

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Terkadang kita merasa bingung dengan istilah obesitas dan kelebihan berat badan atau overweight. Keduanya adalah faktor risiko berbagai penyakit kronik, yaitu diabetes mellitus tipe 2, penyakit jantung koroner dan pembuluh darah, hipertensi, stroke dan berbagai jenis kanker.

Lalu apa yang membedakan di antara kedua tersebut? Overweight adalah keadaan berat badan seseorang diatas berat badan orang normal pada umumnya. Obesitas adalah keadaan dimana terjadinya penumpukan lemak pada tubuh yang berlebih, sehingga membuat berat badan seseorang jauh di atas normal.

Berdasarkan dari Riset Kesehatan Dasar atau Riskesdas Indonesia tahun 2010, persentasi kelebihan berat badan atau Overweight dan Obesitas pada penduduk usia dewasa di atas 18 tahun tercatat sebesar 21,7%. Persentasi Obesitas lebih tinggi di daerah perkotaan dibanding di daerah pedesaan, dan juga lebih tinggi pada kelompok yang berpendidikan lebih tinggi seperti yang bekerja sebagai PNS/TNI/Polri/Pegawai. Berdasarkan pada jenis kelamin, persentasi Obesitas pada perempuan lebih tinggi (26,9%) dibanding laki-laki (16,3%).

Termasuk pada penderita diabetes biasanya harus memperhatikan pantangannya supaya pengobatan lebih cepat dan optimal. Seperti Susu, minum susu memang baik supaya mendapatkan kalsium dan menjaga kebugaran tubuh, tetapi pada penderita diabetes lebih baik menghindari minum susu dan menggantinya dengan susu kedelai atau sayuran hijau lainnya. Penderita diabetes

juga disarankan untuk tidak mengonsumsi Yogurt, karena yogurt yang beredar di pasaran sekarang mengandung gula hingga mencapai 20 gram.

Susu kedelai adalah alternatif untuk orang-orang yang alergi pada susu sapi. Secara teknis, susu kedelai bukan lah susu seperti pada susu sapi, tetapi adalah minuman yang terbuat dari sari kacang kedelai. Susu kedelai juga populer di kalangan vegetarian, karena bahan dasarnya yang berasal dari tumbuhan.

Perbedaan yang cukup mencolok dari kedua jenis susu ini terletak pada beberapa kandungan nutrisinya. Secangkir susu kedelai tanpa pemanis umumnya mengandung kurang lebih 80-100 kalori, sementara susu sapi bisa mencapai 150 kalori. Karena susu kedelai bersumber dari nabati (tumbuhan), maka jenis susu yang satu ini tentu memiliki kandungan lemak jenuh yang rendah, serat yang lebih tinggi, dan bebas dari kolesterol.

Begitu pula dengan jumlah nutrisi lainnya dalam susu kedelai yang lebih rendah, yakni sebanyak 4 gram (gr) karbohidrat dan 4 gr lemak. Sedangkan secangkir susu sapi mampu menawarkan 12 gr karbohidrat dan 8 gr lemak. Meski begitu, jumlah kandungan protein dalam kedua susu ini hampir setara, yaitu sebanyak 8 gr dalam susu sapi dan 7 gr dalam susu kedelai.

Sekarang ini sangat banyak orang yang sengaja memilih susu kedelai dibanding susu sapi sebab manfaat kesehatan yang ditawarkannya. Tetapi manfaat kedelai sampai sekarang masih menjadi perdebatan, walaupun diterima secara umum bahwa susu kedelai mengandung sejumlah besar senyawa yang sangat sehat. Sehingga penulis ingin menjelaskan keuntungan mengganti produk yang akan di tawarkan dengan mengganti bahan susu sapi menjadi susu kedelai. Dan

untuk membuktikannya dengan tidak menggagalkan produk yang di bikin yaitu **“Black Soya Ice Cream”**.

Penulis berencana mendirikan **Black Soya Ice Cream shop** di Kota Bandung. Dengan maraknya ice cream di khalayak umum dan tentu jika dikonsumsi terus menerus akan mengakibatkan kegemukan atau penyakit lainnya, dengan ini saya mengubahnya menjadi berbahan soya atau susu kedelai dan tentunya juga menjadi vegan ice cream dan bisa dikonsumsi buat yang diet dan juga untuk yang tidak bisa makan yang berbahan hewani, dan juga saya modifikasi menggunakan warna carcoal yang mengubah warna ice cream menjadi hitam dan kekinian. Ditambah jumlah usaha yang mementingkan kesehatan masih sedikit. Hal tersebut yang melatar belakangi penulis mendirikan dengan nama **health&yum**.

