

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Kota Bandung merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang dikenal sebagai kota kembang dan merupakan ibu kota dari provinsi Jawa Barat. Letak geografisnya terletak di ketinggian 768 m di atas permukaan laut dan titik tertingginya yang berada di daerah utara Kota Bandung yaitu 1.050m di atas permukaan laut. Sebagai ibukota provinsi pertumbuhan penduduk di Kota Bandung meningkat setiap tahun nya. Dapat dilihat dari tabel berikut.

TABEL 1
Daftar Jumlah Penduduk Dan Laju Pertumbuhan Penduduk Kota Bandung
Tahun 2018 – 2020

Tahun <i>Year</i>	Jumlah penduduk <i>Population</i>
2018	3. 717. 291
2019	3. 775. 279
2020	3. 831. 505

Sumber : BPS Provinsi Jawa Barat, 2021

Berdasarkan table 1 tercatat pada tahun 2018 hingga tahun 2020 jumlah penduduk Kota Bandung meningkat

Dan dari segi wisata, Bandung merupakan salah satu destinasi wisata di Indonesia, yang menyuguhkan beragam jenis wisata mulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata belanja, hingga wisata kuliner, Hal ini menarik perhatian wisatawan domestik maupun mancanegara.

Dapat dilihat dari tabel berikut.

TABEL 2
Jumlah Wisatawan Mancanegara Dan Domestik Di Kota Bandung Tahun 2017 – 2019

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	M mancanegara	Domestik	
2017	432. 271	1. 431. 290	1. 863. 561
2018	-	5. 864. 721	5. 864. 721
2019	-	2. 442. 250	2. 442. 250

Sumber : BPS Provinsi Jawa Barat, 2021

Berdasarkan tabel 2 jumlah wisatawan Kota Bandung mengalami penurunan karena pandemi yang masih berlanjut hingga saat ini.

Wisata kuliner menjadi salah satu daya tarik untuk para wisatawan. Hal ini tidak lepas dari peranan para pelaku usaha dari pedagang kaki lima hingga restoran berbintang. Dilansir dari republika.co.id edisi 10 April 2020 Menurut Ketua Jaringan Pengusaha Nasional (Japnas) Jawa Barat (Jabar), Iwan Gunawan, “ pertumbuhan permintaan produk kuliner Bandung rata-rata melampaui 10 persen per tahun”. Tingginya pertumbuhan permintaan tersebut, kata dia, ditunjang oleh kuatnya *brand* Bandung sebagai pusat wisata kuliner.

Banyak wisata kuliner yang tersebar di Kota Bandung. Jenisnyapun beragam mulai dari pedagang kaki lima yang biasa berkeliling menjual dagangannya dengan gerobak, food court (kantin) yang menyuguhkan berbagai macam penjual makanan dan minuman yang beragam, angkringan yang menjajakan makanan murah, kedai dengan tempat sederhana namun asik untuk

dijadikan tempat berkumpul dengan teman, hingga restoran bintang lima yang menyajikan menu makanan dan minuman kelas atas.

Kedai merupakan salah satu bentuk usaha wisata kuliner. “Kedai, atau *caffe* atau *coffee shop* (kedai kopi) adalah suatu tempat yang menyediakan olahan minuman dan kudapan kecil. Namun seiring dengan perkembangan jaman *coffee shop* menyediakan kudapan kecil dan makanan berat”. (Departement Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta: Balai Pustaka, 1988). Kedai dapat menyajikan makanan dan minuman yang cukup beragam. Bahkan ada kedai yang memiliki produk utama atau produk unggulan, contohnya *coffe shop* (kedai kopi) yang menjual kopi untuk produk utama mereka. Melihat banyaknya kedai kopi yang tersebar luas di Kota Bandung penulis mempunyai ide yang berbeda. penulis melihat bahan baku teh sebagai produk utama.

