

PENENTUAN MENU *SIGNATURE* SEBAGAI *UNIQUE VALUE PROPOSITION*

RESTORAN IT'S JAVA

Thea H.Rahardjo

Dosen Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis

Email: thear@fe.untar.ac.id

Bab I Pendahuluan

Bisnis kuliner Indonesia ternyata sudah merambah sampai ke luar negeri dan sudah memiliki penggemar tersendiri. Salah satu bisnis kuliner Indonesia adalah It's Java yang merupakan UMKM kuliner masakan Indonesia di kota Auckland, New Zealand. Pemilik It's Java memiliki visi dalam menjalankan usahanya yaitu It's Java tidak hanya sekedar menjual makanan Indonesia tetapi juga ingin terlibat sebagai bagian duta kecil dalam mempromosikan Indonesia melalui kuliner. Pemilik It's Java berharap suatu saat masakan Indonesia dapat dikenal sebagaimana kuliner Asia lainnya sehingga dapat mendatangkan turis ke Indonesia melalui gastronomi kuliner.

Untuk mencapai visi tersebut, tentunya pemilihan makanan yang hendak dijual merupakan hal yang penting. Diperlukan suatu *unique value proposition* yaitu keunikan yang diunggulkan dan ditawarkan kepada pelanggan. *Value Proposition* merupakan hal penting dalam suatu usaha karena merupakan cerminan dari nilai atau konsep yang ditawarkan oleh suatu usaha. Dalam hal ini, It's Java berkeinginan untuk memiliki *unique value* tidak hanya menawarkan cita rasa autentik dari makanan yang ditawarkan tetapi juga ingin “menjual” sebuah cerita dari makanan yang disajikan.

Bab II Metode Pelaksanaan

Dalam upaya menemukan *unique value* sebagai keunggulan dari usaha, pemilik It's Java sebagai mitra PKM melakukan konsultasi dalam penetapan menu *signature* dari It's Java. Kegiatan diawali dengan menyortir beberapa pilihan masakan yang memiliki nilai sejarah. Selanjutnya karena bahan dasar untuk membuat resep masakan Indonesia tidak semuanya dapat dengan mudah ditemukan di New Zealand, maka dilakukan pemilihan makanan dengan bahan dasar yang tersedia atau dapat disubstitusi tanpa menghilangkan cita rasa autentik dari makanan tersebut.

Bab III Hasil PKM

Setelah melakukan berbagai proses, akhirnya diputuskan untuk menetapkan Tumpeng Mini Nasi Kuning sebagai menu signature dari It's Java. Tumpeng nasi kuning bukan hanya memiliki cita rasa yang enak dan dapat mudah diterima oleh pelanggan tetapi juga memiliki cerita yang penting di belakangnya. Ada beberapa versi soal makna dan filosofi nasi kuning (Wijayanti, 2018):

1. Warna kuning melambangkan kemakmuran

Kuning diibaratkan sebagai warna emas yang melambangkan kekayaan dan kemakmuran.

2. Bentuk tumpeng kerucut

Bentuk kerucut melambangkan gunung sehingga membawa lebih banyak kemuliaan.

4. Lauk pauk nasi kuning juga mengandung banyak simbol penting

Nasi kuning dilengkapi dengan aneka lauk pauk yang mengandung banyak simbol penting seperti pentingnya etos kerja dan perlunya perencanaan yang matang atas setiap tindakan yang kita lakukan.



Diharapkan dengan menyajikan menu ini, pelanggan selalu menjadikan hari di It's Java merupakan hari yang istimewa.

Bab IV Kesimpulan

Menu signature Nasi Kuning disukai tidak hanya penduduk Asia, tetapi banyak warga lokal New Zealand yang menyukai cita rasa dari masakan ini.

Daftar Pustaka

- Alex, O., Yves, P., Greg, B., & Alan, S. (2014). *Value Proposition Design*. Diakses dari <https://www.strategyzer.com/books/value-proposition-design>
- Hidayat, Dedi (2020). Mengintip Peluang Bisnis Kuliner Indonesia di Luar Negeri. Diakses dari <https://infobrand.id/mengintip-peluang-bisnis-kuliner-indonesia-di-luar-negeri.phtml>
- Wijayanti, Endah. (2018). Makna dan Simbol Nasi Kuning. Diakses dari <https://www.fimela.com/lifestyle-relationship/read/3682498/makna-dan-filosofi-nasi-kuning-yang-disajikan-di-hari-hari-istimewa>