Seperti ice cream pada umumnya walaupun terbuat dari bahan nabati dan rendah gula tetapi **Black Soya Ice Cream** ini tetap bisa dinikmati khalayak umum seperti ice cream biasa dan tentunya tanpa takut gemuk atau rendah lemak. Sayangnya ada beberapa orang yang tetap saja tidak suka susu kedelai dan tetap memilih ice cream tinggi lemak dan tidak memikirkan kesehatan. Dengan ini kita mengikuti tren dengan memberi sensasi warna yang unik dan kekinian dengan memberi warna carcoal agar disukai oleh khalayak umum.

Dilihat dari pendiri soya ice cream yang minim di Kota Bandung, peluang pendirian **health&yum** shop ini cukup besar, dikarenakan masyarakat mulai menanamkan pola hidup sehat dan beralih ke produk dengan bahan rendah lemak dan kolestrol. Penjualan **Black Soya Ice Cream** di Bandung pun masih

bersifat jarang dan belum ada modernisasi dalam penyajian produk, sehingga *health&yum* ingin mengubah pola pikir masyarakat mengenai ice cream yang sehat dan menjadikannya sebagai gaya hidup masyarakat Indonesia.

## **B. Gambaran Umum Usaha Sejenis / Pesaing**

Dalam penelitian perlu dilakukan studi tentang para pesaing, dengan melakukan hal tersebut, pemilik cenderung lebih jelas dalam melihat posisi mereka di pasar yang ada dan tau bagaimana cara mengembangkan bisnis yang dimiliki. Menurut ( Basrowi. 2011. Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi. Bogor : Ghalia Indonesia ) “Pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan”.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dari pesaing yaitu produk, mutu kemasan dan label. Kemudian bandingkan kelebihan dan kekurangan pesaing dengan produk yang dimiliki sehingga dapat diketahui strategi apa yang harus digunakan oleh perusahaan.

Pesaing biasa dikategorikan menjadi dua yaitu pesaing langsung dan pesaing tidak langsung. Pesaing langsung adalah pesaing yang menawarkan produk yang sama, sedangkan pesaing tidak langsung adalah pesaing yang tidak sama tetapi tetap berdampak dengan bisnis yang dikelola. Berikut adalah beberapa pesaing langsung *health&yum* :

**TABEL 1.1****Daftar Pesaing Langsung health&yum**

NO	NAMA	LOKASI
1	Kusuka Healthy & Fresh	Jl. Cijeruk No. 11
2	Bing:Taiwan Healthy Drink & Delivery	Jl. Jendral Ahmad Yani No.29B

Sumber : Olahan Penulis, 2020

Dapat dilihat dari tabel 1.1, pada nomor 1 yaitu Toko Kusuka Healthy & Fresh adalah tempat makan keluarga yang menawarkan Healthy Ice Cream yang disajikan di mangkuk bulat sebanyak kurang lebih 200 gr dengan harga kurang dari Rp.50.000,- / orang

Tidak hanya produk, Toko Kusuka Healthy & Fresh memberikan suasana tempat yang nyaman dengan dekorasi unik, sehingga sangat tepat bila dikunjungi bersama keluarga dan dari kalangan remaja. Sedangkan pada nomor 2 merupakan Toko Bing:Taiwan Healthy Drink & Delivery yang menawarkan produk Taiwanese ice cream dan minuman yang berbahan dari buah buahan dan berbagai jenis tea. Jenis ice cream dan minuman yang ditawarkan cukup beragam seperti Taiwan's mango ice cream, season fruit ice cream, ice cream black tea. Harga yang ditawarkan berkisar antara Rp. 24.000,- hingga Rp. 39.000,-. Sedangkan pesaing tidak langsung *health&yum* adalah sebagai berikut :

**TABEL 1.2****Daftar Pesaing Tidak Langsung health&yum**

NO	NAMA	LOKASI
1	Babbo Gelato	Jl. Terusan Sutami No. 10
2	Haagen Dazs	Jalan Sukajadi No.131-139
3	Baskin Robbins PVJ	Jalan Sukajadi No.131-139
4	I Scream for Ice Cream	Jl. Hariangbanga No.17

5	Es Lilin Kita-kita	Jl. Taman Kopo Indah I
6	Sour Sally Paris Van Java	Jl. Sukajadi No.131-139
7	Mixolato Gelato	23 Paskal Shopping Center
8	Hulala Ice Cream Roll	Jl. Gatot Subroto No.289

Sumber : Olahan Penulis, 2020

Pada tabel 1.2 merupakan pesaing tidak langsung *health&yum*. Pesaing menjual produk ice cream yang baik untuk kesehatan sehingga memiliki kemiripan dengan ice cream yang ditawarkan *health&yum*.

Apabila ice cream yang baik untuk kesehatan mulai berkembang dan peminatnya mulai meningkat ada kemungkinan *ice cream shop* tersebut akan menjual produk vegan ice cream, atau menambahkan produk yang dimiliki dengan bahan-bahan alami sehingga pesaing langsung dari *health&yum* akan bertambah.

