

RM Sarinande
Perencanaan Pengembangan Usaha RM Sarinande dengan
Konsep *FoodTruck*

BUSINESS PLAN



Disusun oleh :

Aldi Karuna

2014200019

STIE MULTI DATA PALEMBANG
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PALEMBANG
2020

STIE
MDP

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

Palembang merupakan salah satu daerah di Indonesia yang dikenal memiliki kuliner yang bercita rasa khas dan enak. Ibu kota dari Sumatera Selatan ini memiliki banyak kekayaan kuliner yang sangat sayang untuk dilewatkan. Salah satu makanan khas yang ada di Palembang adalah pindang. Pindang merupakan olahan kuah yang memiliki perpaduan rasa segar, gurih dan pedas yang sangat khas. Pindang dibuat dari bumbu rempah khas Indonesia yang cocok dengan selera kebanyakan orang Indonesia, termasuk orang Palembang. Isi dari pindang ini bermacam macam, bisa berupa pindang ikan patin, pindang udang, pindang tulang, pindang ikan baung, pindang telur ikan, pindang ikan gabus dan lain-lain. Salah satu tempat rumah makan khas Palembang yang akan dibahas adalah RM Sarinande.

RM Sarinande awalnya berdiri pada pertengahan tahun 1956. Awal mula Sarinande berjualan di daerah pasar 16 dengan menggunakan gerobak yang berjualan dipinggir jalan, dan sempat berpindah ke daerah Mesjid Agung. Pada tahun 1970, barulah Sarinande berjualan di ruko di Jalan Veteran di samping Mega Motor. Pada tahun 2010, membuka cabang di Jalan Mayor Ruslan, dan pada tahun 2015, membuka cabang di Tanjung Api-Api (menggantikan cabang yang di veteran). Pada tahun 2018, membuka kembali cabang di Jalan Kapten Marzuki. Untuk saat ini jumlah cabang yang ada di Palembang sebanyak 3 (tiga)

yaitu di Jalan Mayor Ruslan, Jalan Tanjung Api-Api, dan Jalan Kapten Marzuki. Sarinande ini telah berjalan ke generasi ke 3, dengan pemilik bernama Pak Hamid Ismail (pemilik cabang di Tanjung Api-Api).

Maka dari itu, disini penulis ingin melakukan pengembangan usaha RM Sarinande dengan menggunakan konsep *foodtruck*. Konsep *foodtruck* ini digunakan karena memiliki konsep yang unik dan jarang yang menggunakan konsep ini di Palembang. *Foodtruck* merupakan penjualan makanan dengan menggunakan kendaraan (umumnya sebuah truk yang sudah di modifikasi sedemikian rupa dan unik) sebagai tempat penjualannya. Kemudian cara pemesanannya juga tergolong unik, karena dilakukan didalam kendaraan yang telah didesain untuk menarik para konsumen.

RM Sarinande menawarkan produk makanan yang terdiri dari pindang ikan patin, pindang tulang, pindang ikan belida, pindang udang, pindang ikan baung, pindang ikan sale, seluang / lais, perkedel, dan ayam goreng. Bahan-bahan yang digunakan menggunakan bahan yang berkualitas dan higienis. RM Sarinande dapat dipesan secara online maupun offline, dimana online dapat menghubungi kontak WA maupun Instagram yang telah tertera di brosur, sedangkan offline dapat mendatangi tempat makannya langsung di sekitar Kantor Gubernur. RM Sarinande menawarkan harga yang cukup terjangkau dan dapat ditujukan untuk semua jenis kalangan, baik kalangan bawah, menengah sampai atas.

