

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Cimahi merupakan kota yang berbatasan dengan Kabupaten Bandung, Kota Bandung dan Kabupaten Bandung Barat dengan populasi penduduk yang cukup padat yaitu 607.811 penduduk pada tahun 2018. Penduduk Cimahi bisa meningkat sebanyak 1,30 persen per tahunnya. Karena peningkatan jumlah penduduk yang sangat tinggi setiap tahunnya, Kepala Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) membuat peraturan untuk setiap masyarakat yang berada di luar daerah yang belum mempunyai pekerjaan dihimbau untuk tidak pindah ke Kota Cimahi karena jika tidak itu hanya akan membuat pengeluaran daerah bertambah.

Dengan banyaknya penduduk, maka permintaan primer pun semakin tinggi. Maka dari itu, semakin berkembangnya penduduk semakin pesat bertambahnya jumlah kedai di kota tersebut. Karena para wirausahawan melihat ini adalah sebagai peluang bisnis dalam kuliner. Dilihat dari bidang kulinernya, Kota Cimahi sudah memiliki banyak kedai. Menurut BAPPENDA, saat ini tercatat ada 75 kedai yang beroperasi di Kota Cimahi. Seperti Kedai Kupu-Kupu yang menjual berbagai macam hidangan utama, Coffee n' Friends menjual hidangan penutup, Kedai Belly Boom yang menjajikan minuman coffee ataupun non coffee dan sebagainya.

Pengertian kedai menurut lembaga Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa adalah “Kata kedai dan kata warung memiliki arti yang sama, yaitu bangunan yang digunakan sebagai tempat berjualan makanan dan minuman. Perbedaannya yang satu dan yang lain dilakukan dengan menyebutkan jenis barang yang dijual di tempat itu.”

Menurut pendapat yang telah disampaikan diatas, konsep kedai ini sangat cocok untuk para pemuda yang akan memulai usahanya dalam bidang kuliner. Karena sifatnya yang tradisional dan sederhana, maka membangun kedai ini tidak memerlukan biaya yang relatif besar dan juga mudah untuk menentukan konsep seperti apa untuk kedai tersebut.

Mengingat kedai yang berjualan di Kota Cimahi ini cenderung lebih berjualan makanan camilan biasa seperti kentang goreng, sosis, mie instan dan lainnya. Namun, kedai yang menjual ketan di Kota Cimahi masih terbilang sedikit, maka penulis ingin mengenalkan makanan tradisional ini kepada masyarakat Kota Cimahi dengan sentuhan modern. Modern disini yang dimaksud adalah varian *topping* yang beragam dan kekinian, seperti keju, *strawberry*, *oreo*, *greentea* dan lainnya.

Ketan merupakan jajanan tradisional yang banyak ditemukan di Indonesia. Menurut Maimunah (2003 : 94), ketan merupakan salah satu varietas padi yang merupakan tumbuhan semusim. Dalam proses pembuatannya dapat diolah dengan banyak cara diantaranya dibakar, digoreng dan dikukus. Penulis menggunakan metode mengukus dalam pengolahan ketan susu ini. Menurut Aini Amalia Nailufar (2012) manfaat dari ketan adalah sebagai antioksidan

didalam tubuh, melindungi lambung dari kerusakan, menghambat sel tumor, meningkatkan kemampuan penglihatan mata dan juga mampu mencegah obesitas dan diabetes.

Beras ketan memiliki 2 jenis yaitu beras ketan putih dan beras ketan hitam. Walaupun, kedua jenis ketan ini sama-sama memiliki tekstur yang sama setelah dimasak, tetapi dari segi warna penulis menggunakan beras ketan putih, karena warnanya yang lebih terang dan lebih menarik untuk dijadikan camilan. Tak hanya dari segi warna yang diperhatikan tetapi juga dalam proses pengolahannya. Beras ketan putih akan direndam terlebih dahulu setelah itu dikukus dengan menambahkan gula pasir, air putih, santan dan daun pandan. Setelah ketan sudah siap, disirami susu kental manis dan pilihan *topping* sesuai selera.