Dilihat dari produk yang ditawarkan pesaing, dan adanya peminat ice cream yang baik untuk kesehatan, penulis ingin menawarkan konsep baru dalam menyajikan ice cream untuk mendapatkan sebagian pasar yang sudah menjadi konsumen usaha ice cream. *Health&yum* menawarkan ice cream yang baik untuk kesehatan dalam kemasan gelas plastic dan cone sehingga mudah dibawa dan dapat dinikmati dimanapun. Jenis ice cream yang ditawarkan yaitu ice cream yang terbuat dari bahan nabati yaitu berbahan susu kedelai dan yang telah dimodifikasi dengan pewarna charcoal. Dari harga yang ditawarkan cukup terjangkau dibandingkan beberapa pesaing yaitu kisaran antara Rp. 15.000,- hingga Rp. 20.000,- untuk satu gelas dengan ukuran 200 ml. Sehingga terdapat peluang dalam membuka *health&yum* shop karena memiliki konsep yang berbeda dari pesaing yang ada.

### C. Analisis Peluang dan Hambatan

Dalam suatu perencanaan bisnis diperlukan adanya analisis peluang dan hambatan yang biasa disebut dengan SWOT. SWOT merupakan singkatan dari *strengths* (kekuatan) , *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang) dan *threats* (ancaman).

Tujuan dari analisis SWOT yaitu untuk mendapatkan informasi mengenai aspek penting dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada perusahaan. Berikut ini adalah analisis SWOT *health&yum* shop :

#### a. *Strengths* (kekuatan)

Dilihat dari gambaran umum usaha sejenis / pesaing, *health&yum* memberikan konsep yang berbeda dalam penyajian ice cream. Menawarkan ice cream yang dibuat dari bahan yang serba alami dan tentunya baik untuk kesehatan sehingga tidak perlu khawatir untuk mengkonsuminya dan dapat dinikmati kapanpun. Memberikan sajian ice cream yang telah dimodifikasi agar diminati generasi muda. *Health&yum* menawarkan variasi produk yang beragam, harga yang ditawarkan lebih terjangkau dari beberapa pesaing yang memberikan harga tinggi untuk satu porsi ice cream.

#### b. *Weakness* (kelemahan)

Kurangnya minat masyarakat untuk mementingkan kesehatan mereka dan hanya memilih untuk menikmati ice cream yang tinggi akan lemak dan pengetahuan masyarakat tentang kesehatan masih kurang.

c. *Opportunity* (peluang)

Masyarakat yang mulai beralih ke pola hidup sehat dilihat dari riset AIA *Healthy Living Index* tahun 2018. Dilihat dari data pesaing, belum ada *ice cream shop* yang memberikan konsep yang sama dalam menyajikan ice cream.

d. *Threats* (ancaman)

Dilihat dari data pesaing, penjual ice cream menawarkan produk yang bervariasi dan tentu juga sangat menarik konsumen. Kemungkinan munculnya pesaing dimasa mendatang dikarenakan ice cream yang mulai berkembang. Produk mudah ditiru karena bahan yang sederhana.

#### **D. Jenis / Badan Usaha dan Struktur Personalia**

Menentukan jenis badan usaha merupakan hal yang harus diperhatikan dalam pembukaan bisnis, karena penentuan badan usaha sudah menjadi hal yang akan memudahkan pemerintah untuk menentukan pajak dan legalisasi perizinan usaha. Dalam perencanaan bisnis *health&yum* penulis menggunakan jenis badan usaha perseroan komanditer yang biasa disebut juga dengan CV.

Pemilihan CV dikarenakan prosedur pembuatan yang lebih mudah dibandingkan PT dan harga yang lebih murah. Digunakannya badan usaha dalam pembuatan *health&yum* shop karena rencana pengembangan usaha yang akan menambahkan beberapa shop baru di lokasi yang berbeda sehingga dengan memiliki badan usaha dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat, mitra yang ingin bekerjasama dalam membuka shop baru, bahkan *investor* yang ingin menanamkan modal usaha.



Menurut pasal 19 Kitab Undang – Undang Hukum Dagang (KUHD) CV adalah perseroan yang didirikan oleh beberapa orang yang saling bertanggung jawab dan bertindak sebagai pemberi pinjaman uang kepada pihak lain yang akan bertindak sebagai pelaksana CV tersebut.

Dapat diketahui bahwa CV dibentuk oleh dua orang atau lebih. Pertama, bertindak sebagai sekutu komplementer, yaitu pemilik modal yang berperan aktif dan pemberi kebijakan terhadap berjalannya badan usaha. Kedua, merupakan sekutu komanditer, yaitu pemilik modal yang tidak berperan aktif dalam badan usaha tersebut.

