

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang di buat secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan yang baik kepada konsumen, baik berupa makanan maupun minuman. Selain bertujuan untuk usaha atau mencari keuntungan, penulis juga ingin memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.

Dalam suatu usaha ada istilah yang dinamakan barter, yang dimaksud dengan barter di dalam usaha restoran ini adalah pengusaha menjual produk dan jasa, sedangkan konsumen membeli dan menikmati produk dan jasa yang kami jual. Dari teori Marsum W.A. (1993:7) dapat dikatakan bahwa bisnis ini merupakan salah satu usaha yang menyediakan pelayanan makanan dan minuman yang memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan demi kelangsungan hidup usaha seperti dalam restoran, kafe dan bar.

Usaha yang akan didirikan oleh penulis yaitu usaha *café* yang mana memiliki definisi bahwa *café* adalah usaha restoran kecil yang mengutamakan penjualan makanan dan minuman dengan pilihan yang terbatas dan tidak menjual minuman yang beralkohol.

Dilihat dari permintaan dan segmentasi pasar yang ada di Kota Tangerang dan pola hidup masyarakat yang semakin konsumtif memicu banyaknya industri restoran, kafe dan bar untuk meningkatkan kualitas dari segi pelayanan dan

kualitas produk nya masing-masing. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tingginya permintaan pasar dan gaya hidup masyarakat mengakibatkan banyaknya industri *food and beverage* berkembang sangat pesat.

Dengan mengusung restoran atau *café* yang memiliki konsep sehat dan produk yang sehat, konsumen akan lebih memilih untuk datang ke tempat *cafe* penulis. Dengan daerah yang cukup dijangkau oleh konsumen di kawasan Kota Tangerang seperti banyaknya kawasan seperti perumahan, apartemen, pekerja kantor dan sekolah yang dekat dari *café* penulis.

Salah satu indikator ekonomi yang sangat diperlukan untuk mengukur kinerja pertumbuhan ekonomi suatu daerah adalah Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). PDRB merupakan indikator penting di suatu wilayah yang dapat mengindikasikan totalitas produksi neto baranga atau jasa yang selanjutnya dapat digunakan sebagai dasar perencanaan dan evaluasi pembangunan wilayah. Laju pertumbuhan PDRB Kota Tangerang disumbang oleh 9 (sembilan) sektor yaitu: pertanian; pertambangan dan penggalian; industri pengolahan; listrik, gas dan air minum; bangunan dan konstruksi; perdagangan hotel dan restoran; angkutan dan komunikasi; bank dan lembaga keuangan lainnya; jasa-jasa.

Gambar 1. 1
Data dari hasil PDRB Kota Tangerang

Klasifikasi Lapangan Usaha	PDRB KOTA TANGERANG ATAS DASAR HARGA BERLAKU MENURUT LAPANGAN USAHA (Juta Rupiah)		
	2019	2018	2017
A. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	2 557 326,01	2 325 250,20	2 112 469,54
B. Pertambangan dan Penggalian	-	-	-
C. Industri Pengolahan	50 592 551,18	47 886 025,26	44 990 455,22
D. Pengadaan Listrik dan Gas	331 258,31	307 633,69	285 148,90
E. Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	103 158,70	96 245,54	88 347,56
F. Konstruksi	12 712 463,06	11 403 674,71	10 189 117,88
G. Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	18 699 087,46	16 681 653,97	14 899 153,76
H. Transportasi dan Pergudangan	54 405 233,45	51 894 168,04	46 538 706,53
I. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	2 384 995,04	2 212 474,68	2 054 213,29
J. Informasi dan Komunikasi	7 495 922,36	7 118 533,99	6 718 527,38
K. Jasa Keuangan dan Asuransi	4 502 407,69	4 280 046,73	3 863 495,58
L. Real Estate	9 683 566,11	8 568 800,39	7 685 860,64
M, N. Jasa Perusahaan	1 803 777,17	1 632 766,88	1 486 404,92
O. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	2 009 921,81	1 856 911,90	1 716 396,22
P. Jasa Pendidikan	4 018 824,15	3 577 113,26	3 157 713,02
Q. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1 488 540,14	1 342 538,23	1 204 057,70
R,S,T,U. Jasa Lainnya	2 448 788,42	2 223 789,01	2 015 476,66
PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO	175 237 821,06	163 407 626,49	149 005 544,80
PDRB KOTA TANGERANG ATAS DASAR HARGA BERLAKU MENURUT LAPANGAN USAHA			
PDRB KOTA TANGERANG ATAS DASAR HARGA BERLAKU MENURUT LAPANGAN USAHA			

