

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Bandung terletak pada posisi 107°36' bujur timur dan 6°55' lintang selatan. Luas wilayah Kota Bandung adalah 16.729,65 Ha. Perhitungan luas ini didasarkan pada Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung Nomor 10 Tahun 1989 tentang Perubahan Batas Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung sebagai tindak lanjut dari Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1987 tentang Perubahan Batas Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung.

Kota Bandung dikenal dengan kekayaan kuliner. Wajar saja jika Bandung menjadi destinasi wisata kuliner di Indonesia. Jenisnya pun beragam, mulai dari jajanan hingga menu pokok, seperti seblak, siomay, batagor, cimol dan masih banyak lagi. Tak cukup soal jajanan, masih ada banyak sekali kuliner yang menarik di Kota Bandung.

Salah satu jenis makanan yang sudah cukup lama dikenal oleh banyak orang adalah *sticky rice* atau yang biasa kita kenal yaitu ketan. Makanan tradisional asal Jawa Barat ini tentu sudah tak asing lagi ditelinga para pecinta kuliner dengan sebutan ketan bakar. Ketan bakar biasa kita temukan di daerah Lembang, biasa para penjual menjajakan ketan bakar di pinggir jalan daerah Lembang, Bandung.

Sebenarnya, ketan bakar tidak hanya bisa ditemukan di Lembang saja, di kawasan Alun-Alun pun sudah banyak penjual ketan yang menggunakan pikulan yang menjajakan ketan bakar. Disini para pejalan kaki bisa membelinya kemudian duduk di kursi kecil yang sudah disediakan oleh para penjualnya sambil menyantap ketan bakar dengan ditemani suasana dingin Kota Bandung.

Seiring berjalannya waktu, dari tahun ke tahun *sticky rice* atau ketan merupakan salah satu produk makanan yang mulai kurang peminatnya, karena kalah saing dengan makanan-makanan lain yang lebih kekinian. Faktor ini yang membuat penulis ingin mengangkat kembali produk ketan yang mulai kurang akan peminat karena kalah saing dengan produk dessert yang sudah kekinian seperti berbagai macam *dessert box* diantaranya seperti *chocolate dessert box*, *oreo dessert box*, *durian dessert box* serta masih banyak lagi.

Di era pandemi seperti ini yang dapat dikatakan sudah mulai kembali normal, masyarakat Kota Bandung sudah mulai beraktivitas seperti biasa, seperti bekerja full time, lalu beberapa tempat umum seperti kafe ataupun restoran sudah mulai kembali beroperasi walaupun jam operasional dibatasi hingga jam 10 malam. Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat Kota Bandung sudah kembali menjalankan aktivitas mereka masing-masing namun tetap mematuhi beberapa protokol kesehatan.

Selama manusia masih makan dan minum, maka bisnis makanan dan minuman tidak akan pernah berhenti walaupun di era pandemi seperti ini, karena itulah penulis berencana mempunyai usaha bisnis terkait produk

ketan yang seperti penulis katakan diatas sebelumnya untuk kembali mengangkat produk ketan yang sudah mulai dilupakan oleh masyarakat Kota Bandung.

Berbicara mengenai *sticky rice* atau ketan, tentunya sudah tidak asing bila mendengar nama *mango sticky rice*. *Mango sticky rice* merupakan produk ketan putih yang di kombinasikan dengan buah mangga, dan disajikan dengan saus santan kelapa. Makanan ini berasal dari negara Thailand, dan saat ini sudah banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia khususnya masyarakat kota Bandung. Disini penulis akan memadukan antara ketan bakar sebagai makanan tradisional Jawa Barat dengan *mango sticky rice* yang berasal dari negara Thailand.

