

SUSHI BIN RESTAURANT A STRATEGIC BUSINESS PLAN

TESIS

OLEH :

JIE CHRISTINA

NIM : 8112400019



	0740/03
	03-02-2003
	MM
	NIM
	Chr
	5-1
	1 (satu)

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER
MARET 2002

**SUSHI BIN RESTAURANT
A STRATEGIC BUSINESS PLAN**

**TESIS
Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala
untuk memenuhi persyaratan
dalam menyelesaikan program Magister
Manajemen**

**OLEH
JIE CHRISTINA
NIM 811.24.00.019**

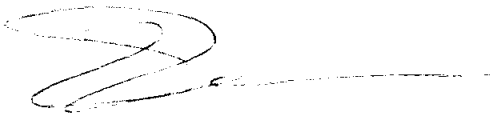
**UNIVERISTAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER
MARET 2002**

PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS

Tesis oleh Jie Christina, NIM 811.24.00.019 ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Surabaya, 23 Maret 2002

Pembimbing I,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'Z' or 'C' shape followed by a horizontal line.

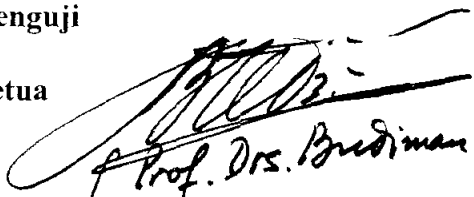
Prof. K.C. Chan, Ph.D.

23-03-2002

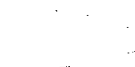
Tesis ini telah diuji dan dinilai
Oleh Panitia Penguji pada
Program Pascasarjana Unika Widya Mandala Surabaya
Pada tanggal 08 April 2002

Panitia Penguji

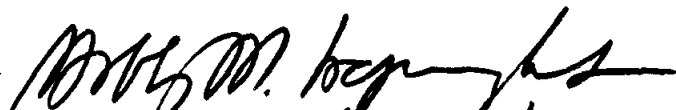
1. Ketua


(Prof. Drs. Brediman Chr., MA., Ph.D.)

2. Sekretaris


SECRETARY

3. Anggota


Bobby D.P. Srepanka

Tesis oleh Jie Christina ini telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 08 April 2002

Dewan Penguji



Prof. Budiman Christiananta, Ph.D, Ketua

Prof. Chan Kah Chee, Ph.D, Sekretaris



Bobby O.P. Soepangkat, Ph.D, Anggota

Mengetahui

Direktur PPS



Prof. E Sadtono (Ph.D)

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur kepada Tuhan atas kebaikan dan anugrah-Nya hingga tesis ini dapat selesai tepat waktu.

Terima kasih kepada Prof. K.C.Chan yang telah dengan sabar dan teliti sudi meluangkan waktu membimbing penulisan tesis ini. Pengalaman dan kemampuan beliau dalam membuka wawasan dan menciptakan ide-ide baru sungguh mengagumkan.

Terima kasih kepada Universitas Katolik Widya Mandala, khususnya pihak manajemen program Pasca Sarjana Magister Manajemen, atas bantuan dan dukungan administratif yang tiada terhingga.

Terima kasih kepada seluruh dosen pengajar program MM yang telah mendidik dan secara tidak langsung turut membantu materi penulisan tesis ini melalui setiap mata kuliah yang ada.

Terima kasih kepada teman-teman angkatan I program MM Widya Mandala, segala *sharing*, diskusi, maupun waktu-waktu berharga di kelas, telah sangat membantu memperluas khasanah dan membentuk karakter.

Terima kasih khusus untuk ayah dan ibu serta kakak yang senantiasa mendukung penulis dalam doa dan nasehat yang tiada henti. Sungguh membanggakan memiliki kalian.

Dan, terima kasih untuk lusy, nyom, monce, suster, dan erwin atas “diskusi warung pangsit-nya”.

