

BAB VI

RENCANA PENGEMBANGAN

6.1. Rencana Pengembangan Usaha

Usaha La Vie Marine yang didirikan masih tergolong baru dan belum memiliki *brand image* serta *brand awareness* di masyarakat. Penulis memiliki beberapa rencana dan target di tahun berikutnya agar usaha La Vie Marine dapat terus berkembang. Berikut adalah tabel rencana pengembangan usaha La Vie Marine sejak berdiri di tahun 2015 dikarenakan waktu yang dibutuhkan untuk merenovasi fondasi adalah selama 1 tahun :

Tabel 6.1. Rencana Pengembangan Usaha

Tahap-Tahap	Tahun				
	2016	2017	2018	2019	2020
Meningkatkan kualitas pelayanan dengan melatih karyawan	Januari	Januari	Januari	Januari	Januari
Melakukan renovasi untuk pembaharuan dekorasi	-	-	April, Mei	-	-
Bekerja sama dengan <i>tour and travel</i> untuk menjadi salah satu destinasi tempat makan bagi wisatawan asing	Januari	<i>All year</i>	<i>All year</i>	<i>All year</i>	<i>All year</i>
Melakukan ekspansi ke kota besar di Indonesia	-	-	-	-	Jakarta
Memberikan pelayanan tambahan berupa pemain musik	<i>On request</i>	<i>On request</i>	<i>On request</i>	<i>On request</i>	<i>On request</i>

Sumber : Data diolah (2013)

Berikut adalah penjelasan dari Tabel 6.1 mengenai rencana pengembangan usaha

La Vie Marine :

1. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan melatih karyawan

Memberikan pelatihan kepada karyawan terutama *staff front of the house* dengan tujuan kualitas pelayanan yang diberikan lebih baik dari tahun ke tahun. Pelatihan yang diberikan yaitu mengenai tata karma ketika melayani tamu, mengenai penanganan *complain* dari tamu, dan hal-hal lain yang berhubungan dengan kepuasan tamu.

2. Melakukan renovasi untuk pembaharuan dekorasi.

Renovasi dilakukan untuk menambah hiasan dan memperbaharui dekorasi yang sudah rusak agar restoran tetap terlihat seperti baru sehingga pengunjung tidak bosan dan tetap nyaman dengan suasana yang diberikan La Vie Marine.

3. Bekerja sama dengan *Tour and Travel*

La Vie Marine ingin menjadi restoran yang mengangkat makanan *seafood* dengan bahan dari hasil laut khas Indonesia menjadi salah satu makanan dengan kualitas Internasional, untuk itu bekerja sama dengan *tour and travel* akan membantu La Vie Marine untuk mendapatkan wisatawan asing sehingga bahan-bahan dari hasil laut khas Indonesia dapat lebih dikenal secara internasional.

4. Melakukan ekspansi ke kota besar di Indonesia

Ekspansi akan dilakukan pertama kali di Jakarta, karena Jakarta merupakan ibukota Indonesia, sekaligus kota terpadat di Indonesia, sehingga pasar yang dimiliki besar dan memiliki peluang sukses lebih besar.

5. Memberikan pelayanan tambahan berupa pemain music

Pemain music yang diberikan berupa pemain biola yang akan bermain dengan mendatangi meja pasangan satu per satu untuk memberikan kesan romantis.

6.2. Rencana Pengembangan Produk

Produk utama yang dijual La Vie Marine menggunakan bahan dari hasil laut khas Indonesia, tetapi cara penyajiannya akan selalu dirubah setiap periode tertentu untuk menarik minat pelanggan untuk mencoba.

Tabel 6.2. Rencana Pengembangan Produk

Tahap-Tahap	Tahun				
	2016	2017	2018	2019	2020
Menambah macam menu minuman setiap tahunnya	-	Januari	Januari	Januari	Januari
Menghadirkan tambahan menu baru	-	Januari, Juli	Januari, Juli	Januari, Juli	Januari, Juli
Membuat makanan spesial seperti <i>menu of the month</i>	Setiap bulan	Setiap bulan	Setiap bulan	Setiap bulan	Setiap bulan

Sumber : Data diolah (2013)

Berikut adalah penjelasan dari Tabel 6.2 mengenai rencana pengembangan produk dari La Vie Marine :

1. Menu minuman La Vie Marine hanya terdiri dari kopi, teh, dan *wine*. Hal ini dikarenakan La Vie Marine hanya mengincar pasar *executive* dengan pasangan untuk makanan malam formal, tetapi dalam perkembangannya apabila ternyata banyak pelanggan berasal dari golongan keluarga, La Vie Marine akan mencoba memberikan menu minuman tambahan berupa *juice*, *smoothies*, *mocktail* dan *milkshake* setiap tahunnya.

2. Menghadirkan menu tambahan baru ini adalah memberikan menu dengan bahan yang baru sehingga bukan lagi merubah penyajian tapi bahan juga berbeda.
3. Membuat makanan spesial. Makanan spesial yang dibuat akan berbeda setiap bulannya, seperti contoh untuk bulan Januari ada *soup of the month*, sementara untuk bulan Februari ada *dessert of the month* dan seterusnya.

