

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bandung selain terkenal karena keindahan alam dan kesejukan iklimnya juga terkenal karena wisata kulinernya. Seiring berjalannya waktu, *food and beverage industry* yang merupakan salah satu bidang yang telah memberikan kontribusi besar bagi pembangunan ekonomi nasional oleh salah satu sektor manufaktur terbesar. Sampai sekarang, pencapaian kualitas terus menerus meningkat, dimulai dengan posisinya dalam meningkatkan produktivitas, investasi serta peluasan lapangan pekerjaan. (Rahmawati, 2015)

Diyakini bahwa sektor makanan dan minuman akan terus menjadi primadona pada tahun 2020, terutama di industri pariwisata yang sedang mengembangkan wisata kuliner. Kementerian Perindustrian (Kemenperin) mengatakan pada 2018 bahwa bisnis makanan dan minuman mampu memberikan kontribusi sebesar 6,34% terhadap Produk Domestik Bruto nasional (PDB). Hal ini juga dipengaruhi oleh jumlah wisatawan Bandung yang baik mancanegara maupun domestik sehingga kebutuhan pasar industri kuliner juga semakin meningkat.

Hal ini cukup untuk menginspirasi orang Indonesia yang ingin memulai bisnis di industri makanan dan minuman dengan terus berinvestasi dalam pengembangan produk. Sebagian besar berpikir memulai bisnis akan dimulai dengan uang yang cukup besar. Pengusaha berpotensi memulai bisnis dengan uang yang cukup didukung oleh analisis bisnis dan perencanaan yang tepat. Jika bisnis berjalan dengan baik maka pendapatan yang diperoleh bisa cukup meningkat.

Penjual ini mengalami persaingan ketat untuk menangkap konsumen dan mengembangkan produk mereka.

Berbicara tentang bisnis kuliner, kuliner kota Bandung diwarnai dengan berbagai bentuk kuliner tradisional khas daerah Jawa Barat. Makanan dan minuman yang dikonsumsi oleh masyarakat asli Bandungpun tidak lepas dari kuliner masyarakat tradisionalnya. Selain makanan tradisionalnya, minuman tradisionalnya pun biasa dinikmati. Baik itu minuman hangat ataupun minuman dingin.

Minuman tradisional adalah sesuatu yang manusia warisi dari orang tua mereka dari generasi ke generasi, yang biasanya dikonsumsi oleh orang-orang dengan memanfaatkan bahan alami seperti daun, berbagai jenis rempah, buah-buahan atau pohon yang sudah menjadi ciri khas dari suatu daerah dengan rasa yang sudah sesuai dengan lidah masyarakat daerah tersebut (Amalia P. R., 2017). Bandung memiliki beberapa minuman tradisional, diantaranya adalah bandrek, bajigur, es goyobod, es oyen dan sebagainya.

Ingredients atau bahan dalam pembuatan minuman tradisional merupakan bahan herbal pilihan yang berdampak baik bagi kesehatan. Bandrek yang merupakan minuman tradisional khas Jawa Barat terbuat dari jahe dan gula merah, kemudian ditambahkan rempah - rempah lainnya seperti merica, sereh, dan pandan, karakter minuman yang hangat ini juga berguna untuk menghangatkan tubuh ketika cuaca dingin (Aispa, 2017).

Gambar 1
Bandrek



Sumber :<https://www.liputan6.com>

Kemudian bajigur merupakan jenis minuman tradisional khas Jawa Barat yang bahannya terdiri dari santan, gula aren, daun pandan, jahe, kayu manis, kopi, dan garam, tak sedikit juga yang menambahkan kolang kali sebagai pelengkap. Bajigur biasanya disajikan saat hangat, namun bisa juga disajikan dingin (Ingglis, 2020). Bajigur sendiri tercipta karena kebiasaan para petani yang meminum air rebusan gula aren sebelum berangkat ke sawah di pagi hari. Air rebusan ini dipercaya oleh para petani dapat menenangkan dan juga menambah energi. Kemudian para petani tersebut mencampur jahe dan santan dan minuman tersebut semakin populer pada masanya karena menghangatkan tubuh karena pada masa itu Kawasan Jawa Barat masih terasa dingin.