Saat ini sudah banyak usaha bisnis yang menjual produk *mango sticky rice* di kota Bandung yang bermunculan di sosial media melalui aplikasi *instagram*, dan di aplikasi *online* seperti *Gofood* dan *Grabfood*, namun belum ada *sticky rice* yang dicampur dengan buah lain selain mangga. Maka dari itu, penulis berencana membuat produk *sticky rice* dengan buah lain selain mangga yaitu diantaranya buah durian, kiwi, strawberry dan leci. Inovasi ini muncul agar dapat membuat pencinta produk olahan ketan dapat mencoba sensasi baru dari buah lain tidak hanya mangga saja. Usaha bisnis yang penulis buat ini merupakan produk *fruity sticky rice* dikarenakan penulis ingin membuat produk *sticky rice* atau ketan dengan berbagai macam buah di dalamnya.

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang usaha ini dengan

menyusun tugas akhir dalam bentuk perencanaan bisnis yang berjudul
**“PERENCANAAN USAHA KEDAI *FRUITY STICKY RICE* DI KOTA
BANDUNG”**.

TABEL 1.1
BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)
KEDAI FRUITY STICKY RICE DI KOTA BANDUNG

<p>Key Partners</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Supplier bahan baku ● Aplikasi online (Grab, Gojek) ● Virtual Payment 	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Membeli bahan baku yang berkualitas ● Mengolah berbagai macam buah dengan ketan ● Mempromosikan produk usaha ● Memperhatikan kebersihan dan kualitas produk 	<p>Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tempat kedai yang nyaman ● Dapat dikonsumsi untuk semua kalangan ● Harga yang terjangkau ● Packaging yang menarik 	<p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Promosi dan diskon pada hari raya ● Diskon 10% untuk para pelajar dengan menunjukkan kartu pelajar 	<p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Para remaja ● Pecinta dessert ● Pecinta makanan berbahan dasar ketan ● Anak-anak sekolah
	<p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Modal pribadi ● Pegawai ● Bahan Baku ● Peralatan dan perlengkapan yang digunakan 		<p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Media sosial ● Customer testimony (mouth to mouth) ● GoFood dan GrabFood ● Help (Delivery App) ● Banners 	
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pembelian bahan baku ● Biaya internet ● Pemakaian gas ● Gaji pegawai ● Biaya promosi ● Biaya sewa lahan 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Daily sales ● Product sales 		

Sumber: Olahan Penulis, 2021

Pada tabel 1.1 terdapat *business model canvas* dari *Vin's Fruity Sticky Rice*. *Business model canvas* pertama kali diperkenalkan oleh

Alexander Osterwalder dalam bukunya yang berjudul *Business Model Generation*. Dalam bukunya tersebut, Alexander Osterwalder mencoba menjelaskan sebuah *framework* sederhana untuk mempresentasikan elemen-elemen penting yang terdapat dalam sebuah model bisnis. Pembuatan *business model canvas* bertujuan untuk membantu perusahaan merancang perencanaan proses bisnis dan menetapkan serta memvalidasi poin penting dalam bisnis seperti sumber daya, aktivitas, hubungan yang akan dijalin dengan pihak terkait, pendapatan, hingga pengeluaran yang harus dikeluarkan.

B. Gambaran Umum Bisnis

Salah satu kunci sukses memulai usaha adalah adanya kemampuan menuangkan ide-ide atau gagasan yang dapat menghasilkan nilai ekonomi atau komersial, yang biasa disebut dengan perencanaan bisnis (*business plan*). Menurut Supriyanto (2009:75) perencanaan bisnis adalah rencana-rencana tentang apa yang dikerjakan dalam suatu bisnis ke depan meliputi alokasi sumber daya, perhatian pada faktor-faktor kunci dan mengolah permasalahan-permasalahan dan peluang yang ada. Berkaitan dengan perencanaan bisnis atau sebuah usaha, rencana bisnis penulis adalah membuka sebuah usaha kedai. Pengertian kedai menurut Budiningsih (2009:51) adalah sebuah tempat yang memiliki pilihan makanan yang sangat terbatas dan menjual minuman sejenis *soft drink*, teh, kopi dan cemilan.

Dalam sebuah usaha, diperlukan nama sebuah usaha, dan beserta logo yang mendeskripsikan identitas sebuah usaha. Dalam bukunya yang

berjudul “*How to They Think*” menurut Sularko (2008:6) logo adalah sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberikan suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan, bahwa logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya. Berikut logo yang penulis buat untuk perencanaan usaha Kedai *Fruity Sticky Rice* di Kota Bandung.