TABEL 3
Jumlah Produksi Tanaman Teh Di Kota Bandung Tahun 2019

Kota	Pr oduksi tanaman teh (Ton)		
	Perkebunan rakyat	Perkebunan besar swasta	Perkebunan besar Negara
	2019	2019	2019
Bandung	3.579,00	8.937,00	16.235,41

Sumber : BPS Provinsi Jawa Barat, 2019

Seperti pada tabel 3 teh sebagai bahan baku utama mudah didapatkan di Kota Bandung. Hal ini mungkin berpengaruh kepada masyarakat yang cukup menggemari teh. Dilansir dari, TRIBUNNEWS.COM edisi Senin, 3 Juli 2017 penelitian yang dilakukan selama tahun 2016 dengan 4.456 responden yang menanggapi survei yang dilakukan menggunakan internet menyatakan bahwa 60 persen masyarakat Indonesia mengenal dan meminum teh hijau khas Jepang. Masih banyak varian jenis teh yang belum cukup dikenal oleh banyak orang, contohnya seperti teh putih, teh oolong, kombucha, dan cascara.

Alasan yang melatar belakangi ide penulis membuat perencanaan kedai teh adalah, masih kurangnya pelaku usaha kedai yang menyuguhkan teh sebagai produk utama. Bisa dilihat dari tabel berikut.

TABEL 4
Jumlah Usaha Kedai Teh Di Kota Bandung
Tahun 2021

NO	Nama Kedai	Jenis Usaha
		<i>Type of business</i>
1	Teapotto	Kedai
2	Tong tji tea house	Kedai
3	Teh upet	Kedai
4	Tea experience room by sila	Kedai
5	Gajua teh	Kedai
6	Teh bumi	Kedai

Sumber : Hasil Penelusuran Oleh Penulis, 2021

Dikarenakan sulitnya menemukan data yang sesuai, mungkin dikarenakan masih sedikitnya pelaku usaha kedai teh. Penulis melakukan penelusuran untuk mengetahui usaha kedai teh yang sudah ada di Kota Bandung.

Penulis melihat peluang usaha untuk mendirikan kedai teh di Kota Bandung, karena masih sedikitnya pelaku usaha kedai teh dan bahan baku yang melimpah di Kota Bandung. Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, penulis akan membuat perencanaan usaha yang berjudul

“PERENCANAAN BISNIS KEDAI TEA HOUSE DI KOTA BANDUNG”

B. Gambaran umum bisnis

Rencana bisnis merupakan dokumen tertulis yang dibuat oleh pelaku usaha untuk menjelaskan semua elemen internal dan eksternal terkait dalam memulai usaha baru. Hisrich dan Peters (2013) Dalam pengertian yang lebih sederhana rencana bisnis didefinisikan sebagai dokumen yang digunakan oleh perusahaan untuk menggambarkan situasi saat ini juga sebagai usulan bisnis di masa yang akan datang.

1. Deskripsi Bisnis

Salah satu kunci sukses memulai usaha adalah kemampuan menuangkan ide – ide atau gagasan yang dapat menghasilkan nilai ekonomi atau komersial, yang biasa disebut perencanaan bisnis (*Bussiness Plan*). Supriyanto (2009)

Sebuah perencanaan itu ibarat peta atau kompas yang dapat membantu mengarahkan kita untuk berjalan kearah tujuan yang hendak kita tuju. Apapun itu usaha yang ingin dijalankan, seharusnya seorang wirausaha dapat membuat perencanaan bisnis yang dapat dituangkan dapat bentuk tulisan, tujuannya agar dapat memudahkan mewujudkan bisnis secara nyata.