Sumber : tangerangkota.bps.go.id, olahan penulis, 2021

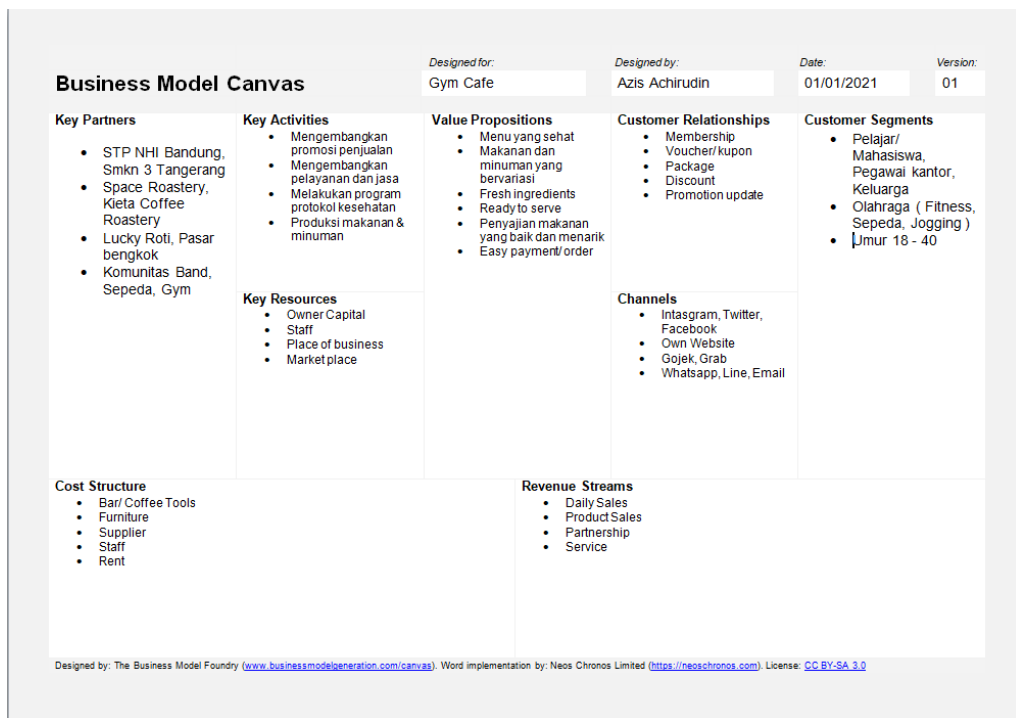
Dengan adanya data diatas, semakin memperkuat bahwa usaha kuliner di Kota Tangerang adalah hal yang tepat untuk direncanakan. Usaha ini tidak akan pernah kehabisan konsumen, yang dimana makan dan minum merupakan kebutuhan seluruh umat manusia. Di zaman sekarang penulis melihat dan merasa banyak sekali masyarakat yang berkunjung ke *café* atau restoran untuk makan, minum, berbincang-bincang dengan teman atau keluarga, mengerjakan tugas maupun hanya untuk berfoto-foto dan diunggah ke media sosial. Penulis pun melihat banyak sekali jenis *café* atau restoran yang beragam, baik dalam desain maupun konsep yang ditawarkan. Masyarakat akan memilih dan mendatangi *café* atau restoran yang menurutnya unik ataupun nyaman dalam segi apapun, dan mereka akan mendatangi *café* atau restoran yang dapat dibilang terkenal ataupun memiliki *rating* yang tinggi.