Gambar 2

Bajigur



Sumber: <https://id.tastemade.com/videos/bajigur>

Seiring dengan berkembangnya zaman, minuman tradisional mulai tersingkirkan dengan kehadiran minuman - minuman mancanegara yang telah membanjiri pasar Indonesia. Banyak konsumen yang lebih memilih minuman luar negeri ini dikarenakan tren semata atau hanya mengikuti arus perkembangan zaman saja, tanpa tahu kandungan dari minuman tersebut yang bisa saja tidak baik untuk tubuh.

Menurut hasil survei yang dibuat oleh Global @dvisor Omnibus oleh perusahaan riset pasar Ipsos pada tahun 2013, 51% masyarakat Indonesia memilih makanan atau minuman dari luar negeri, sedangkan untuk makanan tradisionalnya hanya 49% saja. Walaupun persentasenya hanya selisih 2% namun hal ini sangat berpengaruh terhadap keberadaan makanan atau minuman tradisional itu sendiri. Jika setiap tahun angka presentase masyarakat yang memilih makanan dari luar negeri semakin bertambah maka tidak heran jika beberapa makanan tradisional yang tidak mampu bertahan akan hilang.

Berdasarkan dari survei tersebut Penulis tertarik untuk memanfaatkan peluang tersebut dalam upaya menaikkan dan memperkenalkan kembali minuman tradisional yaitu Bajigur yang nantinya akan di jual dengan varian original dan beberapa varian yang ditambahkan dengan perisa lain sebagai varian baru seperti *caramel* dan coklat. Produk ini akan dinamai “**Babadung**” yang artinya Bajigur Bandung. Selain itu dikarenakan penjual minuman tradisional yang mulai berkurang dan hanya sedikit di Bandung maka Penulis akan memanfaatkan hal ini juga untuk menjual produk tersebut.

Berdasar pada latar belakang tersebut, Penulis akan membuat sebuah perencanaan usaha yang berjudul “**PERENCANAAN USAHA MINUMAN BAJIGUR BABADUNG DI DAERAH BANDUNG**”

B. Gambaran Umum Bisnis

Bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang yang terlibat dalam proses membuat, membeli, menjual dan/atau menukar barang atau jasa dengan tujuan utama menghasilkan *profit*.

Usaha bisnis untuk bidang makanan dan minuman sudah berkembang dengan pesat sehingga kita akan mudah menemui penjual makanan dan minuman. Khususnya usaha bidang minuman banyak tersebar dimana-mana, baik penjual kaki lima hingga restoran bintang lima. Rata-rata minuman yang dijual adalah minuman modern seperti kopi dengan berbagai varian, susu, dan minuman modern lainnya. Jarang sekali ditemui penjual minuman tradisional yang semakin hari semakin jarang terlihat.

Maka dari itu lahirlah BABADUNG yaitu, usaha bisnis salah satu minuman tradisional yaitu bajigur yang nantinya akan dijual secara online mengingat dari masa pandemic COVID-19 yang terjadi, sehingga konsumen tidak perlu keuar rumah untuk menikmati bajigur tersebut. Alasan Penulis memilih bajigur untuk dijadikan bisnis adalah karena bajigur merupakan minuman tradisional dengan karakteristik minuman yang dapat diterima oleh semua kalangan. Rempah yang digunakan tidak terlalu kuat dan rasa manis yang pas membuat minuman ini dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat.

1. Deskripsi Logo dan Nama

Sebuah perusahaan harus memiliki *branding* untuk usaha mereka, *branding* ini juga merupakan identitas dari sebuah perusahaan. Keberadaan sebuah *brand* sendiri bukanlah sebatas logo dari suatu perusahaan saja, melainkan suatu *image* yang akan hadir dalam pikiran konsumen terhadap produk yang dijual. Maka, *brand* itu sendiri merupakan segala sesuatu yang konsumen pikirkan terhadap suatu perusahaan ataupun produk.