GAMBAR 1.1
LOGO VIN'S FRUITY STICKY RICE



Sumber: Desain Penulis, 2021

Nama kedai yang penulis buat adalah *Vin's Fruity Sticky Rice*. *Vin's Fruity Sticky Rice* mendeskripsikan nama dari penulis, *Vin's* yang diambil dari suku kata terakhir dari kata “Kevin” sebagai pemilik usaha bisnis ini dan nama *Fruity Sticky Rice* yang menjelaskan produk ketan dengan berbagai rasa yang dijual. *Background* dari logo yang berwarna kuning yang mendeskripsikan kebahagiaan, keceriaan dan rasa optimis dari penulis untuk usaha bisnis ini. Lalu, warna *font* dari kalimat *Vin's Fruity Sticky Rice* yang berwarna hitam penulis pilih agar terlihat jelas dibaca oleh orang umum. Serta warna hitam yang melambangkan keyakinan dan kepercayaan diri dari penulis terhadap bisnis kedai ini untuk maju. Lalu, terdapat gambar sebuah

mangkuk yang berisi ketan putih dan berbagai jenis buah yaitu buah mangga, strawberry, dan kiwi.

Adapun lokasi dari *Vin's Fruity Sticky Rice* bertempat di wilayah Kota Bandung. Pengertian lokasi menurut Swastha (2002:24) adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda. Dengan begitu, penulis membuka usaha yang berlokasi di daerah Kota Bandung yang ramai akan orang-orang yang berlalu lalang dan strategis karena dekat dengan pusat jajanan Sudirman Night Market.

Dapat dilihat dari gambar 1.2, 1.3 dan 1.4 untuk lokasi dari *Vin's Fruity Sticky Rice* yang berdomisili di Jalan Cibadak No. 249, Astanaanyar, Kota Bandung, Jawa Barat 40241. Tempat ini penulis sewa dalam kurun waktu 1 tahun dengan harga sewa dalam setahun nya yaitu Rp 18.000.000,- . Tempat usaha ini cukup luas dengan memiliki luas 10 x 16 meter.

Lokasi ini cukup strategis karena kawasan Cibadak berjajar toko-toko beserta para pedagang kaki lima yang menjual berbagai jenis makanan dan minuman, serta tempat yang sering didatangi oleh orang-orang yang nongkrong saat siang hingga malam hari. Lokasi ini juga dekat dengan kawasan Sudirman Night Market sehingga pada saat *weekend* pun banyak orang yang menghabiskan waktu *weekend* nya di kawasan ini. Sehingga lokasi ini sangat cocok untuk didirikan sebuah usaha bisnis makanan.

GAMBAR 1.2
LOKASI VIN'S FRUITY STICKY RICE



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

GAMBAR 1.3



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

**GAMBAR 1.4
DENAH LOKASI**



Sumber: Google Maps, 2021

C. Visi dan Misi

Setiap jenis usaha pasti memiliki visi atau tujuan dari didirikannya sebuah bisnis. Berkaitan dengan ini, *Vin's Fruity Sticky Rice* memiliki visi yaitu menjadikan *Vin's Fruity Sticky Rice* sebagai kedai *sticky rice* utama di kota Bandung dan menjadi ikon kuliner di kota Bandung. Selain itu, penulis memiliki slogan yaitu “*Healthy and Delicious Dessert*” yang memiliki arti bahwa produk yang dijual oleh penulis memiliki khasiat menyehatkan tubuh karena ketan memiliki kandungan nutrisi yang baik serta baik untuk metabolisme tubuh, lalu buah-buah yang disajikan pun pastinya memiliki kandungan yang menyehatkan tubuh. Contohnya mangga baik untuk mencegah kanker dan menurunkan kolesterol, durian yang bagus untuk mencegah penyakit jantung dan menurunkan gula darah, strawberry yang bagus untuk menjaga kesehatan jantung, kulit, mata, serta menekan resiko terkena kanker, kiwi yang bagus untuk mempercepat proses penyembuhan luka dan baik untuk menjaga sistem pencernaan serta leci yang bagus untuk mencegah kanker dan membantu menurunkan berat badan.