Sebuah bisnis tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya pelayanan. Wirausahawan tidak ingin membuat konsumennya merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan. Maka dari itu, jenis pelayanan yang ditawarkan oleh kedai Tantrend adalah *self service* dimana konsumen tidak lagi menunggu pelayan mendatangi meja tamu, tetapi konsumen langsung mendatangi kasir untuk membuat pesanan dan membayar saat itu juga. Metode ini digunakan untuk menghindari pelayan yang terlalu lama saat memberikan menu kepada konsumen yang mengakibatkan konsumen merasa kesal.

Menurut ulasan secara online, ketan susu ini sudah banyak digemari di kalangan masyarakat Jawa Barat, terutama Kota Bandung, ketan susu ini lebih banyak dicari oleh kalangan muda karena makanannya yang unik dan harganya

yang murah. Tidak hanya kualitas yang dicari tetapi juga masyarakat kini memperhatikan tempat ketan susu ini dijual, jangan karena makanannya yang tradisional maka pemilik usaha kedai tidak memperhatikan kebersihan kedainya. Tak hanya di Kota Bandung saja, tetapi di Kota Tasikmalaya juga terdapat ketan susu, yaitu Warung Ketan Susu yang buka pada pukul 17.00 WIB, tempat ini juga selalu ramai dikunjungi masyarakat muda. Selain itu, ada juga di Kabupaten Garut, Bogor, Kota Banjar dan masih banyak lagi.

Berbeda dengan kedai ketan susu yang berada di Kota Cimahi, tempatnya yang nyaman dan juga pelayanannya yang ramah. Menurut ulasan secara online, masyarakat Cimahi sangat menikmati ketan susu ini, tetapi sayangnya kedai yang menjual ketan susu hanya 1 di kota ini, bahkan kedai ini lebih menjual buah duriannya dibanding ketan susunya. Masyarakat muda pun memberi pendapat saat hendak ke kedai tersebut, sayang sekali ketan susunya sudah habis terjual. Maka dari itu, sayang sekali jika tidak membuat kedai ketan susu di kota ini, mengingat masyarakatnya yang antusias dengan camilan ketan susu.

Menurut penjelasan-penjelasan diatas, penulis ingin mengangkat jajanan tradisional dengan mengambil sisi modern, supaya generasi muda saat ini bisa mengalami pengalaman yang baru dalam hal makanan. Karena penulis menggunakan berbagai macam *topping* yang sedang ngetrend, maka dari itu penulis tertarik untuk membuat **“Perencanaan Kedai TANTREND (Ketan ngeTrend) di Kota Cimahi”**.

TABEL 1.1
BISNIS MODEL CANVAS
KEDAI TANTREND

<p><i>Key Partners</i></p> <p>Karena lokasinya ada di ruko, maka bekerja sama dengan pemilik ruko tersebut</p>	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membeli beras ketan di supplier terbagus • Mengolah beras ketan menjadi produk olahan • Menambahkan topping sesuai yang dipesan 	<p>Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>The one and only</i> di Kota Cimahi • Harga PAS kualitas WOW • Mempunyai <i>variant topping</i> yang beragam 	<p>Customer Relationship</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memberi kupon setiap pembelian 5 porsi, setelah dikumpulkan 10 kupon akan mendapatkan 1 porsi gratis • Memberi diskon saat customers post produk di instagram 	<p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> • 11 tahun - 20 tahun • Pecinta makanan tradisional • Mencari <i>experience</i> baru dalam makanan
	<p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alat pengolahan standar makanan • 4 orang karyawan 		<p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> • Social media • Customer testimony (mouth to mouth) • Gofood/ grabfood • Virtual payment 	
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biaya sewa tempat • Bahan baku • Gaji pegawai • Kegiatan promosi 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • Daily sales • Product sales 		

B. Gambaran Umum Bisnis

- Deskripsi Bisnis

Bisnis yang akan didirikan ini berupa kedai yang akan berlokasi di Kota Cimahi, tepatnya di Jalan PD Mas Raya no. 26, Cimahi Selatan. Kedai ini akan bertemakan nuansa tradisional yang dipadukan dengan sentuhan modern seperti lukisan-lukisan dinding, *furniture* dan peralatan makan. Tak hanya mementingkan dari segi peralatan dan perlengkapan, tetapi juga rasa dari produk yang akan dijual. Ketan susu yang akan ditawarkan memiliki rasa yang manis, gurih, pulen dan juga rasa baru dari *topping*. Penulis menggunakan bahan-bahan yang berkualitas, mulai dari beras ketannya, bahan-bahan pendukung hingga *topping*.