Dalam membuat *brand* untuk suatu perusahaan berarti memiliki arti yang sama dengan membuat identitasnya. Oleh sebab itulah dibutuhkan suatu keahlian tersendiri yang nantinya harus dilindungi oleh hak cipta. Dengan dibuatnya suatu *brand*, maka bisnis tersebut telah melakukan langkah terpenting dalam pemasaran. Karena dengan adanya sebuah *brand* maka konsumen akan lebih mudah mengenali produk yang ditawarkan. Setelah menelusuri informasi tentang berbagai macam *brand* atau merek suatu produk makanan dan juga minuman, maka nama yang sesuai untuk usaha ini adalah BABADUNG.

BABADUNG adalah singkatan dari Bajigur Bandung, yang mana produk yang dijual merupakan minuman tradisional Bajigur yang nantinya akan diproduksi di Bandung. Alasan memilih Babadung untuk menjadi *brand* atau merek adalah karena nama ini akan mudah untuk diingat dan disebutkan.

Dalam menentukan *brand*/merek suatu bisnis usaha, logo sangat diperlukan sebagai ciri khas atau pembeda dari usaha sejenis yang lain. Untuk menentukan sebuah desain logo juga tidak mudah, karena logo itu sendiri haruslah memiliki arti dan dapat menjadi daya tarik tersendiri. Berikut adalah desain logo yang sudah dibuat sedemikian rupa untuk rencana bisnis BABADUNG :

Gambar 3
Desain Logo Babadung



Sumber : Desain Penulis (2020)

Pada logo tersebut dapat dilihat bahwa logo tersebut mencirikan asal dari minuman atau produk ini yaitu dengan karakter Cepot yang berasal dari Jawa Barat, gambar karakter Cepot ini agak berbeda dari yang lain karena terkesan seperti robot yang menggambarkan zaman dan teknologi yang sudah modern seperti saat ini. Warna coklat pada latar logo tersebut menggambarkan warna dari

Bajigur yaitu coklat muda dari warna santan dicampur dengan gula jawa atau gula merah.

Kemudian *font* yang digunakan juga dipilih untuk menarik semua kalangan. Tulisan EST dari kata *established* yang artinya menunjukkan tahun BABADUNG ini dibuat yaitu, pada tahun 2020.

Warna putih pada tulisan BABADUNG memiliki arti yaitu keaslian dari Bajigur tetap terjaga walaupun beberapa telah dimodifikasi menjadi minuman yang lebih modern. Dua lingkaran kecil mengartikan bahwa hal kecil seperti minuman tradisionalpun dapat dijadikan sebuah usaha di zaman yang sudah sangat modern ini.

Logo tersebut selain menjadi identitas dari BABADUNG ini, diharapkan juga dapat diingat dengan mudah oleh masyarakat. Karenanya logo juga termasuk dalam komunikasi visual antara produk dengan konsumen, maka dari itu logo BABADUNG ini dibuat agar bisa menjadi ciri khas yang nantinya dapat dikenali oleh masyarakat. Sebaiknya logo dibuat se original mungkin agar tidak menjiplak hasil karya orang lain.

Tag line dari produk ini adalah "*Made When God Was Smiling*" kalimat ini diambil dari kalimat "Bumi Pasundan lahir ketika Tuhan sedang tersenyum" karya dari Martinus Antonius Weselinus Brouwer (M.A.W) yang merupakan seorang Fenomenolog, Psikolog, dan Budayawan.

Nama dan jenis produk dibutuhkan untuk menyiapkan rencana bisnis, dengan tujuan nama produk ini dapat disesuaikan dengan konsep produknya. Nama yang menarik akan lebih mudah diingat oleh konsumen, juga mencolok di antara para kompetitornya. Menurut Alex Mulya (IPB Investment Summit, 2015) "Merek

dan logo itu ibarat nama seseorang. Punya arti dan makna sesuai seperti apa yang diinginkan oleh pembuatnya. Logo sendiri sebagai representasi atau simbol yang akan diingat oleh konsumen yang melihat”.