Dalam pembuatan CV, terdapat persyaratan yang harus dipenuhi Menurut Setianto, Jehani, Budiman, Jehadun, Agnes (2008 : 68) Terdapat persyaratan dan proses dalam pendirian CV yaitu :

1. Nama dan alamat serta pekerjaan dari para pendiri.
2. Penetapan nama dan logo CV.
3. *Company Profile* yang menjelaskan tentang sifat Persekutuan Komanditer pada masa yang akan datang, apakah bersifat khusus atau terbatas untuk menjalankan sebuah perusahaan cabang secara khusus.
4. Waktu mulai beroperasinya CV tersebut.
5. Pendaftaran akta pendirian di Pengadilan Negeri harus diberi tanggal.
6. Klausul-klausul lain penting yang berkaitan dengan pihak ketiga terhadap sekutu sendiri.

Setelah terkumpulnya persyaratan yang akan digunakan, berikut adalah proses dalam pembuatan CV :

1. Mereka yang telah diberi kuasa oleh pengurus untuk mendaftarkan badan usaha tersebut ke notaris yang telah mempunyai izin operasi di daerah domisili CV yang akan didirikan
2. Mengisi formulir yang telah disediakan kemudian menyerahkan kembali kepada petugas dnegan melampiri persyaratan-persyaratan yang sudah ditentukan.

3. Ketika semuanya diserahkan kepada petugas maka 14 hari kemudian pemilik/pendiri perusahaan akan menerima hasil pengajuan tersebut.

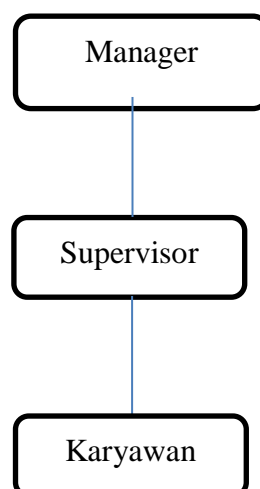
Dalam menjalankan usaha perlu adanya struktur organisasi agar menggambarkan tugas dan tanggung jawab di dalam suatu perusahaan. Hal tersebut dapat memudahkan perusahaan dalam melakukan pengendalian terhadap setiap bagian agar pekerjaannya dilakukan dengan baik dan teratur.

Menurut Suprihanto (2014 : 116) “Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan”.

Pembuatan *health&yum* shop ini memiliki struktur organisasi yang sederhana, dikarenakan sesuai dengan kebutuhan dan meminimalisir pengeluaran. Berikut adalah struktur organisasi yang dibuat dalam perencanaan bisnis *health&yum* shop :

**GAMBAR 1.3**

**Struktur Organisasi health&yum**



Sumber : Olahan Penulis, 2020

## **E. Lokasi**

Pemilihan lokasi merupakan salah satu hal yang penting dalam perencanaan bisnis. Sebaik apapun ide bisnis yang dimiliki, akan sia-sia jika pemilihan lokasi yang tidak tepat. Menurut Kotler (2009) lokasi merupakan segala sesuatu yang menunjukkan berbagai kegiatan bisnis untuk membuat produk agar mudah diperoleh oleh pelanggan dan selalu tersedia bagi pelanggan..”Perencanaan usaha *health&yum* shop akan berlokasi di Mall Cihampelas Walk.

Mall merupakan tempat yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk membeli berbagai jenis produk seperti peralatan rumah tangga, bahan makanan dan minuman. Mall dikunjungi oleh berbagai kalangan, mulai dari anak – anak, remaja, orang dewasa dan lanjut usia, sehingga mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan target pasar yang diinginkan. Menurut hasil wawancara dengan ibu Stephanie pada bagian *marketing tenant*, pengunjung Mall Cihampelas Walk sebanyak kurang lebih 2500 setiap harinya saat *weekday* dan meningkat dua kali lipat saat *weekend*. Data tersebut diambil dari jumlah kendaraan yang parkir setiap harinya tidak termasuk kendaraan online yang hanya menurunkan penumpang. Dilihat dari data tersebut, jika 10% pengunjung membeli produk ice cream, *health&yum* akan mendapatkan pelanggan sebanyak kurang lebih 200 pembeli setiap harinya.

### **GAMBAR 1.1**

#### **Lokasi Usaha *health&yum* shop**



Sumber : Observasi Penulis, 2020

Pada gambar 1.2 merupakan gambaran lokasi usaha *health&yum* yang terdapat di Mall Cihampelas Walk pada lantai Extension. Lokasi tersebut berada di dekat Potato Corner dan dekat dengan tempat kursus Bahasa Inggris EF.

### GAMBAR 1.2

#### Lokasi Sekitar Tempat Usaha



Sumber : Observasi Penulis, 2020