Pengertian misi menurut Wibisono (2006:46) adalah rangkaian kalimat yang menyatakan tujuan atau alasan eksistensi organisasi, yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik berupa produk ataupun jasa.

Misi dari *Vin's Fruity Sticky Rice* adalah

1. Menjual produk ketan dengan berbagai rasa buah yang dapat dinikmati oleh banyak orang.
2. Memperhatikan kualitas bahan baku yang dipakai sehingga dapat menjaga kualitas produk yang dijual.
3. Memberikan pelayanan terbaik dari setiap produk yang kami tawarkan.
4. Menjaga kebersihan serta memberikan rasa nyaman untuk para tamu.

D. SWOT Analisis

SWOT adalah singkatan dari *Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*. Seperti namanya, Analisis SWOT merupakan suatu teknik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk mengevaluasi Kekuatan/kelebihan (*Strength*), Kelemahan/kekurangan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), dan Ancaman (*Threats*) dalam suatu bisnis usaha. Menurut Hendro (2011:133) peluang bisnis berasal dari sebuah inspirasi, ide, atau kesempatan yang muncul untuk dimanfaatkan bagi kepentingan seseorang baik dalam kehidupan sehari-hari atau dalam bisnis. Berdasarkan empat faktor diatas, maka penulis membuat analisis SWOT pada

“Perencanaan Usaha Kedai Fruity Sticky Rice di Kota Bandung”, berikut penulis jabarkan keempat faktor tersebut.

a. *Strength* (Kekuatan/Kelebihan)

Kekuatan/kelebihan dari usaha ini adalah:

- Menjual produk ketanyang berbeda dengan produk lainnya.
- Menjual varian rasa buah yang berbeda-beda dalam sebuah produk ketan.
- Lokasi yang strategis sehingga mudah dijangkau oleh banyak orang.

b. *Weakness* (Kelemahan/Kekurangan)

Kelemahan/kekurangan dari usaha ini adalah:

- Usaha kedai ini belum diketahui oleh masyarakat.
- Mengeluarkan produk baru sehingga belum memiliki peminat yang setia.

c. *Opportunity* (Kesempatan)

Kesempatan untuk penulis dalam usaha ini adalah

- Belum adanya usaha makanan berjenis *sticky rice* di daerah lokus.
- Menjadi tempat usaha baru di lokus berjenis *dessert* sehingga dapat menarik perhatian masyarakat sekitar.
- Lokasi yang strategis dan mudah ditemukan karena berdekatan dengan pusat jajanan yaitu Sudirman Street Market.

d. Threat (Ancaman)

Ancaman bagi usaha ini adalah

- Ketatnya persaingan dalam usaha bisnis dessert.
- Kapasitas tamu yang datang tidak terlalu besar dikarenakan luas bangunan yang tidak terlalu besar.

E. Spesifikasi Produk

Produk yang ditawarkan penulis dalam usaha bisnis ini adalah *fruity sticky rice* yang memiliki lima varian rasa buah di dalamnya beserta saus santan kelapa. Berikut ini variasi menu yang penulis jual beserta resep nya.

1. Mango Sticky Rice

Untuk bahan-bahan pembuatan ketan nya antara lain:

- 150 gram beras ketan putih
- 75 ml santan kelapa
- 4 sdm gula pasir
- 1 sdm garam
- 1 lembar daun pandan

Beserta 100 gram buah mangga

Untuk bahan-bahan pembuatan santan atau fla nya:

- 130 ml santan
- 100 ml air
- 1 sdm tepung maizena
- 1 sdt garam

- 1 lembar daun pandan

2. *Durian Sticky Rice*

Untuk bahan-bahan pembuatan ketan nya antara lain:

- 150 gram beras ketan putih
- 75 ml santan kelapa
- 4 sdm gula pasir
- 1 sdm garam
- 1 lembar daun pandan