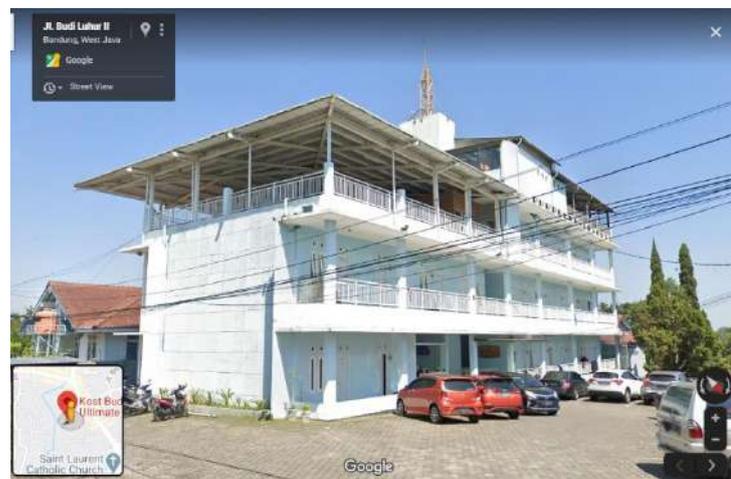
2. Identitas Bisnis (Kontak dan Alamat)

Identitas bisnis merupakan aspek penting yang perlu ditangani, karena untuk membedakan antara perusahaan tersebut dan yang lain. Dengan identitas, calon konsumen akan tahu di mana bisnis itu berada.

Perencanaan usaha BABADUNG ini akan berlokasi di Jl. Budi Luhur I No.11b, Gegerkalong, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat. Penulis memutuskan untuk memilih lokasi ini dikarenakan lokasinya yang berada di daerah tempat tinggal mahasiswa dan rumah penduduk. Selain itu tempat ini juga berlokasi dekat dengan sekolah, kampus dan tempat ibadah (Masjid), sehingga menjadi keuntungan tersendiri bagi BABADUNG untuk menarik konsumen baik itu masyarakat yang berjalan kaki maupun yang berkendara.

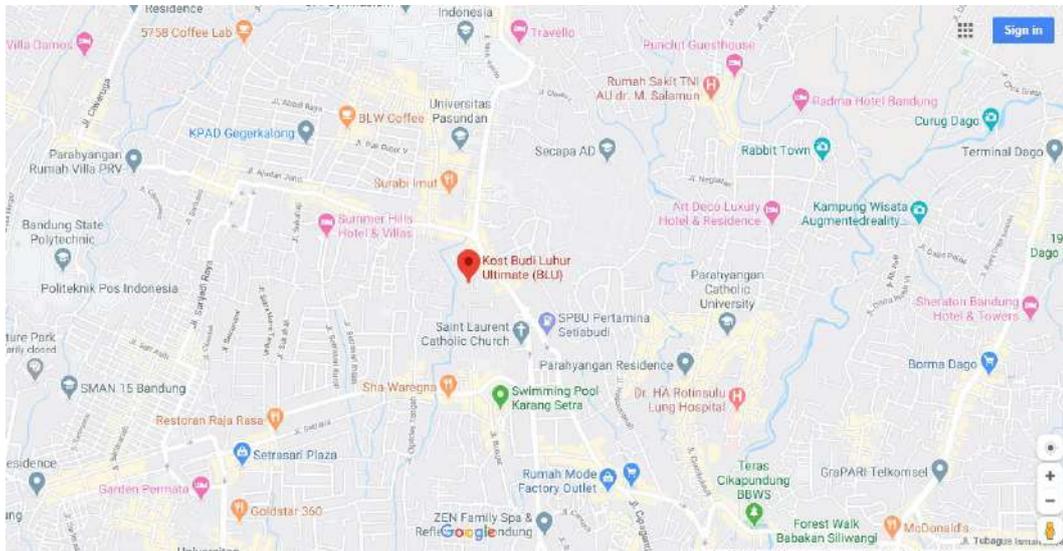
Gambar 4

Gambar Bangunan Lokasi Usaha



Sumber: Google Maps (2020)

Gambar 5
Peta Lokasi



Sumber: Google Maps (2020)

Dikarenakan Penulis masih merintis usaha bajigur ini, maka tempat produksi produk ini berada di tempat tinggal sementara Penulis dan jumlah produksinya juga tidak banyak. Kontak yang dapat dihubungi untuk pemesanan yaitu melalui aplikasi *Whatsapp* dengan nomor 085776760734.

C. Visi dan Misi

Berikut ini adalah visi dan misi yang dimiliki oleh BABADUNG.

1. Visi

Menjadikan minuman tradisional sebagai minuman “hits” dan disukai oleh berbagai kalangan.

2. Misi

- Mengenalkan salah satu minuman tradisional Indonesia.
- Membuat variasi minuman tradisional dan menyesuaikan dengan masa modern.

- Memastikan kualitas bahan dan rasa pada bajigur yang diproduksi

D. SWOT Analisis

Analisis SWOT adalah salah satu teknik perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi bagaimana kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*) dari usaha yang dibangun, peluang (*opportunities*) yang dimiliki oleh usaha yang akan dijalani, dan ancaman (*threats*) yang harus di hadapi dalam membangun suatu usaha, baik yang sedang berlangsung maupun yang masih dalam perencanaan atau usaha yang baru.

” Anda mungkin berpikir bahwa Anda sudah tahu semua yang perlu Anda lakukan untuk berhasil, tetapi analisis SWOT akan memaksa Anda untuk melihat bisnis yang dimiliki dengan cara baru dan dari arah baru. Anda akan melihat kekuatan dan kelemahan bisnis, dan mengatur cara agar bagaimana Anda dapat memanfaatkannya untuk memanfaatkan peluang dan ancaman yang ada di pasar Anda.” (Sugi, 2019)

SWOT sangat berguna untuk perencanaan suatu bisnis guna untuk mengetahui peluang demi mencapai keberhasilan yang diinginkan. Berdasarkan teori tersebut maka analisis SWOT untuk perencanaan BABADUNG yaitu :

1. Strength (Kekuatan)

Kekuatan yang dimiliki produk ini adalah manfaat dan rasa yang berbeda dari Bajigur pada umumnya karena beberapa variannya ditambahkan dengan sirup perisa seperti *caramel*, *hazelnut*, dan cokelat. Keunggulan lainnya adalah lokasi usaha ini yang berada dipinggir jalan Setiabudi Bandung, membuat para konsumen dengan mudah mencari dan mendapatkan produk ini karena jalan tersebut cukup ramai pula.

2. Weakness (Kelemahan)

Kualitas produk yang baik memang menjadi yang utama dalam produk ini, namun dikarenakan penambahan varian rasa dan menggunakan bahan herbal yang berkualitas, maka minuman ini akan sedikit lebih mahal di banding Bajigur pesaingnya. Kemudian, peminat untuk minuman tradisional masih kurang dibandingkan dengan minuman lainnya, sehingga nantinya Penulis akan sedikit kesulitan untuk mencari pelanggan di awalnya, namun hal ini akan dijadikan tantangan bagi Penulis untuk mengenalkan dan menjual minuman tradisional. Kemudian lokasi usaha yang masih bertempat di tempat tinggal pemilik tidak di kedai, sehingga akan sedikit masyarakat yang tahu tempat produksi dan penjualan BABADUNG ini.

3. Opportunity (Peluang)

Kebanyakan masyarakat mudah bosan dengan produk tradisional biasa, terutama kaum muda, bahkan tidak sedikit yang belum mengetahui minuman tradisional itu sendiri. Hal itulah yang menjadi peluang Penulis untuk membuat BABADUNG ini memiliki beberapa varian rasa.

Lokasi usaha ini juga tidak jauh dari tempat tinggal mahasiswa, rumah penduduk, sekolah, kampus, dan tempat ibadah (Masjid) , maka para anak muda yang ingin menikmati produk ini dapat mendapatkannya dengan mudah. Selain itu, di sekitar lokasi usaha ini, belum ada kedai atau penjual bajigur, rata-rata penjual bajigur berada jauh dari tempat lokasi BABADUNG, sehingga hal ini akan menjadi peluang yang cukup untuk mendatangkan konsumen untuk Penulis.

4. Threat (Ancaman)

Dikarenakan lokasi usaha yang berada di Bandung, yang karenanya ada beberapa kedai minuman tradisional yang sudah lama berdiri dan terkenal sejak dulu yang menjadikan ancaman bagi produk ini karena produk mereka atau kedai mereka yang telah lama buka dan lebih dipercaya oleh masyarakat lainnya.