- Deskripsi Logo dan Nama

Dengan adanya logo dan nama dalam suatu bisnis, akan memudahkan konsumen untuk mengingat dan dikenal. Pengertian logo menurut Jefkins (1995 : 367) adalah “Logo adalah presentasi, sosok atau penampilan visual yang senantiasa dikaitkan dengan organisasi tertentu sebagai bentuk identitas dan bagian identitas perusahaan.” (Jefkins, 1995). Menurut penjelasan tersebut, kedai ini akan dinamakan Kedai TANTREND. TANTREND merupakan singkatan dari ketan ngetrend, memilih kata ngetrend karena dilihat dari *topping-topingnya* yang mengikuti trend makanan saat ini.

Gambar 1.1

LOGO KEDAI TANTREND



Sumber : Desain Penulis, 2020

Menurut gambar di atas, penulis menggunakan warna putih sebagai dasar karena warna putih artinya netral, seperti halnya produk yang ditawarkan, bisa dinikmati oleh semua kalangan. Untuk slogannya yaitu *“It’s Good Mood Food”* yang memiliki arti camilan ketan susu ini sangat cocok untuk membangkitkan mood karena rasanya yang manis. Menurut Nutrisionis dari Lagizi, Jansen Ongko, MSc, RD mengatakan *“seseorang yang sedang mengalami stress lebih banyak mengkonsumsi makanan manis”*

- **Identitas Bisnis**

Perencanaan kedai ketan susu ini akan dibuat di Kota Cimahi, tepatnya Jalan Pd. Mas. Raya No. 26, Cimahi Selatan karena tempat ini berdekatan dengan SD Santa Maria dan SD Santo Yusup Cimahi. Lokasi ini pun sangat dekat dengan pasar, yang berarti tempat ini ramai dilalui oleh warga masyarakat. Berikut merupakan lokasi kedai ketan susu yang akan dibuat:

Gambar 1.2

LOKASI KEDAI TANTREND



Sumber: Google Maps, 2020



Sumber: Google Maps, 2020



Sumber: Olahan Penulis, 2020

C. Visi dan Misi

- Visi

Visi dari kedai ini yaitu mewujudkan kedai TANTREND sebagai camilan ketan susu Indonesia yang bernuansa tradisional namun juga berwawasan internasional.

- Misi

Untuk mewujudkan visi tersebut, maka perlu adanya tahapan yang akan dilakukan oleh bisnis ini, yaitu:

1. Mengutamakan kualitas dalam hal apapun
2. Mengembangkan inovasi-inovasi, baik dalam produk maupun pelayanan
3. Mengikuti trend yang sedang berlangsung

D. Identifikasi Peluang dan Harapan

Menganalisis SWOT sangatlah penting karena ini adalah dasar dalam membuat suatu bisnis. Analisis SWOT bertujuan untuk mengetahui sisi baik dan buruknya bisnis yang akan dijalankan dan bisa membandingkan dengan bisnis yang lain.

SWOT itu adalah *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Berikut adalah hasil analisis SWOT dari kedai tantrend:

TABEL 1.2
ANALISIS SWOT TERHADAP KEDAI TANTREND

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Merupakan satu-satunya yang menjual ketan susu dengan topping yang beragam di Kota Cimahi. ▪ Menawarkan harga yang terjangkau ▪ Menggunakan bahan-bahan berkualitas ▪ Lokasi yang strategis di Jalan Pd. Mas. Raya, Cimahi 	<ul style="list-style-type: none"> • Kedai tantrend ini merupakan kedai yang baru dijalankan, sehingga belum mempunyai pelanggan yang tetap
<p>Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sedikitnya bisnis di produk yang sama, membuat persaingan secara langsung di Kota Cimahi menjadi rendah • ini merupakan peluang yang sangat besar untuk membangun kedai ketan susu. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kedai tantrend , akan menjadi kedai susu satu-satunya di Cimahi khususnya di Jalan Pd. Mas. Raya, Cimahi • yang menawarkan ketan dengan kualitas terbaik dan harga terjangkau 	<ul style="list-style-type: none"> • walaupun kedai tantrend ini masih baru,namun masih rendahnya persaingan merupakan peluang yang baik
<p>Threat</p> <p>- Banyaknya kedai-kedai kekinian yang berada di Kota Bandung dan anak muda lebih tertarik untuk pergi ke Kota Bandung karena tempatnya yang <i>instagramable</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kedai tantrend memiliki pangsa pasar tersendiri yaitu penggemar makanan tradisional • Tempatnya belum <i>instagramable</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Sebagai pemain baru di bisnis kedai, memerlukan kreativitas yang tinggi