Beserta 60 gram durian

3. *Tropicana Sticky Rice*

Untuk bahan-bahan pembuatan ketan nya antara lain:

- 150 gram beras ketan putih
- 75 ml santan kelapa
- 4 sdm gula pasir
- 1 sdm garam
- 1 lembar daun pandan

Beserta 3 buah kiwi, 3 buah strawberry, 3 buah leci

Untuk bahan-bahan pembuatan santan atau fla nya:

- 130 ml santan
- 100 ml air
- 1 sdm tepung maizena

- 1 sdt garam
- 1 lembar daun pandan.

Tiga resep diatas untuk membuat satu porsi *fruity sticky rice*. Dengan membuat varian rasa berbeda membuat produk *sticky rice* penulis memiliki pilihan untuk para konsumen nya sehingga mereka dapat mencoba *sticky rice* dengan varian rasa baru selain yang sudah ada di Indonesia yaitu *mango sticky rice*.

F. Jenis/Badan Usaha

Jenis badan usaha Kedai *Vin's Fruity Sticky Rice* merupakan jenis usaha Perusahaan Perseorangan (PO). PO merupakan salah satu bentuk bisnis yang dimiliki oleh satu orang atau pemilik tunggal, sedangkan pengusaha perseorangan adalah pemilik dari suatu perusahaan perseorangan.

Perusahaan Perseorangan (PO) memiliki ciri-ciri diantaranya adalah:

- Kepemilikan dimiliki oleh pemilik tunggal.
- Merupakan usaha kecil atau UKM (Usaha Kecil dan Menengah)
- Modal kecil, jenis produk
- Jumlah produksinya terbatas
- Tenaga kerja sedikit
- Alat produksi dan teknologinya cukup sederhana

Perusahaan Perseorangan (PO) adalah badan usaha atau perusahaan yang dimiliki, dikelola, dan dipimpin oleh individu. Sehingga tanggung

jawab atas aktivitas dan resiko perusahaan ditanggung oleh individu tersebut.

Menurut UU No. 9 Tahun 1995 kriteria usaha kecil adalah:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 1.000.000.000,- (Satu Miliar Rupiah)
3. Milik Warga Negara Indonesia (WNI)
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar.
5. Berbentuk usaha perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum termasuk koperasi.

Jadi dapat dikatakan Kedai *Vin's Fruity Sticky Rice* merupakan jenis usaha yang bersifat Perusahaan Perseorangan (PO). Namun seiring berjalannya waktu bisnis ini akan berkembang dan menjadi salah satu bisnis yang diminati oleh banyak orang.

G. Aspek Legalitas

Dari segi legalitas usaha, Kedai *Vin's Fruity Sticky Rice* pastinya akan membuat legalitas terpercaya dan bersertifikat, seperti: sertifikat halal, BPOM, sampai pada perjanjian usaha. Sertifikat halal dan BPOM berguna untuk memastikan produk yang ditawarkan 100% halal dan aman untuk para tamu yang ingin menikmatinya. Selain itu, memiliki beberapa dokumen

badan hukum untuk melaksanakan usaha bisnis sebagai bekal agar usaha yang dilaksanakan dapat berjalan lancar di kemudian hari.

Berikut dokumen legalitas yang harus dimiliki saat membuka usaha kedai:

1. Fotokopi KTP pemilik kedai.
2. NPWP (Nomor pokok wajib pajak)
3. Pas foto 3 x 4 pemilik kedai.
4. Surat pengantar dari kelurahan dan kecamatan, yang berisi pengakuan bahwa pemohon adalah benar warga setempat dan hendak membuka usaha sebagaimana dimohonkan.
5. Sertifikat tanah (jika tempat usaha adalah milik sendiri), atau Surat Sewa Guna Bangunan (jika tempat disewa dari pihak lain)
6. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang diterbitkan kelurahan dan kecamatan.
7. Menyertakan fotokopi Surat Izin Mendirikan Bangunan (IMB) yang masih berlaku dan sesuai kegiatan usaha.