B. Gambaran Umum Bisnis

- Deskripsi Bisnis

Gym Café ini memiliki konsep yang dapat dibidang hampir menyerupai *café* yang ada di dalam sebuah hotel. Biasanya tamu yang menginap di hotel pastinya juga menikmati fasilitas di hotel seperti ke tempat *fitness*. Dan setelah berolahraga, biasanya tamu akan mengunjungi tempat seperti restoran atau *café* untuk memulihkan tenaga mereka dengan membeli makanan dan minuman yang berprotein & bernutrisi.

Gambar 1. 2
Business Model Canvas



Sumber : Olahan Penulis, 2021

Penulis bermaksud mendirikan sebuah gym cafe dengan bekerjasama dengan sebuah *Fitness Center* yang sudah berdiri di Kota Tangerang, yaitu sebuah *Fitness Center* yang menyediakan berbagai jenis olahraga dan *workout equipment*

yang dapat digunakan untuk menyehatkan, menurunkan berat badan atau membentuk tubuh. Dengan ini penulis akan membangun *cafe* yang akan bekerjasama dengan tempat olahraga yang disediakan untuk mahasiswa, karyawan dan keluarga agar bisa berolahraga dan menikmati makanan dan minuman yang berprotein & bernutrisi tanpa harus keluar dari tempat olahraga.

Selain itu, bagi masyarakat yang belum tertarik untuk berolahraga, para konsumen akan mendapatkan kupon fitness gratis setiap pembelian makanan dan minuman diatas Rp.100.000,00 Kupon bisa digunakan jika konsumen sudah mengumpulkan lima kupon dan mereka akan mendapatkan *fitness* gratis selama seminggu. Dengan ini masyarakat yang belum tertarik untuk berolahraga, akan tertarik untuk mencobanya dan akan menjadi keuntungan kedua belah pihak, jika konsumen belum tertarik untuk berolahraga, maka kupon bisa digunakan oleh pihak lain dengan persetujuan konsumen. Karena jika kupon tidak digunakan, masa aktif kupon akan kadaluarsa selama sebulan.

- **Deskripsi Logo dan Nama**

Identitas suatu usaha dapat dikenal dan diingat oleh konsumen, nama serta logo berperan penting di dalam dunia usaha. Menurut Sularko dkk (2008:6) Identitas usaha atau logo pada usaha adalah sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan, bahwa logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya. Maka berdasarkan teori tersebut, nama dari usaha kuliner ini adalah Gym Café.

Kata Gym adalah gimnasium, aula olahraga, atau sasana olahraga yang berarti tempat olahraga, lalu café adalah restoran yang artinya menyediakan tempat makan dan minuman untuk orang yang santai dan menunggu sesuatu. Hal tersebut menggambarkan bahwa konsep dari café penulis menawarkan tempat untuk olahraga sekaligus bisa santai dan menunggu sesuatu. Sesuatu yang akan di implementasikan dengan ditandai adanya fasilitas olahraga dan café.

Menurut John Murphy & Michael Rowe (2007:13) fungsi utama dari logo adalah untuk mengidentifikasi produk, jasa atau perusahaan. Berdasarkan pendapat tersebut, maka desain logo dari Gym Café adalah sebagai berikut :

Gambar 1. 3
Desain Logo Gym Cafe



Sumber : Canva, Desain penulis, 2021

Gambar diatas merupakan logo dari Gym Café, dimana logo tersebut mempunyai makna bagi usaha penulis. Mulai dari gambar rumah yang menggambarkan kenyamanan, kehangatan, dan kebahagiaan dalam hati. Serta

warna biru yang memberikan ketenangan dan kesejukan dan juga warna emas mencerminkan kegembiraan dan kesehatan.

- **Identitas Bisnis**

Namun dibalik konsep Gym Café, Penulis juga melihat restoran dan *cafe* yang berada di Tangerang, yang dimana pertumbuhan dan perkembangannya sangat pesat, yang sangat memungkinkan menjadi ancaman *cafe* penulis.