E. Spesifikasi Produk

Setiap usaha bisnis akan selalu menyediakan produk ataupun jasa kepada masyarakat atau pihak yang membutuhkan. Sebagian besar pendapatan sebuah perusahaan bila ditelusuri berasal dari produk yang dibeli oleh konsumen, dan konsumen akan membeli produk ini untuk kebutuhan sehari - hari atau untuk memenuhi kepuasan mereka.

Produk yang akan dijual oleh BABADUNG adalah, produk minuman tradisional yang menggunakan bahan-bahan alami. Bahan dasar yang digunakan adalah Santan. Salah satu contoh jenis produknya adalah bajigur *caramel* yaitu sama seperti bajigur pada umumnya namun ditambahkan dengan perisa *caramel*. Selain bajigur *caramel* ada pula bajigur *hazelnut* dan cokelat.

F. Jenis atau Badan Usaha

Dalam pembuatan rencana usaha haruslah terlebih dahulu mengetahui jenis usaha apa yang akan dijalani. Karena setiap usaha memiliki memiliki karakteristiknya masing-masing. Berikut adalah contoh dari badan usaha :

- a. Koperasi
- b. Perusahaan Perseorangan
- c. BUMN (Badan Usaha Milik Negara)
- d. BUMS (Badan Usaha Milik Swasta)

Berdasarkan jenisnya maka bisnis BABADUNG yang akan berlokasi di Bandung akan dibentuk dengan badan usaha Perusahaan Perseorangan. Yang dimaksud Perusahaan Perseorangan adalah jenis kegiatan dalam perusahaan yang modal dan pengaturan manajemennya hanya ditangani oleh satu orang.

Ada beberapa karakteristik dari perusahaan perseorangan yang nantinya akan memudahkan calon pengusaha untuk mengenalinya, diantaranya adalah:

- 1) Mudah untuk didirikan.
- 2) Tanggung jawab yang tidak terbatas.
- 3) Keuntungan pribadi.
- 4) Modal relatif kecil
- 5) Tidak ada izin resmi.
- 6) Jangka waktu usaha yang tidak terbatas

G. Aspek Legalitas

Suatu usaha memerlukan adanya legalitas usaha yang merupakan sumber informasi yang resmi dan merupakan identitas yang melegalkan atau mengesahkan suatu badan usaha agar diakui oleh masyarakat. Legalitas suatu badan usaha haruslah sah baik menurut undang - undang maupun peraturan yang berlaku. Sehingga badan usaha tersebut dilindungi secara sah dimata hukum (Sugiono, 2019). Berikut adalah bentuk legalitas yang dapat melegalkan suatu usaha yaitu :

1. Nama perusahaan
2. Merek (Pasal 1 UU no. 15 2001)
3. SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)
4. IUI (Izin Usaha Industri)
5. STIU (Surat Izin Tempat Usaha)

6. NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
7. NRP (Nomor Register Perusahaan) / TDP (Tanda Daftar Perusahaan)

Karena produk BABADUNG merupakan produk minuman kemasan dan merupakan produk *home industry* maka yang harus dipersiapkan adalah surat izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga). Dengan adanya izin ini maka produk yang Penulis jual telah terjamin memenuhi standar keamanan makanan atau izin edar produk pangan olahan yang diproduksi oleh UKM untuk dipasarkan secara lokal. Sedangkan untuk beberapa produk makanan dan minuman dengan bahan tertentu, juga memerlukan izin dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan (POM) atau memerlukan persyaratan SNI (Standar Nasional Indonesia). Diantaranya yaitu:

1. Makanan bayi
2. Makanan kaleng
3. Minuman beralkohol
4. Susu dan hasil olahannya
5. AMDK (Air Minum Dalam Kemasan)
6. Makanan / Minuman yang ditetapkan oleh Badan POM
7. Makanan/Minuman yang wajib memenuhi persyaratan SNI
8. Daging, ikan, unggas dan hasil olahannya yang memerlukan proses penyimpanan dan atau penyimpanan beku