Sumber : Olahan Penulis, 2020

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Produk ketan susu ini sangat cocok untuk semua kalangan dan bisa dinikmati mulai dari anak-anak sampai dewasa. Karena produk ini memiliki rasa manis dan gurih, serta mempunyai rasa yang baru. Dibawah ini merupakan resepe dari ketan susu

- 250 gr beras ketan putih
- 200 ml santan
- 200 gr gula pasir
- 40 gr susu kental manis

Resep diatas merupakan resepe ketan susu untuk pembuatan 5 porsi. Perbedaan ketan susu ini ada di *toppingnya*, konsumen bisa memilih *topping* yang disukai sesuai dengan menu yang ditawarkan. Ketan susu ini akan dihidangkan di atas mangkuk cantik dengan penampilan menarik. Produk ini sangat cocok dinikmati selagi hangat.

F. Jenis Badan Usaha dan Struktur Manajemen

- Jenis Badan Usaha

Dalam membuat suatu usaha tentunya perlu memikirkan jenis badan usaha yang akan digunakan. Dari beberapa jenis badan usaha pastinya memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Jenis badan usaha yang akan digunakan untuk Kedai Tantrend ini yaitu Perusahaan Perseorangan.

Menurut Murti Sumarai dan Jhon Suprianto pengertian perusahaan perseorangan adalah “Badan usaha atau perusahaan yang dimiliki, dikelola, dan dipimpin oleh individu, dimana tanggungjawab atas aktivitas dan risiko perusahaan ditanggung oleh orang tersebut.”

Pengertian perusahaan perseorangan menurut Undang-Undang Republik Indonesia yaitu, “Suatu badan usaha dimana seluruh modalnya dimiliki oleh satu orang, dan konsekuensi tanggung jawabnya juga dibebankan kepada orang tersebut.”

Menurut pengertian teori-teori diatas dapat disimpulkan perusahaan perseorangan pilihan yang tepat untuk bisnis berskala kecil seperti kedai ketan susu ini. Berikut adalah prosedur dalam membuat perusahaan perseorangan :

- 1) Akta Pendirian Pemilik
- 2) Surat Izin Tempat Usaha (SITU)/Izin Gangguan (HO)
- 3) Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- 4) Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) Pemilik

- **Struktur Personalia dan Manajemen**

Menentukan struktur manajemen dalam suatu bisnis sangatlah penting, supaya bisnis tersebut lebih mudah terkontrol dan terstruktur sesuai dengan tugasnya suatu individu.

Menurut George R. Terry (1958) dalam bukunya *Principles of Management*, “Fungsi dari manajemen dapat disingkat menjadi POAC, yaitu *Planning, Organizing, Actuating and Controlling*. Pemimpin suatu perusahaan bukan hanya bertugas dalam merancang

visi dan misi perusahaan, namun juga harus menjalankan fungsi manajemen. Berjalannya fungsi manajemen dengan benar, maka tujuan dari perusahaan akan tercapai.”

G. Aspek Legalitas

Kelancaran suatu bisnis dapat dipengaruhi oleh aspek legalitas. Aspek legalitas suatu bisnis sudah diwajibkan dalam pasal 1 Undang Undang Nomor 3 tahun 1982 yaitu, “Setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dan yang didirikan, berkerja serta berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia, untuk tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba.” Berikut adalah syarat-syarat yang perlu disiapkan untuk bisnis kedai :

- a. Izin Gangguan (HO)
- b. Surat Pengantar dari kelurahan dan kecamatan
- c. Sertifikat Tanah
- d. Surat Izin Usaha Perdagangan
- e. Fotokopi KTP pemilik usaha
- f. 2 lembar pas foto 3x4 pemilik