Untuk melakukan usaha ini, modal awal yang dibutuhkan untuk mendirikan bisnis *foodtruck* ini adalah sebesar Rp 325,810,956. Berdasarkan hasil analisis kelayakan usaha didapat *Payback Period* (PP) atau jangka waktu pengembalian

investasi Sarinande didapat selama 1 tahun 9 bulan 7 hari, *Net Present Value* (NPV) positif dengan nilai Rp 349,744,457 sehingga dapat dikatakan layak, *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 45.39% lebih besar dari BI Rate 4.50%, maka dapat dikatakan layak, *Profitability Index* (PI) sebesar 2.07 diatas dengan ketentuan angka 1, maka dapat dikatakan layak, *Average Rate of Return* (ARR) sebesar 240%, maka dapat dikatakan layak. Sehingga dapat disimpulkan usaha perencanaan dan pengembangan RM Sarinande dengan menggunakan konsep *FoodTruck* dapat dikatakan layak.



STIE
MDP

BAB II

PENDAHULUAN

2.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha

Bisnis makanan memang selalu menjadi bisnis yang menarik untuk dicermati, karena jika dilihat dari perkembangannya sekarang ini bisnis makanan semakin beragam jenis. Dengan beragam jenis kuliner yang ada, setidaknya kita tidak luput meninggalkan makanan khas daerah sendiri. Karena makanan khas merupakan identitas suatu daerah yang dapat membedakan keberadaannya dengan daerah lainnya. Daerah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah menggunakan daerah asli penulis yaitu Palembang.

Palembang merupakan salah satu daerah di Indonesia yang dikenal memiliki kuliner yang bercita rasa khas dan enak. Ibu kota dari Sumatera Selatan ini memiliki banyak kekayaan kuliner yang sangat sayang untuk dilewatkan. Salah satu makanan khas yang ada di Palembang adalah pindang. Pindang merupakan olahan kuah yang memiliki perpaduan rasa segar, gurih dan pedas yang sangat khas. Pindang dibuat dari bumbu rempah khas Indonesia yang cocok dengan selera kebanyakan orang Indonesia, termasuk orang Palembang. Isi dari pindang ini bermacam macam, bisa berupa pindang ikan patin, pindang udang, pindang tulang, pindang ikan baung, pindang telur ikan, pindang ikan gabus dan lain-lain.

Rumah makan Sarinande awalnya berdiri pada pertengahan tahun 1956. Awal mula Sarinande berjualan di daerah pasar 16 dengan menggunakan gerobak yang berjualan dipinggir jalan, dan sempat berpindah ke daerah Mesjid Agung. Pada tahun 1970, barulah Sarinande berjualan di ruko di Jalan Veteran di samping Mega Motor. Pada tahun 2010, membuka cabang di Jalan Mayor Ruslan, dan pada tahun 2015, membuka cabang di Tanjung Api-Api (menggantikan cabang yang di veteran). Pada tahun 2018, membuka kembali cabang di Jalan Kapten Marzuki. Untuk saat ini jumlah cabang yang ada di Palembang sebanyak 3 (tiga) yaitu di Jalan Mayor Ruslan, Jalan Tanjung Api-Api, dan Jalan Kapten Marzuki. Sarinande ini telah berjalan ke generasi ke 3, dengan pemilik bernama Pak Hamid Ismail (pemilik cabang di Tanjung Api-Api). Berikut ini adalah penjualan dari Sarinande selama 4 (empat) tahun yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penjualan Sarinande selama 2016-2019

Jenis	2016	2017	2018	2019
Pindang ikan patin	11,680	12,775	13,870	14,600
Pindang tulang	7,300	8,030	8,395	8,425
Pindang ikan belida	6,500	6,760	6,830	6,970
Pindang baung	8,120	8,750	9,230	9,650
Pindang sale	5,450	5,980	6,120	6,450
Pindang udang	3,250	3,590	3,825	4,015
Pepes belido	730	795	830	910
Pepes baung	850	910	1,012	1,115
Pepes patin	830	885	920	1,050

Seluang/lais	4,015	4,450	4,950	5,450
Sambal udang	1,095	1,105	1,185	1,210
Sambal teri	990	1,000	1,090	1,170
Belido goreng	710	750	830	910
Sate ikan/pentol(ikan belido)	9,250	9,790	10,120	10,830
Perkedel	3,450	3,500	3,750	3,450
Ayam goreng	8,150	8,875	9,340	9,910
Nasi putih	24,100	25,785	28,760	29,540
Es Teh Tawar	15,505	16,900	17,750	18,020
Es Teh Manis	10,400	11,090	11,690	12,900
Es Jeruk	5,100	5,950	6,390	7,150