RINGKASAN

Tesis ini dibuat dalam bentuk suatu *strategic business plan*. Pemilihan bisnis restoran sedikit banyak dilatarbelakangi oleh hobi penulis dalam mencoba makanan baru serta jiwa wiraswasta yang kuat. Diharapkan tesis ini akan bermanfaat bagi wiraswastawan atau siapa saja yang ingin membantu perekonomian nasional melalui usaha kecil.

Materi yang digunakan sebagai dasar teori adalah segenap pustaka mengenai konsep-konsep pembuatan bisnis plan, pengadaan riset pasar untuk menunjang penyusunan strategi, strategi pemasaran, peta persaingan, jenis-jenis strategi, analisis SWOT, konsep *Total System* dalam perencanaan strategi, ditunjang dasar-dasar analisis keuangan.

Dari proses pembacaan teori, dibuatlah suatu kerangka konseptual untuk tesis ini. Kerangka konseptual didahului dengan pengadaan riset pasar, lalu dilanjutkan dengan pemilihan strategi pemasaran, penentuan kebutuhan sumber daya dan analisa ekonomi untuk menguji kelayakan rencana bisnis ini. Riset pasar juga digunakan untuk menentukan strategi bagi bidang jasa pelayanan.

Kerangka konseptual ini tentu perlu didukung oleh suatu metode penelitian yang memadai. Oleh karena itu, disusun suatu metode untuk melakukan riset pasar di Galaxi Mall, yang bertujuan mengetahui animo pengunjung terhadap sushi. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability convenience sampling*. Sedang instrumen penelitian yang digunakan adalah dengan menyebarkan 400 buah kuesioner jenis *close-ended multiple category*, dengan didukung wawancara langsung. Data yang didapat dianalisis dengan metode *descriptive statistic* tipe *cross sectional*.

Setelah melakukan riset pasar, dilakukan analisis secara deskriptif untuk mengetahui modus (jawaban terbanyak) dan merupakan dasar penyusunan strategi pemasaran, terutama untuk menentukan harga jual, alat promosi yang tepat, jenis pelayanan yang disukai serta tingkat kesukaan calon pelanggan terhadap sushi.

Penyusunan rencana bisnis dilakukan secara sistematis dan didukung analisis industri, analisis pasar dan analisis kelayakan secara ekonomis.

Hasilnya, dapat disimpulkan bahwa bisnis Sushi-Bin menarik dan cukup menjanjikan keuntungan. Dengan *payback period* selama 2 tahun 3 bulan, *Break Even Point* selama 3 tahun 2 bulan, IRR 25,74% dan ROI 36,17%.

Pengujian kelayakan bisnis ini perlu ditunjang dengan pemilihan strategi yang tepat. Pemilihan strategi dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi pasar dan hasil survey. Strategi umum yang digunakan adalah diferensiasi. Sushi-Bin menekankan pada program pemasaran untuk merebut konsumen yang sudah ada. Oleh karena itu, dipilih strategi *market penetration*,

strategi *premium price*, *good service* dan pengiklanan melalui suvenir dan radio.

ABSTRACT

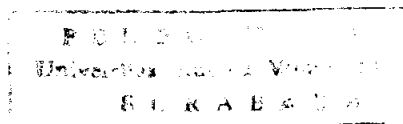
Entrepreneurship is one of our nation's economy pillar. In this present moment of economic crisis, good entrepreneurs can help provide jobs, earning profit to feed other people. But just entrepreneurs without good management and strategies will soon reach its end of bankruptcy. This reality brought up the idea of this thesis.

Like other enterprises, the first thing must be considered is the market. There's no use of making so many plans if nobody will buy the product. To analyze the market, we use marketing research and conduct it at Galaxi Mall, Surabaya, since January 21st till January 27th 2002, after 06.00 pm. The marketing research utilize close-ended multiple category questionnaires, with 400 respondents. Non-probabilistic convenience sampling is used to collect samples, while descriptive statistic is used for analyzing the data.

The result of marketing research is used to determine marketing strategies. These strategies including selling, pricing, advertising, and product.

To test the feasibility of this plan, economical analysis was conducted such as payback period, break even analysis, internal rate of return and return on investment. The results of the analysis were: payback period 2 years 3 months, break even point 3 years 2 months, IRR 25,74% and ROI 36,17%.