Tabel 1. 1
Data restoran dan cafe yang ada di kawasan daerah pesaing

No.	Nama Resto/Café	Alamat
1	VIDA Muay Thai & Coffee	Jalan Jalur Sutera Kav. 25B-C No. A-11, Alam Sutera, Serpong, RT.002/RW.006, Pakulonan, Ke`c. Tangerang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15325
2	Amigo Gym	Ruko Griya Loka Blok RC3/17 Sektor 1.2 BSD, Rawa Buntu, Serpong, Rw. Buntu, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15321

Sumber : Penelusuran google, Desain penulis, 2021

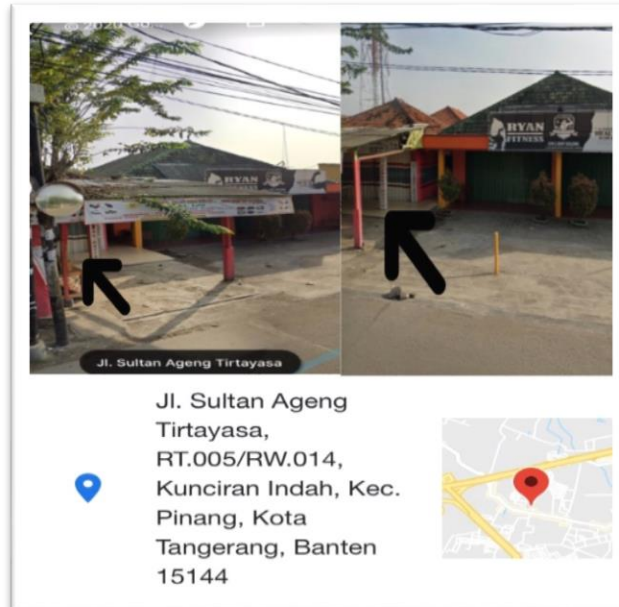
Restoran atau *Café* diatas adalah pesaing – pesaing yang berada di sekitar kawasan *cafe* penulis dan konsepnya hampir sama dengan *cafe* penulis. Restoran atau *cafe* diatas lebih mementingkan kualitas tempat dan produk untuk menjadi daya tarik pembeli, Sedangkan Gym Cafe penulis memiliki keduanya dengan menjual *Coffee, Milk, Juice, Tea, Soft Drink, Mocktail*. Dengan menjual makanan yang berprotein, serta menyediakan tempat gym untuk berolahraga bisa juga tempat untuk menunggu dan bersantai jika teman/keluarga sedang berolahraga di Gym Cafe penulis. Menurut penulis hal inilah yang dapat menjadi daya tarik lebih untuk konsumen.

Strategi memilih lokasi usaha yang strategis merupakan hal yang perlu diperhatikan sebelum membuka usaha. Dalam strategi pemasaran, adanya pemilihan lokasi usaha ini menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha begitu juga sebaliknya, jika lokasi usaha tidak strategis maka penjualan pun juga tidak akan terlalu bagus.

Untuk itu sebelum memulai sebuah usaha, penulis memilih terlebih dahulu tempat usaha yang paling tepat untuk pemasaran usaha penulis, lakukan riset dan bandingkan beberapa pilihan tempat sebelum menentukan lokasi yang paling strategis bagi usaha penulis.

Gym Café sudah direncanakan untuk didirikan di Kota Tangerang, Lebih tepatnya berada di Jl. Sultan Ageng Tirtayasa, RT.005/RW.014, Kunciran Indah, Kec. Pinang, Kota Tangerang, Banten 15144. Lokasi yang penulis dan rekan usaha pilih adalah lokasi yang sangat strategis, karena banyaknya penduduk dan besarnya pendapatan penduduk di lokasi tersebut. Lokasi yang penulis pilih juga sangat mendukung karena berdekatan dengan kantor, apartemen dan perumahan keluarga. Tempat ini dulunya adalah tempat warung makan dan sekarang penulis dan rekan usaha penulis berencana untuk memulai usaha di tempat tersebut.

Gambar 1. 4
Lokasi Gym Cafe



Sumber : Google maps, 2021

C. Visi dan Misi

- Visi

- Menjadikan Coffee Shop yang ada di Kota Tangerang memiliki khas tersendiri yang memiliki tempat *fitness* dengan membuat kualitas produk yang berkualitas, sehat dan bernutrisi.

- Misi

- Memberikan kualitas pelayanan dan penyajian makanan yang terbaik.
- Menawarkan produk sehat yang aman bagi kesehatan.
- Menumbuhkan pengetahuan dan keterampilan karyawan guna mencapai performa operasional yang baik dan maksimal.

D. SWOT Analysis

Empat komponen SWOT yang saling terkait dapat memberi kemudahan bagi seseorang dalam sebuah usahanya untuk mencapai visi dan misi yang telah ditetapkan. Adapun manfaat nyata analisis tersebut, perusahaan akan mudah menentukan langkah ke mana saat permasalahan itu datang di lain waktu.

Menurut Rangkuti dalam Dj. Rusmawati (2017:918), definisi “Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenght*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).”

Berdasarkan teori yang sudah penulis telaah dari berbagai sumber, maka dari itu penulis akan menjabarkan analisis SWOT dari *cafe* yang akan dibuat :

1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan dari *Gym Café* adalah tempat fitness dan cafe yang bernuansa seperti di hotel, memudahkan pelanggan untuk mendapatkan makanan dan minuman yang berprotein dan bernutrisi. Pelanggan juga bisa mendapatkan kupon *fitness* gratis setiap pembelian diatas Rp. 100.000,00 dengan mengumpulkan lima buah kupon, pelanggan bisa menikmati fasilitas fitness di *Gym Café* selama seminggu.

Dengan ini konsumen yang belum tertarik untuk berolahraga, akan tertarik untuk mencobanya. Dan itu akan menjadi keuntungan kedua belah pihak. Jika

konsumen tidak tertarik untuk berolahraga, maka kupon bisa digunakan oleh pihak lain dengan persetujuan konsumen. Karena jika kupon tidak digunakan, masa aktif kupon akan kadaluarsa selama sebulan.

2. Kelemahan (Weakness)

Kelemahan dari *Cafe* ini adalah lahan parkir yang tidak cukup luas yang hanya untuk lahan parkir motor saja, karena ketersediaan area yang tidak cukup luas dan terbatas. Kelemahan lainnya penulis akan teliti kembali setelah *Café* ini telah terimplementasikan.

3. Peluang (Opportunity)

Peluang dari pembuatan *cafe* penulis adalah konsep dengan gaya hidup sehat yang jarang di temui di daerah Tangerang, juga untuk menarik konsumen dengan memberikan pelayanan atau produk yang terbaik dan berkualitas. Banyak juga yang sangat tertarik datang ke *café* untuk bercengkrama dengan teman atau keluarga dengan menambahkan sarana olahraga di dalam *cafe* penulis, dan hal ini yang akan menjadi promosi dan kesempatan penulis untuk mendapatkan konsumen.

4. Ancaman (Threats)

Setiap bisnis pasti memiliki ancaman yang terlihat maupun yang belum terlihat. Ancaman *cafe* ini adalah sudah adanya restoran dan cafe yang lebih ternama dengan konsep hampir mirip dengan *cafe* penulis, yang ditakutkan adalah konsumen akan lebih cenderung memilih *cafe* ternama dibanding restoran atau cafe yang baru dengan harga sebanding, tetapi ancaman ini tidak begitu berarti dikarenakan model dari Gym *Café* ini tidak terlalu banyak dan penulis juga akan

memberikan produk dan pelayanan terbaik agar menarik perhatian konsumen di daerah Kota Tangerang.

E. Spesifikasi Produk/ Jasa

Suatu bisnis usaha perlu menjual suatu produk kepada konsumen yaitu produk dan jasa pelayanan. Menurut Kotler & Amstrong, (2001:346) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memperoleh perhatian, dibeli, dan dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Produk yang ditawarkan oleh Gym Café terdiri dari produk makanan dan minuman yang sehat. Produk makanan yang ditawarkan adalah *set menu dan a'la carte menu*, yang termasuk kedalam kategori makanan *starter bites, maincourse, dan dessert*. Produk yang akan ditawarkan adalah makanan sehat seperti, *Bread* yang dapat memberikan sistem imun pada tubuh, memperlancar peredaran oksigen dan sel darah merah. *Slice fruit* untuk asupan vitamin agar menjaga keseimbangan asupan gizi dan juga *Potato* untuk menjaga kesehatan tulang dan keseimbangan tubuh. Lalu *Salad* meningkatkan sistem kekebalan tubuh untuk melawan serangan virus dan bakteri dan juga *Calamari* menjaga kesehatan tulang, kemudian *Boiled Chicken* untuk meningkat masa otot. *Soft Shell Crab* untuk menurunkan berat badan dan melindungi kesehatan jantung serta *Puding* melancarkan peredaran darah dan menjaga kadar kolesterol.

