



## INTISARI

Bandung adalah salah satu kota pusat tujuan untuk berwisata kuliner di Indonesia yang menawarkan hidangan-hidangan mulai dari tradisional sampai internasional. Para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk membuka usaha kuliner di Bandung. Salah satu makanan yang menjadi trend adalah makanan yang berasal dari negara Jepang. Makanan Jepang semakin digemari oleh berbagai kalangan sehingga semakin banyak restoran yang menyajikan masakan Jepang, baik yang menggunakan sistem *franchise* dari luar negeri maupun yang lokal. Maraknya persaingan bisnis kuliner di Bandung ini tentunya akan meningkatkan daya tarik konsumen untuk mencoba hal baru yang secara langsung juga akan membuka kesempatan para pebisnis baru untuk menciptakan inovasi-inovasi pelayanan dan produk sehingga dapat ikut bersaing dalam pasar kuliner di Bandung.

Penulis melihat peluang bisnis usaha kuliner sushi untuk kelompok kelas menengah yang belum banyak terlihat di Bandung. Peluang tersebut dituangkan dalam mendirikan rencana bisnis SushiGo. Sushi Go adalah sebuah usaha yang dirancang berdasarkan tujuan untuk memenuhi keinginan konsumen akan sushi dengan konsep unik yang murah, bercitra *daily*, dan dengan akan beroperasi secara *mobile* sehingga mudah menjangkau area-area yang strategis. Pembuatan sushi dilakukan diatas kendaraan berdasarkan pesanan. Konsep tersebut diambil agar para pecinta sushi dikalangan mahasiswa dapat lebih sering menikmati sushi dengan harga yang terjangkau. Sebelum melakukan analisis kelayakan usaha, penulis melakukan wawancara terhadap 3 responden dan survey terhadap 40 responden yang sebagian besar adalah mahasiswa sebagai pasar utama SushiGo. Pendirian bisnis ini membutuhkan analisis yang mendetail dimulai dengan analisis PESTEL dan analisis lima kekuatan kompetitif untuk mengetahui ancaman dan peluang dalam menjalankan bisnis, kemudian analisis peta empati untuk mengetahui keinginan konsumen dalam mengkonsumsi sushi, dan hasil dari analisis tersebut digambarkan dalam 9 blok pada kanvas bisnis model.

Setiap bisnis memerlukan perencanaan bisnis yang jelas meliputi analisis pemasaran, sumber daya manusia, operasional hingga analisis keuangan sehingga dapat dilihat kelayakan dari bisnis ini. Analisis sensitivitas dilakukan dengan menghitung IRR, NPV, dan *payback period* pada beberapa skenario perubahan yang mungkin terjadi. Suku bunga yang digunakan adalah rata-rata suku bunga dasar kredit retail Bank BRI, Bank Mandiri, Bank BCA, dan Bank BNI, sehingga rata-rata suku bunga sebesar 10.04 persen. Pada skenario positif, hasil NPV sebesar Rp. 718.426.179, dengan IRR sebesar 23,60 persen, dan *payback period* selama 3,4 tahun. Sementara pada skenario optimis NPV sebesar Rp 1.435.084.069, IRR sebesar 35.52 persen dan *payback period* sebesar 2,8 tahun. Sedangkan pada skenario pesimis, diperoleh NPV sebesar Rp 359.815.670, IRR sebesar 17,03 persen, dan *payback period* sebesar 3,8 tahun. Berdasarkan hasil tersebut maka bisnis SushiGo ini disimpulkan layak untuk dijalankan.

**Kata kunci:** *Food truck* sushi, SushiGo, peta empati, rencana bisnis, model bisnis



## ABSTRACT

Bandung is one of the central city destination for culinary tour in Indonesia which offers dishes ranging from traditional to international. The businessmen are competing to open a culinary business in Bandung. One of the foods that become a trend is food that comes from Japan. Japanese food is increasingly favored by various circles, so there are more and more restaurants serving Japanese cuisine, both using franchise systems from abroad and local ones. The rise of competition in the culinary business in Bandung is certainly going to increase the attractiveness of consumers to try new things that directly also will open the opportunity of new businessmen to create innovations of service and products so as to compete in the culinary market in Bandung.

Author sees business opportunities sushi culinary business for middle class group that has not been seen in Bandung. The opportunity is set forth in establishing the business plan of SushiGo. Sushi Go is a business designed to fulfill customers' wishes for sushi with a unique concept that is inexpensive, daily, and will operate in a mobile way so it is easy to reach strategic areas. Making sushi done on the vehicle based on order. The concept is taken so that the sushi lovers among students can more often enjoy the sushi at an affordable price. Prior to conducting business feasibility analysis, the authors conducted interviews on 3 respondents and survey of 40 respondents who mostly were students as the main market of SushiGo. The establishment of this business requires a detailed analysis beginning with PESTEL analysis and analysis of five competitive forces to know the threats and opportunities in running the business, then analysis of empathy map to find out the consumer's desire to consume sushi, and the results of the analysis are depicted in 9 blocks on the business model canvas.

Every business requires a clear business plan including marketing analysis, human resources, operations to financial analysis so that it can be seen the feasibility of this business. Sensitivity analysis is done by calculating IRR, NPV, and payback period on some possible change scenarios. The interest rate used is the average base rate of retail credit of Bank BRI, Bank Mandiri, Bank BCA, and Bank BNI, so that the average interest rate is 10.04 percent. In a positive scenario, the NPV yield is Rp. 718.426.179, with an IRR of 23.60 percent, and a payback period of 3.4 years. While in the optimistic scenario NPV Rp 1.435.084.069, IRR of 35.52 percent and payback period of 2.8 years. While the pessimistic scenario, obtained NPV of Rp 359,815,670, IRR of 17.03 percent, and payback period of 3.8 years. Based on these results the SushiGo business is concluded feasible to run

**Key word:** Food truck sushi, SushiGo, empathy map, business plan, business model