Keywords: entrepreneurs, marketing research, strategies, economical analysis.



DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
PRASYARAT GELAR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
PENETAPAN PANITIA PENGUJI.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
RINGKASAN.....	vi
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan.....	2
1.4. Manfaat.....	2
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	3
2.1. Tentang Sushi.....	3
2.1.1. Sejarah Sushi.....	3
2.1.2. Jenis-jenis Sushi.....	4
2.2. Dasar-dasar Pembuatan <i>Business Plan</i>	5
2.2.1. Konsep <i>Business Plan</i>	5
2.2.2. Analisis Peluang Bisnis.....	6
2.3. <i>Marketing Research</i>	10
2.3.1. Klasifikasi <i>Marketing Research</i>	10
2.3.2. Tahapan <i>Marketing Research</i>	11
2.3.3. Jenis-Jenis <i>Marketing Research Design</i>	12
2.3.4. Metode Pengumpulan Data <i>Marketing Research</i>	13
2.3.5. Format Kuesioner.....	13
2.3.6. <i>Reliability</i> dan <i>Validity</i>	14
2.3.7. Metode Pengambilan Sampel.....	15

2.3.8. Metode Analisis Data.....	17
2.4. Segmen Marketing.....	18
2.4.1. Marketing Mix.....	18
2.4.2. Service.....	19
2.4.3. Strategi Pemasaran berdasarkan Produk atau Pasar.....	20
2.5. Segmen Strategi.....	20
2.5.1. Strategi dan Manajemen Strategi.....	20
2.5.2. Kegunaan Strategi.....	22
2.5.3. Level Strategi.....	24
2.5.4. Resources sebagai Keunggulan Bersaing.....	26
2.5.5. Jenis-jenis Strategi.....	27
2.5.6. Peta Persaingan.....	29
2.6. Segmen Keuangan.....	30
2.6.1. Keputusan Investasi.....	30
 BAB 3. KERANGKA KONSEPTUAL.....	 33
 BAB 4. METODE PENELITIAN.....	 35
4.1. Rancangan Penelitian yang Digunakan.....	35
4.2. Populasi, Sampel, besar sampel (<i>sample size</i>) dan Teknik Pengambilan Sampel.....	35
4.3. Instrumen Penelitian.....	36
4.4. Cara Analisis Data.....	36
 BAB 5. ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	 37
 BAB 6. PEMBAHASAN.....	 41
6.1. Segmen Deskripsi Bisnis.....	41
6.1.1. Deskripsi Umum dari Jenis Usaha.....	41
6.1.2. Latar Belakang Industri.....	41
6.1.3. Latar Belakang Perusahaan.....	44
6.2. Segmen Pemasaran.....	44
6.2.1. Riset dan Analisis Pasar.....	44
6.2.1.1. Target Pasar.....	45
6.2.1.2. Pesaing.....	45
6.2.2. Perencanaan Pemasaran.....	45
6.2.2.1. Strategi Penjualan.....	46
6.2.2.2. Strategi Pemasaran: Produk.....	47
6.2.2.3. Strategi Pemasaran: Harga.....	47
6.2.2.4. Strategi Pemasaran: Iklan dan Promosi.....	47
6.3. Segmen Desain dan Pengembangan.....	48
6.3.1. Perencanaan Desain Restoran.....	48
6.4. Segmen Manufaktur.....	48
6.4.1. Analisis Lokasi.....	48
6.4.2. Kebutuhan Fasilitas dan Peralatan Restoran.....	48
6.4.3. Kebutuhan Karyawan.....	50

