>
Nomor HP	: 085714502808
Pendidikan Terakhir	: Sarjana Ekonomi
Pengalaman Kerja	: Agensi Prudential <i>All Star Cooperation</i>

### C. Bidang Usaha

Rumah makan “Waroeng Cak Cakwe” direncanakan mulai beroperasi pada tanggal 1 Januari 2016 di daerah Nagoya, Ruko Sri Jaya Abadi, Batam. Rumah makan “Waroeng Cak Cakwe” adalah sebuah rumah makan yang menyediakan menu makanan dan minuman yang berasal dari Cina.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



Rumah Makan “Waroeng Cak Cakwe” memiliki desain interior waroeng Cina yang unik, dan memberikan suasana dan keadaan yang nyaman bagi para pengunjungnya dengan hidangan utama dan andalannya.

Rumah makan “Waroeng Cak Cakwe” harus menjaga hubungan yang baik dan kualitas produk-produk yang akan ditawarkan kepada konsumen haruslah berasal dari bahan baku pilihan yang *fresh*.

Selain dari produk makanan yang ditawarkan kepada konsumen, satu hal yang perlu diperhatikan adalah kualitas dari pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Untuk menjaga kualitas dari pelayanan agar selalu tetap baik dan prima, dalam pengoperasiannya para karyawan akan didukung dengan sarana dan prasarana yang memudahkan kinerja karyawan. Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan merupakan hal yang mutlak dalam suatu bisnis yang baik, tanpa kualitas pelayanan atau servis yang memadai, konsumen pastinya akan merasa kecewa dan kurang berkesan sehingga konsumen tidak akan kembali lagi. Kelalaian karyawan harus dihindari agar kinerja perusahaan tetap terjaga, sehingga perlu diadakan *training* bagi karyawan-karyawan baru. Hal ini dilakukan untuk menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan agar mereka tertarik untuk kembali ke tempat ini lagi.

Target pasar penulis ditujukan untuk anak-anak, remaja hingga dewasa yang berkisar antara umur 5 hingga 70 tahun, karena rumah makan ini didukung dengan interior yang menarik dan unik serta harga yang terjangkau, tempat ini tetap dapat dinikmati oleh keluarga baik anak-anak maupun orang tua. Selain suasana santai yang ditawarkan dari rumah makan ini, dan makanannya juga sesuai ditujukan untuk semua kalangan usia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



## D. Kebutuhan Dana

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Modal awal pendirian suatu usaha pasti berbeda-beda, hal ini tergantung pada ukuran bisnis yang akan dibangun dan dijalankan. Pendiri usaha “Waroeng Cak Cakwe” ini membutuhkan modal awal, yaitu sebesar Rp 810.000.000. Modal ini berasal dari 100% modal dari pinjaman orang tua. Dana tersebut digunakan untuk sewa tempat sebesar Rp 300.000.000 selama 5 tahun, biaya dekorasi ruangan sebesar Rp 80.000.000, biaya perizinan usaha sebesar Rp 4.000.000, membeli bahan baku dari *supplier* sebesar Rp 195.028.163, perkiraan untuk kas sebesar Rp 106.573.221, membeli peralatan dapur Rp 43.154.700, membeli peralatan rumah makan Rp 61.672.266, biaya *grand opening* (Umbul-umbul, Brosur dan *Neon box*) Rp 1.360.000.

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.