Rencana bisnis penulis adalah membuka sebuah kedai teh (*teahouse*). Kedai teh adalah sebuah istilah tempat seperti bar, restoran kecil dan murah atau tempat makan dan minum santai lainnya yang menyajikan teh sebagai produk utama serta makanan dan minuman lainnya. Nama kedai teh yang akan penulis rencanakan adalah “History Tea”.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Logo, memiliki kriteria yang akan memudahkan konsumen mengingat merk kita. Logo yang efektif dapat ditinjau dari bentuk, warna, dan ukuran yang unik, simple, fleksibel, dan tahan lama. Daru Redono (2013)

Nama usaha merupakan penghubung pertama antara banyak pelanggan dengan suatu perusahaan, dan nama itu haruslah menciptakan citra yang benar dalam pikiran mereka. Thomas W. Zimmerer dan Norman N.Scarborough (2008)

Sebagai bagian dari elemen tata rupa, warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuan dari sebuah karya desain. Dalam perencanaan identitas korporasi, warna mempunyai fungsi untuk memperkuat aspek identitas. Lebih lanjut dikatakan oleh Henry Dreyfuss bahwa warna digunakan dalam simbol - simbol grafis untuk mempertegas maksud dari simbol - simbol tersebut. Sadjiman Ebdy Sanyoto (2005)

GAMBAR 1
Gambar Logo Kedai Teh



Sumber : Olahan Penulis,2021

Logo History Tea adalah sebuah lumpang dan daun teh. Lumpang adalah alat tumbuk tradisional yang biasanya digunakan untuk menumbuk rempah – rempah atau kopi dan bahan baku lainnya. Lumpang dalam pembuatan teh bisa ditemukan, contohnya dalam pembuatan chai tea di India. Dan daun teh merupakan gambaran produk utama yang penulis sampaikan kepada konsumen. Penulis memilih warna coklat pada logo karena mengandung unsur bumi dan memberi kesan hangat dan nyaman. Juga Warna hijau yang identik dengan alam dan memberi suasana santai, sesuai dengan produk utama yang berbahan dasar tumbuhan.

Alasan penulis memilih nama history tea dikarenakan, penulis ingin menceritakan bagaimana teh ditemukan dan perjalannya hingga saat ini. Seperti yang kita tahu, mempunyai perjalanan sejarah yang cukup panjang.

3. Identitas Bisnis

- Nama Usaha : History Tea
- Bentuk Kepemilikan : Perusahaan Perseorangan
- Bidang Usaha : Kuliner
- Perizinan : -Surat Ijin Tempat Usaha (SITU)
-Surat Ijin Gangguan (HO)
- Alamat : Jl. Sukahaji no. 135 Gegerkalong, Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat.

Memilih lokasi usaha merupakan salah satu faktor penting yang dapat menunjang keberhasilan usaha anda. Prinsip dasar pemilihan lokasi usaha adalah tempat yang strategis. Ada 3 faktor penting dalam memilih tempat usaha, yaitu aman dari berbagai kemungkinan gangguan, lokasi yang nyaman, dan mudah dijangkau. Yudhy Wicaksono (2010).

Dengan memperhatikan faktor – faktor yang ada diatas, penulis telah menetapkan lokasi berdirinya bisnis kedai di Jl. Sukahaji no. 135 Gegerkalong, Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat.

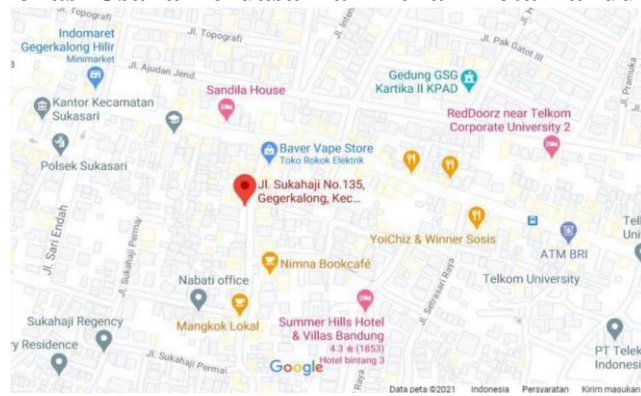
GAMBAR 2
Penampakan Lokasi Usaha



Sumber : <https://www.google.com/maps>

GAMBAR 3

Lokasi Usaha Berdasarkan Denah Kota Bandung



Sumber : <https://www.google.com/maps>

Lokasi tersebut merupakan ruko yang biaya sewanya sudah ditetapkan oleh pemilik. Alasan saya memilih lokasi tersebut adalah:

- Bangunan yang berada tepat dipinggir jalan
- Jalan yang dilalui cukup ramai
- Lokasi berdekatan dengan daerah perkantoran dan beberapa kampus ternama di Kota Bandung
- Tempat parkir yang cukup luas untuk menampung banyak kendaraan
- Sudah berdiri beberapa kedai dan cafe yang cukup ramai pengunjung

Gambar 4

Lokasi Kebun Teh



Sumber : hasil foto penulis

Gambar diatas adalah penampakan kebun teh milik keluarga yang menjadi salah satu sumber bahan baku penulis dalam merencanakan kedai teh di Kota Bandung, kebun teh ini berlokasi di kampung Nenggeng desa Neglasari kecamatan darangdan kabupaten Purwakarta.

C. Visi dan Misi

Visi dan misi merupakan panduan agar suatu usaha terus berkembang, tidak diam di tempat. Tim Gemini Writer (2008)

1. Visi

Menjadi *brand positioning of tea* sebagai kedai teh (*teahouse*) yang dapat memberikan pengetahuan tentang teh kepada masyarakat di Kota Bandung.

2. Misi

- a) Melakukan inovasi bahan olahan teh serta makanan dan minuman lainnya.
- b) Menyediakan tempat yang bersih, nyaman, dan menarik untuk dikunjungi.
- c) Memberikan pelayan yang prima dan ramah tamah.

D. SWOT Analysis

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*), dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*), dan ancaman (*Threats*). Freddy Rangkuti (2006).

TABEL 5
Analisis SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> • Harga produk yang terjangkau 	<ul style="list-style-type: none"> • Sarana promosi yang belum maksimal.
	<ul style="list-style-type: none"> • Semua kalangan dapat menikmati teh • Bahan baku mudah didapat 	<ul style="list-style-type: none"> • Kompetitor lain yang lebih kuat. • SDM yang tidak sesuai dengan standar.
Peluang (O) <ul style="list-style-type: none"> • Membangun inovasi produk teh. • Menarik konsumen dengan penawaran khusus • Tingkat persaingan yang masih rendah 	Strategi (SO) Inovasi produk untuk menarik konsumen di semua kalangan.	Strategi (WO) Memaksimalkan media sosial sebagai media promosi, dengan memberikan penawaran yang menarik.

Ancaman (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
<ul style="list-style-type: none"> • Rating buruk dari konsumen. • Ancaman imitasi produk dari pesaing. • Penawaran harga yang lebih murah dari pesaing. 	<p>Pengembangan produk secara berkala agar menghindari ancaman imitasi dari pesaing.</p>	<p>Pelatihan SDM dengan tenaga ahli agar bisa memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen.</p>

Sumber : Olahan penulis,2021

Dari Tabel 5 penulis menggunakan analisis SWOT untuk menganalisa perencanaan usaha kedai teh, dengan memberikan beberapa strategi.

E. Spesifikasi Produk / Jasa

Spesifikasi produk adalah uraian yang terperinci mengenai persyaratan kinerja barang / jasa atau uraian yang terperinci mengenai persyaratan kualitas material dan pekerjaan yang diberikan penyedia (*conformance*) barang dan jasa (Ely Arinawati dan Badrus Suryadi : 2019).

Penulis menyediakan lokasi usaha dengan konsep industrialis sebagai tema kedai, yang dilengkapi dengan fasilitas lainnya seperti :

- Wifi.
- Tempat yang nyaman dan bersih.
- Toilet.
- Mushola.
- Rak buku bacaan.
- Sambungan listrik disetiap meja.

Selain fasilitas untuk melengkapi kedai teh, penulis juga memaksimalkan pelayan dan promosi untuk menarik konsumen. Sedangkan dalam segi produk penulis memaksimalkan pengolahan teh dan dilengkapi dengan pilihan minuman dan makanan lainnya.