Sumber : Penulis, 2020

Berdasarkan tabel 2.1 diatas, penjualan Sarinande selama 4 (empat) tahun 2016-2019 mengalami peningkatan pada setiap tahunnya. Maka dari itu, disini penulis ingin melakukan pengembangan usaha dengan menggunakan konsep *foodtruck*. Konsep *foodtruck* ini digunakan karena memiliki konsep yang unik dan jarang yang menggunakan konsep ini di Palembang. *Foodtruck* merupakan penjualan makanan dengan menggunakan kendaraan (umumnya sebuah truk yang sudah di modifikasi sedemikian rupa dan unik) sebagai tempat penjualannya. Kemudian cara pemesanannya juga tergolong unik, karena dilakukan didalam kendaraan yang telah didesain untuk menarik para konsumen.

Bisnis *foodtruck* pun dikategorikan sebagai bisnis yang menjanjikan, dimana omset yang di dapat cukup besar, sehingga bisnis *foodtruck* ini dapat menjadi peluang usaha yang besar. Maka dari itu, penulis akan menggunakan konsep *foodtruck* ini sebagai konsep untuk Sarinande.

Usaha *foodtruck* Chicchop Yogyakarta memilih berjualan dengan menggunakan *foodtruck*, karena bisnis ini sangat menjanjikan pola hidup dan pada jaman sekarang ini masyarakat hanya ingin yang simpel dan praktis. Sehingga konsep bisnis yang menggunakan *foodtruck* ini sangat cocok untuk dapat dinikmati oleh masyarakat (Hana, 2018).

Ayam Bakar di Kabupaten Temanggung dan Kabupaten Magelang telah menerapkan bisnis *foodtruck*, dikarenakan dapat menempatkan ke tempat yang strategis dan dapat berpindah-pindah. Lokasi penempatan *foodtruck* nantinya akan ditempatkan di tempat keramaian (alun-alun, taman dan tempat rekreasi). Sehingga konsep ini dapat menjanjikan untuk diminati oleh para masyarakat (Kapita, 2016).

Sesuai dengan *business plan* yang dilakukan oleh Usman dan Elizabeth (2019) yang berjudul Perencanaan Pengembangan Inovasi Usaha Pempek Taman Kenten Dengan Konsep *Foodexpress*, menyatakan bahwa bisnis tersebut layak untuk dijalankan.

Dengan adanya beberapa penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa bisnis dengan menggunakan konsep *foodtruck* ini dapat sangat menjanjikan, dikarenakan untuk di kota Palembang juga masih sedikit ditemui. Maka dari

itu disini penulis ingin menginovasikan Sarinande dengan menggunakan konsep *foodtruck* dengan menggunakan mobil yang didesain seunik-uniknya.

Penulis ingin membuka di sekitar Kantor Gubernur (Jalan Kol. Dr. H. M. Rasyid), dikarenakan banyak daerah perkantoran dan banyak pegawai yang ingin mencari makan siang diluar. Jika hanya sekedar makan masakan padang mungkin banyak ditemuin, namun untuk pindang susah untuk ditemui di sekitar kantor Gubernur, sehingga dengan membuka *foodtruck* Sarinande diharapkan dapat membuat peluang bisnis yang cukup besar.

2.2 Visi, Misi, dan Tujuan

2.2.1 Visi

Menurut Machali dan Hidayat (2016, h. 253-254). Visi merupakan gambaran tentang masa depan yang realistis dan ingin diwujudkan dalam kurun waktu tertentu. Visi dari RM.Sarinande adalah:

“Menjadi restoran Pindang yang paling di minati oleh semua konsumen di Palembang”

2.2.2 Misi

Menurut Zahroh (2014, h.55). Misi juga dapat didefinisikan sebagai langkah-langkah atau kegiatan-kegiatan yang bersifat strategis dan efektif dalam rangka mencapai visi yang telah ditetapkan. Misi RM. Sarinande adalah :

1. Meningkatkan mutu kualitas hidup masyarakat Indonesia dengan menyediakan makanan yang berkualitas tinggi, halal, sehat dan aman untuk dikonsumsi.
2. Mengutamakan pelayanan terhadap konsumen.
3. Menciptakan lapangan pekerjaan.
4. Mempertahankan cita rasa dan kebersihan produk.

2.2.3 Tujuan

Menurut (Krisianto,2015). Tujuan perusahaan merupakan sesuatu yang akan dicapai atau yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Tujuan perusahaan adalah target yang bersifat kuantitatif dan pencapaian target tersebut merupakan ukuran keberhasilan kinerja perusahaan. Tujuan RM. Sarinande adalah:

1. Memberikan pelayanan ekstra agar masyarakat merasa puas di RM. Sarinande.
2. Membuka lowongan pekerjaan bagi masyarakat di daerah sekitar.
3. Menyajikan dan memberikan pelayanan bagi masyarakat dengan tujuan memperoleh keuntungan.

STIE
MDP

BAB III

GAMBARAN USAHA

Sarinande bergerak di bidang kuliner yang fokusnya di makanan kuliner pindang. Salah satu menu yang paling populer adalah pindang ikan patin, pindang ikan belida, pindang tulang, dan pindang udang. Sarinande mempunyai 3 (tiga) cabang di Palembang, yaitu di Jalan Kapten Marzuki, di Jalan Mayor Ruslan, dan Jalan Tanjung Api-Api. Sarinande telah berada pada generasi ke 3, dimana pemilik yang berada di Tanjung Api-Api bernama Pak Hamid Ismail. Sistem pembayaran yang digunakan pada Sarinande sama seperti yang digunakan pada tempat makan lainnya, yaitu *cash register*, kartu debit, kartu kredit, aplikasi ovo, dan aplikasi *gopay*. Dan sekarang konsumen tidak perlu merasa khawatir, jika ingin makan tanpa harus keluar rumah konsumen dapat mememesannya melalui *Go-Food* pada aplikasi *Go-jek* dan *Grab*.

Sarinande menyajikan menu pindang dengan rasa yang khas akan rempah-rempahnya, bila dibandingkan dengan tempat makan lainnya Sarinande mempunyai rasa yang sangat khas di lidah. Selain dari segi rasa yang khas dan kualitas yang terjamin, Sarinande juga menawarkan pelayanan yang baik kepada para pembeli, dikarenakan pembeli adalah raja. Sehingga Sarinande sangat memprioritaskan pelayanan kepada pembelinya. Produk yang akan dijual pada konsep *foodtruck* ini hanya menjual menu-menu yang populer saja, seperti pindang ikan patin, pindang tulang, pindang ikan belida, dan pindang udang.

LOGO



Gambar 2.1 Logo Sarinande

Lambang ikan belida melambangkan salah satu bahan baku utama dari pindang ikan belida, dikarenakan ikan belida juga salah menjadi ciri khas dari kota Palembang, warna merah melambangkan semangat agar dapat menarik perhatian para konsumen.



Gambar 2.2 Design Foodtruck Sarinande



Gambar 2.3 Brosur Sarinande

STIE
MDP

DAFTAR PUSTAKA

Adam, Muhammad 2015, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung

Kasmir dan Jakfar, 2012, *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi Revisi, Kencana, Jakarta

Laporan Inflasi 2020, diakses April 2020, dari www.bi.go.id

Pertumbuhan Ekonomi 2020, diakses April 2020, dari www.bi.go.id

Purwana, dkk 2016, *Studi Kelayakan Bisnis*, PT Raja Grafindo Persana Jakarta

Usman dan Elizabeth 2019, *Pempek Taman Kenten 888 (Perencanaan Pengembangan Inovasi Usaha Pempek Taman Kenten Dengan Konsep Foodexpress)*, diakses dari rama.mdp.ac.id