Untuk produk minuman yang ditawarkan berupa minuman *non – alcoholic beverage* seperti, *tea, coffee, mocktail, fresh juice* dan *fresh milk.*, *Coffee* dapat meningkatkan stimulan bagi tubuh dan terasa lebih segar dan berenergi. Penulis

juga membuat produk *Fresh Juice* terhadap konsumen untuk asupan vitamin agar menjaga keseimbangan asupan gizi. dan *Fresh milk* meningkatkan pembentukan otot karena nutrisi dan protein yang ditemukan dalam susu. Lalu *Tea* sangat bermanfaat sebelum berolahraga dikarenakan menambahkan stamina bagi tubuh.

F. Jenis/ Badan Usaha

Cafe adalah jenis usaha yang penulis ambil, *café* adalah suatu restoran kecil yang mengutamakan penjualan *cake* (kue-kue), *sandwich* (roti isi), kopi dan teh. Pilihan makanannya terbatas dan tidak menjual minuman yang beralkohol. Ciri - ciri konsep dari *cafe* dapat dilihat dari desain interiornya, biasanya berwarna dasar yang gelap, untuk desain mebel biasanya ada sofa, meja rendah dengan vas bunga yang simpel dan tidak memenuhi meja. Eksterior dari *café* selalu menarik dan nyaman untuk dipandang, seperti lukisan atau patung yang bisa menjadi ciri khas dari *café* tersebut.

Café juga memiliki musik yang sangat lembut dan tidak berisik, umumnya memainkan lagu klasik atau instrument yang merdu, musik seperti ini sangat membantu untuk konsumen yang sedang ingin mengerjakan tugas atau sedang ingin menikmati suasana tenang sambil meminum kopi yang dipesan. Terakhir disetiap tempat duduk *café* harus menyediakan colokan untuk mengisi daya baterai telepon genggam atau laptop, *Wi-Fi*-pun harus ada disetiap *café* yang dimana ini akan menjadi nilai tambahan yang sangat baik agar konsumen tetap berada didalam *café*.

Jenis badan usaha yang akan digunakan Gym Cafe ini adalah jenis CV (Persekutuan Komanditer) yaitu suatu bentuk badan usaha persekutuan yang

didirikan oleh dua orang atau lebih dimana beberapa anggotanya memiliki tanggung jawab yang tak terbatas dan sebagian anggota lainnya memiliki tanggung jawab yang terbatas. Menurut pengertian dari sumber diatas bahwa jenis usaha CV (Persekutuan Komanditer) sesuai dengan pasal 19 Kitab Undang – Undang Hukum Dagang (KUHD), dalam membuat CV minimal harus ada 2 orang pendiri atau lebih, satunya berperan sebagai sekutu aktif dan lainnya sebagai sekutu pasif.

G. Aspek Legalitas

Sebagai warga Negara Indonesia untuk membangun sebuah usaha diperlukan izin dari pemerintah dan warga di daerah sekitar pembangunan usaha sebagai salah satu taat pada hukum yang berlaku. Sebuah usaha harus melegalkan usahanya agar bermanfaat bagi masyarakat sekitar untuk kemajuan usahanya. Legalitas yang dimaksud berupa izin yang sah secara hukum terhadap kegiatan usaha yang akan dijalankan penulis, dibawah ini adalah prosedur dan syarat pendirian CV :

- Akta notaris pendirian CV
- Domisili perusahaan
- NPWP badan usaha
- Pendaftaran pengadilan negeri
- SIUP (Surat ijin usaha perdagangan)
- TDP (Tanda daftar perusahaan)