F. Jenis / Badan Usaha

Badan usaha adalah organisasi yang terdiri atas modal dan tenaga kerja, serta bertujuan mencari keuntungan. Bentuk badan usaha yang dipilih merupakan langkah awal yang akan menentukan langkah – langkah strategi selanjutnya dalam rangka mencapai tujuan. Mamat dan Nana (2006)

Pemilihan jenis usaha atau badan usaha tentu sangat penting untuk melihat efisiensi usaha seperti yang penulis rencanakan. Usaha yang penulis rancang termasuk kedalam kategori Badan Usaha Milik Swasta (BUMS). Jenis-jenis BUMS sendiri terdiri dari perusahaan perseorangan (PO), firma (Fa), Commanditaire Vennootsschap (CV), Perseroan Terbatas (PT).

Usaha perseorangan adalah badan usaha yang didirikan oleh seorang pengusaha. Bentuk dan organisasi usaha ini paling sederhana, dan pendiriannyapun mudah. Pada usaha perseorangan, tanggung jawab atas usaha terletak pada seorang secara tidak terbatas. Bambang Widjajanta (2007) Penulis menggunakan badan usaha perseorangan dikarenakan beberapa faktor kelebihan dan kekurangan, diantaranya adalah :

- Kelebihan
- Pemilik dapat menerima seluruh laba yang dihasilkan kedai.
- Kebebasan dan fleksibilitas pemilik dalam mengambil keputusan.
- Perizinan yang mudah.
- Modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar..
- Keberhasilan bisnis tergantung kepada pemilik.
- Kekurangan
- Pemilik memiliki tanggung jawab yang tidak terbatas.
- Sumber keuangan terbatas.
- Kesulitan dalam manajemen.

Dengan memperhitungkan faktor – faktor diatas penulis harus memaksimalkan strategi agar dapat berjalan lancar dan bertahan dalam usaha kedai teh.

G. Aspek Legalitas

Ketenangan dan keberlanjutan usaha menjadi harapan bagi tiap pengusaha. Ketenangan usaha dapat diperoleh jika lingkungan usaha menerima dan mendukung keberadaan usaha. Ahmad Subagyo (2007)

Pada UU Menteri No. 77 Tahun 2013 Pasal 1 ayat 1 menjelaskan perusahaan perdagangan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan kegiatan usaha di sektor perdagangan yang bersifat tet ap, berkelanjutan, didirikan, bekerja, dan berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia, untuk memperoleh keuntungan / laba.

Pada pasal 1867 Kitab Undang Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) menjelaskan, sewa menyewa adalah suatu perjanjian dimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk memberikan kepada pihak yang lainnya kenikmatan dari suatu barang selama suatu waktu tertentu dengan pembayaran sesuatu harga yang oleh pihak tersebut belakangan itu disanggupi pembayarannya.

Dalam Undang – Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan (“ UU Ketenagakerjaan ”) Pasal 88 – 90, yang direvisi melalui omnibuslaw atau UU Nomor 11 Tahun 2020 tentang cipta kerja. Setiap pekerja berhak atas penghidupan yang layak bagi kemanusiaan. Untuk itu, pemerintah pusat menetapkan kebijakan pengupahan yang meliputi upah minimum, struktur dan skala upah, upah kerja lembur, upah tidak masuk kerja, bentuk dan cara pembayaran upah, hal – hal yang diperhitungkan dengan upah, upah sebagai dasar perhitungan atau pembayaran hak dan kewajiban lainnya.

Dalam setiap usaha tentu ada peraturan yang ditetapkan, hukum yang berlaku dan diatur oleh negara. Sebagai bagian dari warga negara Indonesia, penulis harus mematuhi peraturan dan hukum tersebut untuk membangun suatu usaha diinginkan. Berikut perizinan yang penulis siapkan :

- Surat Keterangan Domisili Usaha (SKDU)
- Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

- Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP)
- Tanda Daftar Industri (TDI)
- Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK)