

Salah Satu contohnya adalah Boba atau bubble yang sekarang sedang banyak di gemari oleh konsumen, Boba adalah bola tapioca yang berasal dari tepung tapioca yaitu tepung dari singkong dan berbentuk bulat dengan warna coklat. Tapioca sendiri tidak memiliki rasa, sehingga rasa manis pada boba berasal dari gula atau madu yang direndam sebelum disajikan. Boba biasanya sebagai bahan pelengkap dari minuman bubble tea (Mengenal istilah boba, 2019).

Biro Pariwisata Taiwan yaitu Fanny Low mengatakan, awal mulanya boba terkenal karena diperkenalkan oleh Liu Han-Chieh, pemilik toko teh bernama “Chun Shui Tang” di Taichuang, Taiwan. Di negara Taiwan sendiri boba sudah ada sejak 20 tahun lalu. Sebelum terkenal dengan nama boba, boba adalah makanan manis tradisional yang di sebut ‘*Fen yuan*’ berupa pudding dari tapioca yang biasanya disajikan dengan gula dan es. Lalu, orang Taiwan menambahkan bola tapioca tersebut kedalam minuman es teh sebagai penikmat. Karena dominan masyarakat Taiwan menyukai minuman tersebut akhirnya toko milik Liu Han-Chieh memproduksi the boba tersebut lalu di jual (Sejarah singkat minuman boba , 2019).

Semakin berkembangnya jaman banyak produk boba asal Taiwan yang sudah membuka cabangnya di Indonesia seperti Xing fu tang, KOI, Tiger sugar & Onezo. Produk tersebut sudah familiar di kalangan generasi muda dan banyak yang menggemari produk tersebut, hingga rela mengantri ber jam-jam. Dengan adanya peluang usaha boba ini, banyak orang Indonesia yang membuka usaha boba ini dengan brand yang ia buat sendiri. Dan seiring berkembangnya trend, bubble tea pun terdiri dari berbagai varian rasa.

Bahkan, ada juga jenis boba lain yang dikenal dengan sebutan *pearl*. *Pearl* sebenarnya sama persis dengan boba, hanya saja yang membuat keduanya terlihat berbeda dari segi ukuran di mana *pearl* lebih kecil dari boba. *Pearl* biasanya akan disajikan dengan minuman yang dikenal dengan *pearl milk tea*. Sama seperti *bubble tea*, *pearl milk tea* pun kini sudah tersedia dengan berbagai varian macam rasa. Selain topping yang ditawarkan beragam oleh banyak kedai, berbagai macam hargapun berbeda-beda. Dari yang tertinggi hingga yang terendah.

Menurut Sugiyono, (2003:14) Penelitian kuantitatif, adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Berdasarkan teori tersebut diatas, maka penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan. Pengambilan sample kuisisioner dihitung menggunakan rumus slovin. Dalam perencanaan usaha kedai ini, penulis telah melakukan penelitian dengan menyebarkan kuisisioner khususnya kepada Mahasiswa dan pelajar Kota Cirebon. Berikut hasil dari penyebaran kuisisioner yang telah dilakukan oleh penulis:

TABEL 1.1
DATA PERMINTAAN KONSUMEN
N=100

No	Pertanyaan	Tanggapan	
		Ya	Tidak
1	Apakah anda penikmat minuman manis?	76	24
2	Apakah anda tertarik dengan produk yang di kreasikan, berbahan dasar boba?	81	19
3	Apakah >rp 25.000,- adalah harga yang tergolong mahal utuk segelas minuman boba berukuran 450ml?	65	35
4	Apakah anda tertarik dengan prodak boba dengan signature "boba cendol"	78	22
5	Apakah anda suka nongkrong di dalam mall atau tidak?	13	87

Sumber: Observasi Penulis, 2020

Penulis melakukan penelitian sebanyak 12x pada tanggal 4 januari sampai 9 februari setiap hari sabtu & minggu, observasi dilakukan di area sekolah dan kampus Kota Cirebon.

Dari 100 kuesioner yang disebarakan penulis kepada pelajar dan mahasiswa Kota Cirebon dengan umur 10 sampai 22 tahun, diketahui bahwa:

1. 76 orang sebagai penikmat minuman manis.
2. 81 orang tertarik dengan produk yang dikreasikan, berbahan dasar boba.
3. 65 orang mengatakan bahwa harga >Rp. 25.000,- tergolong mahal untuk segelas minuman boba.
4. 78 orang tertarik dengan produk boba yang menjual *Signature* menu boba cendol.
5. 87 orang memilih nongkrong di luar mall.

Kesimpulan data dari permintaan konsumen adalah banyak pelajar dan mahasiswa yang tertarik dengan produk yang di kreasikan dengan berbahan dasar boba, dan banyak juga peminat yang tertarik dengan boba cendol. Dapat juga di ketahui menurut konsumen, dengan harga >Rp. 25.000 yang di tawarkan di banyak kedai boba tergolong harga yang mahal. Dengan peluang ini penulis tertarik untuk membuka “**Kedai My Sweet Cup Di kota Cirebon**” dengan *signature* boba cendol dengan harga yang terjangkau.

GAMBAR 1.1
BISNIS MODEL CANVAL (BMC)
KEDAI MY SWEET CUP

<p>Key Partners</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distributor penjual tepung tapioca • Interior and building designers • Distributor bahan baku produk 	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membeli bahan baku produk yang berkualitas di supplier terbaik • Mengolah tepung tapioca menjadi boba • Menjual minuman berbahan dasar susu, gula dan boba • Mempromosikan produk boba 	<p>Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> • Boba cendol pertama di kota Cirebon • Mempunyai konsep yang unik yaitu kedai dalam garasi rumah 	<p>Customer Relationship</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promo dan diskon pada aplikasi virtual payment • Memberi diskon saat customers post produk di instagram 	<p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> • Remaja • Pecinta minuman boba • Anak-anak sekolah • Ibu-ibu yang sedang menunggu anaknya sekolah • Warga jalan pancuran • Pengemudi yang sedang melewati jalan pancuran
	<p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> • Staff • Ingredients • Equipment • Produk 		<p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> • Social media • Customer testimony (mouth to mouth) • Gofood/grabfood • Virtual payment • Flyers and banners 	
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biaya sewa tempat • Bahan baku • Gaji pegawai 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • Daily sales • Product sales 		

B. Gambaran Umum Bisnis

Pengertian bisnis menurut Steinhoff (1979:5) adalah bisnis merupakan sebuah kegiatan yang berkaitan untuk menyediakan barang dan jasa yang di butuhkan atau diinginkan oleh manusia. Sebelum memulai suatu bisnis, perlu menentukan dahulu produk apa apa yang ingin ditawarkan, pasar mana yang ingin di targetkan dan konsep apa yang ingin di gunakan. Umumnya usaha yang baru berjalan dan mempunyai target pasar menengah ke bawah akan mempunyai konsep kedai, menurut KBBI kedai merupakan tempat berjualan makanan atau minuman. *My Sweet Cup* memilih untuk menggunakan konsep kedai. Pemilihan konsep kedai dikarenakan bangunannya yang tidak terlalu luas dan harganya yang tidak mahal dan lokasinya terletak di pinggir jalan. Kedai *My sweet cup* menawarkan produk boba dengan inovasi baru yaitu memadukan trend minuman boba yang berasal dari Taiwan dengan *original taste* dari Indonesia seperti cendol dan klepon dengan menjual harga yang terjangkau.

Nama dan logo pada suatu usaha merupakan hal yang penting karena nama dan logo adalah identitas bisnis, dengan adanya nama dan logo pada suatu usaha membuat konsumen lebih mudah mengenali bisnis yang akan di buat. Dikutip dari Neumeier (2003:54), “Merek atau brand merupakan suatu pernyataan mengenai identitas bisnis, produk apa yang di tawarkan, dan keistimewaan apa yang ditawarkan sehingga produk tersebut layak untuk di pilih. Suatu bisnis harus mempunyai merek yang memiliki reputasi yaitu merek yang menjanjikan sehingga masyarakat dapat mempercayai dan memilih merek tersebut di banding pesaing yang ada.”

Dengan ini bisnis yang ingin di buat akan di beri nama *My Sweet Cup* dengan slogan *boba flavour Indonesia*, nama yang di berikan menjelaskan bahwa produk yang di tawarkan adalah suatu makanan atau minuman yang di sediakan dalam sebuah cup dengan memiliki rasa manis dan slogan *boba flavour Indonesia* menjelaskan bahwa produk yang ditawarkan berbeda dari produk pesaing dan memiliki cita rasa Indonesia. Sedangkan logo merupakan elemen gambar atau symbol pada identitas visual (rusman, 2009:12) logo merupakan hak cipta bisnis sehingga tidak dapat di tiru atau di bajak. Berikut logo yang di design oleh my sweet cup:

GAMBAR 1.2
LOGO MY SWEET CUP



Sumber: Desain penulis 2020.

Dari logo yang sudah dibuat yang tertera dalam gambar 1.1, penulis memilih background berwarna coklat, warna coklat pada background logo menggambarkan tanah yang subur yang berarti bahwa produk yang akan dijual nantinya dapat tumbuh dan berkembang memiliki banyak peminat. Pada logo tercantum nama *My sweet cup*, untuk memudahkan konsumen dalam mengingat nama dari kedai ini.

Tulisan tersebut diberi warna mocca, orange dan pink yang mempunyai makna sederhana, menyenangkan dan kreatif mengartikan bahwa produk yang akan di jual berasal dari bahan-bahan yang sederhana, dapat menyenangkan hati pembeli karena pelayanan dan cita rasa yang di berikan baik, dan memiliki inovasi baru yang kreatif. Lalu, gambar minuman boba dan pudding yang berada di sisi kanan tulisan menjelaskan bahwa produk yang di tawarkan berupa minuman boba dan pudding. Lalu slogan yang ada di bagian atas logo yaitu “*boba flavour indonesia*” menjelaskan bahwa produk yang akan memiliki varian boba cira rasa dari Indonesia.

Pemilihan lokasi saat membuka usaha, adalah hal yang perlu di perhatikan karena pemilihan lokasi merupakan bagian yang menentukan ke suksesan suatu usaha karena merupakan langkah untuk memaksimalkan peluang yang berasal dari ide atau gagasan bisnis tertentu (Bahri, 2019)

Lokasi yang baik untuk membuka usaha adalah lokasi yang memiliki dampak atau implikasi yang positif terkait dari proses-proses kegiatan pemasaran yang dilakukan. Menurut fu'ad (2015) lokasi usaha yang strategis adalah lokasi yang bersifat individual perusahaan, di mana hal ini sering disebut “pendekatan situasional” atau “*contingency*” dalam pengambilan keputusan semuanya bergantung. Secara umum, pemilihan lokasi usaha strategis bertujuan untuk memaksimalkan proses produksi dari kegiatan arau aktivitas ekonomi yang dilakukan untuk memaksimalkan peluang untuk mendapatkan laba setinggi-tingginya dengan memperhatikan pasar dan jenis bisnis yang akan di dirikan. Perencanaan kedai *My Sweet Cup* ini akan berlokasi di jln. Pancuran no 134A. kel. Sukapura, kejaksan kota Cirebon bangunan ini akan di sewa penulis selama 5 tahun

Berikut dibawah ini adalah tampak lokasi usaha:

GAMBAR 1.4 LOKASI TEMPAT USAHA



Sumber: google maps 2020

Pada gambar 1.2 dijelaskan Kedai my sweet cup ini rencananya akan di bangun di area garasi rumah dengan luas ruangan 4 x 6 Meter. lokasi ini merupakan lokasi yang strategis karena berada di pusat kota.

C. Visi Dan Misi

Masing-masing perusahaan pasti mempunyai goals ideal yang ingin di capai untuk menjadikan bisnisnya sukses. *Goals* tersebut akan di perjuangkan agar nilai dan kepercayaan perusahaan lebih jelas. Citra nilai dan kepercayaan ideal ini merupakan visi perusahaan, dengan kata lain visi adalah wawasan yang sangat luas untuk masa depan dari manajemen yang hendak di capai oleh perusahaan dalam waktu mendatang. Untuk bisa menggapai sebuah visi, perlu adanya proses yang dilakukan oleh perusahaan agar bisa mencapai goals yang di inginkan yaitu misi.

Berikut visi dan misi kedai *my sweet cup*:

Visi:

Menjadikan minuman boba sebagai minuman pilihan seluruh masyarakat Indonesia dengan tetap memiliki ciri khas dan rasa dari Indonesia.

Misi:

1. Menciptakan inovasi baru minuman boba dengan ciri khas dan citra rasa dari Indonesia.
2. Menyediakan aneka boba yang berbahan dasar unik dan bervariasi.
3. Menciptakan minuman boba yang dapat di gemari oleh semua kalangan usia.

D. SWOT Analysis

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

Dengan adanya analisis SWOT akan mendapatkan informasi penting mengenai aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada perusahaan.

Berikut adalah analisis SWOT dari kedai *My Sweet Cup*:

Strengths (kekuatan)

- Produk yang ditawarkan berbeda dari yang lain.
- Harga yang ditawarkan lebih terjangkau dari beberapa pesaing yang memberikan harga cukup tinggi untuk segelas minuman boba.
- Membuat boba yang sudah dimodifikasi agar bisa dinikmati oleh semua kalangan bukan hanya dinikmati oleh generasi muda saja.
- Lokasi yang strategis, sehingga mudah dijangkau atau ditemui.

Weakness (kelemahan)

- Lokasi kedai belum diketahui oleh banyak orang karena bukan berada di mall .
- Kedai ini belum dikenal oleh masyarakat
- Mengeluarkan produk baru yang belum mempunyai pelanggan setia.

Oppurtunity (peluang)

- Keunikan prodak yang belum banyak di produksi oleh pesaing.
- Menawarkan harga yang kompetitif.
- Memberika rasa yang berbeda dari produk boba yang lain.

