

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kota Bandung merupakan salah satu destinasi wisata di Jawa Barat yang mengalami perkembangan pariwisata yang sangat pesat. Hal tersebut karena kota Bandung memiliki keanekaragaman seperti budaya, wisata alam, kuliner, fashion hingga tempat rekreasi dan hiburan. Selain itu perbaikan infrastruktur prasarana bagi masyarakat Bandung terus ditingkatkan oleh pemerintah kota Bandung agar menarik lebih banyak wisatawan yang datang ke kota Bandung,

Dalam beberapa tahun terakhir budaya Korea selatan menjamur di Indonesia. Sumber : Peggy, "Kuliner Korea makin populer di Indonesia" Bukan hanya anak muda namun orang tua pun banyak menggemari hal-hal yang berbau Korea, hal ini karena masuknya budaya Korea ke Indonesia seperti, Kpop, Kdrama, Kbeauty. Disadari atau tidak, apa yang mereka makan pasti jadi kiblat bagi para penggemarnya. Tidak hanya di Indonesia, fenomena ini juga terjadi di negara-negara lain, terutama Asia, mengingat popularitas artis Korea di Singapura, Thailand, atau Filipina. Bukan kejutan jika sajian seperti Bibimbap, Kimbap, atau Kimchi jadi populer di komunitas penggemar Korea

Namun tidak semua kalangan dapat menikmatinya, selain harga nya yang mahal makanan Korea saat ini hanya dapat di jumpai di restaurant- restaurant, tertentu terutama di kota Bandung banyak restaurant korea.

Dalam menjalankan usaha pelaku usaha harus memberikan kepuasan terhadap konsumen baik dari pelayanan atau produk yang kita jual terhadap konsumen. menurut Kotler (2000 : 50) “salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya” dalam peryantaan ini ada beberapa hal yang dapat memuaskan konsumen yaitu, produk, nilai pelayanan, nilai personal dan nilai image(citra).

## **B. Gambaran Umum Bisnis Korean Street Food**

Jenis bisnis : Umkm

Nama bisnis : Jinjaroo9

Lokasi Usaha: Taman kuliner legok salapan kota Bandung

### **1. Deskripsi Logo dan Nama**

Jinjaroo9 adalah jajanan jalanan/makanan atau minuman yang siap santap yang dijual oleh penjaja jalanan. nama Jinjaroo9 berasal dari kata ungkapan “jinjaro” yang memiliki arti “beneran” yang berfilosofi jajanan khas Korea yang beneran enak dan angka “9” dikarenakan berlokasi di taman legok salapan.,

Jinjaroo adalah kedai makanan yang menjual berbagai aneka makanan Korea dengan kosnsep *street food*/makanan jalanan, alasan mengapa penulis

menggunakan konsep *street food* dikarenakan street food cenderung terjangkau dari segi modal, dan target pembeli lebih luas karena dapat dijangkau oleh masyarakat dari berbagai kalangan.

### Gambar 1

#### LOGO USAHA



*Sumber : Olahan penulis, 2021*

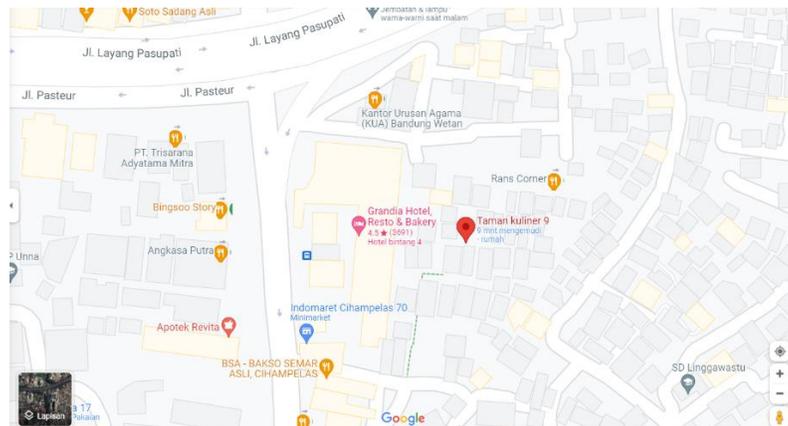
Gambar 1 di atas adalah logo dari Jinjaroo9 logo ini dibuat secara simpel hanya dengan bertuliskan nama usaha, dan ditambahkan dengan tulisan Korea di atas tulisan Jinjaroo9 yang memiliki makna yang sama. Namun walaupun terlihat simpel, penulis tetap mendesain semenarik mungkin agar terlihat menarik oleh pengunjung.

## 2. Identitas bisnis Logo dan Alamat Perusahaan

Rencana lokasi usaha ini berada di Jl. Cihampelas No.84, Tamansari, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat, atau lebih sering dikenal taman kuliner legok salapan. Taman kuliner legok 9 Tempatnya persis di persimpangan Cihampelas-Pasteur, di bawah Flyover Pasupati alasan mengapa

penulis memilih lokasi ini dikarenakan selain tempatnya yang produktif untuk beraktivitas dan berwirausaha tempat ini pun menjadi alternative wisata di kota Bandung .

**Gambar 2**  
**LOKASI USAHA**



*Sumber: <http://maps.google.com>, 2021*

### C. Visi Dan Misi

#### 1) Visi

Menjadikan makana Korea dapat di konsumsi, oleh semua kalangan dengan harga yang terjangkau dan rasa yang internasional

#### 2) Misi

- Mampu menciptakan lapangan pekerjaan
- Mampu menghadirkan makanan korea yang berkualitaas,sehat serta hiegienis
- Mampu mengembangkan usaha di berbagai tempat agar terjangkau oleh masyarakat.

#### 3) Tujuan

Memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

#### D. SWOT Analisis

**Tabel 1**  
**SWOT ANALYSIS**

<b>Strength</b>	<b>Weakness</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga yang terjangkau</li> <li>2. Memiliki rasa yang tidak kalah saing dengan restaurant</li> <li>3. Mudah dijangkau</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Waktu dagang relative lebih singkat</li> <li>2. Bergantung dengan cuaca</li> <li>3. Mengharuskan bongkar pasang tenda</li> </ol>
<b>Oppurtunity</b>	<b>Threats</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsumen makanan di kota bandung tak terbatas mulai dari kalangan anak anak hingga dewasa</li> <li>2. Bandung sebagai kota wisata, pelajar, kuliner</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kompetitor membuka toko di lokasi terdekat.</li> <li>2. Jam tutup yang terbatas di saat pademi ini</li> <li>3. Muncul pesaing yang mencari untung Dengan membuka usaha yang sama</li> </ol>

(Sumber : olahan penulis, 2021)

#### E. Spesifikasi Produk dan Jasa

Dalam menjalankan bisnisnya penulis harus menjelaskan apa saja produk yang akan dijual kepada konsumen, berkaitan hal tersebut penulis membuat tabel berupa beberapa Produk dan spesifikasi produk yang akan di jual kepada konsumen, sebagai berikut.

**Tabel 2**  
**SPESIFIKASI PRODUK DAN JASA**

Nama Prodak	Spesifikasi Produk
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rabboki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Topoki 100 gr</li> <li>• Ghonjuang 10 gr</li> <li>• Mie 100 gr</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Odeng</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Odeng</li> <li>• ghonjuang</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corndod</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keju mozarella</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Topoki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Topoki 100 gr</li> <li>• Ghonjuang 10 gr</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moza chicken crispy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chicken filet 100 gr</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moza chicken skin</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chicken skin 100 gr</li> <li>• Moza skin 10 gr</li> </ul>

(Sumber : olahan penulis, 2021)

#### **F.Bussines Model Canvas (Bmc)**

Business Model Canvas atau yang sering disebut dengan BMC merupakan sebuah strategi manajemen yang digunakan untuk membantu merancang sebuah perencanaan bisnis perusahaan. Perencanaan tersebut harus didasarkan oleh beberapa hal seperti infrastruktur, keuangan, pelanggan, nilai perusahaan dan produk. BMC ini sendiri pada awalnya diciptakan oleh Alexander Osterwalder di tahun 2005.

BMC ini akan lebih mudah untuk membantu memvisualisasikan ide atau konsep bisnis yang sedang kamu lakukan. Hal ini banyak digunakan karena kemudahan dalam proses pembuatannya yang lebih ringkas dan mudah untuk dipahami. Berikut merupakan Business Model Canvas dari Jinjaroo9 Korean Street

**TABEL 3**

**BUSINESS MODEL CANVAS ( BMC )**

Key Patner	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships
*Pasar/supermarket  *Mitra gofood/grab food Suplier penyedia bahan-bahan impor	*produksi  *Marketing Pembelian bahan baku	*Kemasan menggunakan desain yang menarik  *Tersedia berbagai macam varian makanan Korea  *Harga yang terjangkau	*memberikan discount kepada konsumen di hari-hari besar  *memberikan promo lewat platform media sosial
Customer Segments	Key Resources	Channels	Cost Structure

<ul style="list-style-type: none"> <li>• mahasiswa</li> <li>• wisatawan asing/lokal</li> <li>• Masyarakat Lokal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pekerja yang kompeten</li> <li>• alat masak yang praktis dan moderen</li> </ul>	Aplikasi pemesanan makanan online (Gojek, Grab, ShopeeFood) Media sosial (Instagram, Facebook, Youtube, TikTok)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• biaya sewa tempat</li> <li>• biaya bahan baku</li> <li>• biaya pekerja</li> </ul>
Revenue Streams			
• Hasil penjualan produk			

Sumber Olahan : Penulis 2022

## G. Jenis Badan usaha

Dalam menjalankan suatu usaha, pelaku usaha harus memilih badan usaha sesuai. Mengapa dalam menjalankan bisnis kita harus memilih badan usaha? Adapun manfaat kita memiliki badan usaha adalah, mempermudah dalam keuangan dan kemudahan dalam pendirian, kemudahan memperoleh modal dan sesuatu yang diwajibkan oleh undang-undang. Dalam hal ini penulis memilih badan usaha mikro kecil menengah (UMKM) karena lebih fleksibel dan mengikuti perkembangan zaman berikut syarat-syarat Umkm

- Jenis barang yang ada pada usahanya tidak tetap, atau bisa berganti sewaktu-waktu
- Tempat usahanya bisa berpindah sewaktu-waktu
- Sumber daya manusia (SDM) di dalamnya belum punya jiwa wirausaha yang mumpuni
- Pada umumnya belum punya surat izin usaha atau legalitas, termasuk NPWP

## H. Aspek Legalitas

Dalam pelaksanaannya pelaku usaha, harus mengurus surat izin usaha mikro kecil (Umkm), maka pelaku usaha harus memenuhi persyaratan sebagai berikut.

- Melampirkan surat pengantar dari rt atau rw setempat terkait lokasi usaha.
- Memiliki ktp setempat
- Memiliki kartu keluarga
- Memiliki pas photo berwarna ukuran 4x6 cm
- Mengisi formulir IMUK yang telah tersedia

Selanjutnya, Lurah atau Camat yang sudah diberikan pendelegasian untuk pengurusan Izin Usaha oleh Bupati atau Walikota melakukan pengecekan syarat-syarat pengajuan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK). Jika persyaratan sudah lengkap, maka Pemohon izin usaha bisa mendapatkan IUMK. Namun jika syarat - syarat belum lengkap, maka Lurah atau Camat berhak mengembalikan syarat - syarat tersebut untuk dilengkapi terlebih dahulu