6.4.4. <i>Standard Operation Procedure</i>	50
6.5. Segmen Manajemen.....	50
6.5.1. Struktur Organisasi.....	50
6.6. Segmen <i>Critical-Risks</i>	51
6.6.1. Masalah-masalah Potensial.....	51
6.6.2. Alternatif Solusi.....	51
6.7. Segmen Keuangan.....	51
6.7.1. Perkiraan Laporan Laba-Rugi.....	51
6.7.2. Perkiraan Laporan Arus Kas.....	51
6.7.3. Analisis Investasi.....	51
6.7.4. Sumber Dana.....	52
6.8. Segmen Penjadwalan Kerja.....	52
6.8.1. Penetapan Waktu dan Tujuan.....	52
 BAB 7 SIMPULAN DAN SARAN.....	 53
7.1. Simpulan.....	53
7.2. Saran.....	54
 DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	 55
 LAMPIRAN.....	 57

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1. Kriteria Evaluasi Peluang Bisnis.....	9
2.2. Strategi Berdasarkan Matrix SWOT.....	10
2.3. Kategori Riset Berdasarkan Fungsi Manajemen.....	11
2.4. Kriteria Tes Reliability dan Validity dalam Marketing Research.....	15
2.5. Metode-metode Pengambilan Sampel.....	16
2.6. Klasifikasi Sumber Daya Perusahaan.....	26
4.1. Perhitungan Target Populasi.....	35
5.1. Hasil Rekapitulasi Jawaban Kuesioner.....	37
6.1. Hasil Jawaban Terbanyak Kuesioner.....	44
6.2. Taktik Penjualan dan Jadwal Peluncuran.....	46
6.3. Jadwal Pengerjaan Sushi-Bin.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Analisis <i>Porter's 5 Forces Model</i>	7
2.2. <i>Framework</i> Strategi Rencana Bisnis.....	8
2.3. Alternatif Format Kuesioner.....	14
2.4. Komponen 4P dari <i>Marketing Mix</i>	18
2.5. Strategi Pemasaran Berdasarkan Produk atau Pasar.....	20
2.6. Model dari <i>Strategic Management</i>	21
2.7. Identifikasi <i>Value Chain</i>	22
2.8. <i>Framework</i> dasar Strategi sebagai Penghubung Perusahaan dan Lingkungan.....	22
2.9. Pendekatan <i>Total System</i> untuk <i>Strategic Planning</i>	23
2.10. Level Strategi dan Struktur Organisasi.....	25
2.11. Definisi Hirarkis dari Strategi dan Manajemen Strategi.....	25
2.12. Perbandingan Level Strategi dan Level Hirarki Perusahaan.....	26
2.13. Strategi Generik Porter.....	28
2.14. Empat Arena Kompetisi.....	29
2.15. Sistem Investasi Umum Perusahaan.....	30
3.1. Kerangka Konseptual dari Strategic Business Plan.....	33
5.1. Hasil Kuesioner Frekuensi Kunjungan.....	38
5.2. Hasil Kuesioner Frekuensi Makan.....	38

5.3. Hasil Kuesioner Alat Promosi.....	39
5.4. Hasil Kuesioner Pertimbangan dalam Memilih Restoran.....	39
5.5. Hasil Kuesioner Tingkat Kesukaan.....	39
5.6. Hasil Kuesioner <i>Range</i> Harga.....	40
5.7. Hasil Kuesioner Nama Restoran.....	40
6.1. Analisis <i>Porter's 5 Forces Model</i> dari Sushi-Bin Restoran.....	42
6.2. Analisis SWOT dari Sushi-Bin Restoran.....	43
6.3. Desain Sushi-Bin Restoran.....	49
6.4. Struktur Organisasi Sushi-Bin Restoran.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Contoh Kuesioner.....	57
2. Rekapitulasi Hasil Kuesioner.....	58
3. Kebutuhan Bahan Baku dan Pembantu.....	71
4. Kebutuhan Karyawan.....	72
5. Kebutuhan Peralatan.....	72
6. Golongan Menu.....	74
7. Kebutuhan Utilitas.....	75
8. Trend Penjualan.....	76
9. Perkiraan Laporan Arus Kas Sushi-Bin Restoran.....	78
10. Perkiraan Laporan Rugi-Laba Sushi-Bin.....	79
11. Perkiraan Neraca PT. Sushi-Bin.....	84
12. Contoh Menu dalam Leaflet.....	86