Threats (ancaman)

- Ada trend baru yang lebih berkembang nantinya.
- Konsumen jenuh dengan prodak yang rasanya itu-itu saja.

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Saat membuka bisnis menentukan produk yang ingin ditawarkan merupakan hal yang sangat penting. Produk yang dihasilkan dan di tawarkan dalam suatu bisnis secara keseluruhan mencakup *tangible goods* ataupun *intangibile goods* (Solihin, 2014).

Produk yang di tawarkan oleh kedai *My sweet cup* adalah minuman boba dengan perpaduan rasa *original taste* dari Indonesia contohnya adalah cendol boba dan klepon boba Adapun menu yang ditawarkan selain minuman boba yaitu pudding cendol. Dibawah ini merupakan resep dari minuman cendol boba:

- 100gr tepung Beras
- 50gr tepung tapioca
- 100cc daun pandan
- 5gr Agar-Agar plam
- 100gr Gula aren
- 1cc pasta pandan
- 65ml santan
- 200ml fresh milk

Resep diatas untuk membuat cendol boba dalam 4 porsi, dengan adanya inovasi produk boba yang sedang di gemari oleh banyak kaum muda ini akan memberikan rasa yang berbeda yaitu pembeli akan merasakan boba rasa khas dari Indonesia.

Dengan adanya inovasi menu baru dari boba cendol penulis berharap minuman boba dengan flavor cipta khas dari Indonesia dapat meningkatkan minat anak-anak muda jaman sekarang dengan minuman khas Indonesia seperti cendol.

F. Jenis/Badan Usaha

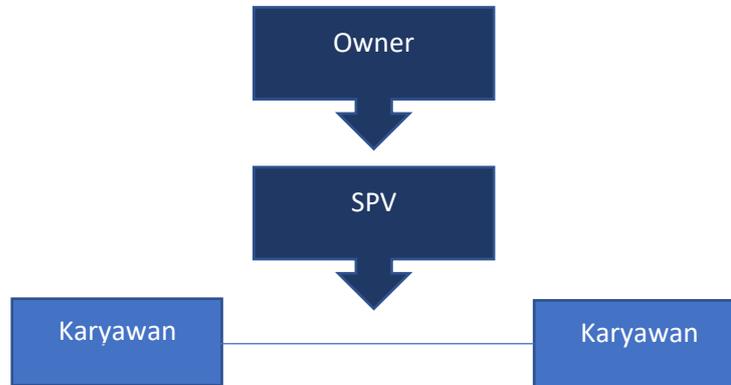
Dalam mendirikan kedai ini penulis memilih untuk menggunakan badan usaha perseorangan. Menurut Basswasta, definisi dari perusahaan perseorangan adalah bentuk bisnis yang dilakukan dan dijalankan oleh seseorang.

Seseorang tersebut yang bertanggung jawab penuh atas semua kegiatan dan perusahaan. Penulis menginginkan kedai ini hanya di kelola dan di kembangkan oleh diri sendiri dan keluarga. Menjadikan kedai ini sebagai usaha keluarga.

Menurut Cyril soffer (1973:220) Organisasi adalah perkumpulan orang-orang yang masing-masing memiliki peran tertentu dalam suatu sistem kerja dan pembagian kerja (yang terdapat dalam organisasi) di mana pekerjaan dibagi menjadi tugas-tugas dan didistribusikan kepada pelaksana tugas untuk mendapatkan suatu hasil.

Berikut pembagian struktur organisasi dalam *My Sweet Cup*:

TABEL 1.2
STRUKTUR ORGANISASI MY SWEET CUP



Sumber: Olahan penulis 2020

Berdasarkan tabel 1.4 penulis hanya mempunyai 3 pekerja, yaitu 1 SPV dan 2 karyawan karena kedai ini tidak terlalu besar.

G. Aspek Legalitas

Keharmonisan dan kemakmuran perusahaan adalah impian bagi setiap pengusaha keberadaan bisnis yang dapat diterima lingkungan umumnya mampu membawa manfaat bagi semua komponen masyarakat di sekitarnya. Keberlanjutan usaha selain ditentukan faktor-faktor fundamental bisnis berupa market, produksi, SDM, dan keuangan, juga ditunjang dan ditentukan oleh legalitas usaha. Jika legalitas dari usaha tersebut tidak ada atau tidak dapat diakses dari otoritas pemerintah melalui lembaga atau kantor yang sesuai, usaha tersebut tidak dapat berjalan atau beroperasi untuk waktu yang lama dan berkelanjutan (Ahmad Subagyo, 2007).

Berikut dokumen legalitas yang harus dimiliki saat membuka usaha kedai minuman baru:

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 seterusnya kecamatan. (Halim, 2019)