

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jatinangor merupakan daerah pariwisata di Indonesia karena daerah Jatinangor sudah menjadi tujuan wisata dari wisatawan baik itu wisatawan lokal maupun mancanegara. Jatinangor telah menjadi tujuan wisata karena beberapa pertimbangan. daerah ini relatif lebih sejuk dibandingkan dengan Jakarta, sehingga wisatawan berbondong-bondong datang ke Jatinangor, terutama pada hari libur dan libur panjang. Daerah Jatinangor memiliki citra sebagai pusatnya belanja dan bervariasi nya kuliner yang ada disana baik itu makanan maupun minuman.

Meskipun Jatinangor dikenal sebagai daerah dengan banyak tempat pendidikan, daerah ini juga memiliki banyak tempat wisata yang khas dan tidak dimiliki oleh daerah lain. Hal tersebut dapat diketahui dari meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Jatinangor. Adanya fenomena, *trend café* yang terjadi di Indonesia ini, juga jelas dirasakan di Jatinangor. Terlebih lagi, banyaknya *cafe* yang bermunculan di daerah pelajar atau daerah kampus. Hal ini dikarenakan masyarakat cenderung lebih memilih *cafe* sebagai tempat mereka untuk mengerjakan tugas atau hanya sekedar untuk berkumpul dengan teman – teman. Indonesia dikenal sebagai salah satu penghasil biji kopi terbaik di dunia, Dengan hasil produksi biji kopi yang melimpah menempatkan Indonesia sebagai negara dengan penghasil produksi biji kopi terbesar ke empat di dunia. Disamping itu, dilansir dari *website* databoks mengatakan bahwa Indonesia merupakan negara

pengonsumsi kopi terbesar kedua setelah Brazil, yakni sekitar 4,55 juta karung kopi dengan berat sekitar 60 kilogram. Yang dimana jumlahnya pun terus melonjak hingga 1,8% di tahun 2018/2019. Sejarah kopi di Indonesia memiliki perjalanan yang panjang dan juga memiliki peran yang besar dalam pertumbuhan perekonomian bagi masyarakat di berbagai daerah di Indonesia. Warga Indonesia sendiri memiliki kebiasaan mengonsumsi kopi sejak lama, kopi sendiri di Indonesia sangat banyak diminati dan terus mengalami kemajuan seiring dengan berkembangnya jaman bagi seluruh kalangan dari yang muda hingga tua.

TABEL 1
Jumlah Wisatawan Di Jatinangor

| Tahun | Lokal | Mancanegara |
|-------|---------|-------------|
| 2017 | 432.334 | 345 |
| 2018 | 498.472 | 391 |
| 2019 | 810.790 | 4.148 |

Tabel 1

Sumber : Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga tahun 2019

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Sumedang meningkat cukup signifikan dari tahun ke tahun. Para pengunjung yang mengunjungi kota Sumedang selalu tertarik untuk mencoba objek daya tarik wisata maupun kuliner. Karena itu, salah satu alasan bahwa sektor kuliner menjadi salah satu alasan mengapa para wisatawan berkunjung ke Jatinangor. Di Jatinangor masih sedikit restoran, *cafe* dan *bar* yang berkaitan dengan F & B yang muncul, *cafe* merupakan tempat yang mempunyai pendapatan tetap meskipun tamu

tidak makan akan tetapi tamu akan tetap minum. Cafe adalah suatu tempat yang diorganisasikan secara komersial dimana orang dapat berkumpul, duduk bersantai sambil menikmati alunan musik serta mendapatkan pelayanan untuk segala macam makanan dan minuman.

Faust cafe adalah nama cafe yang akan hadir di Jatinangor dengan bertujuan untuk memperkenalkan minuman yang mengandung kopi atau minuman dengan campuran kepada masyarakat dengan harga yang terjangkau. Dari penjelasan diatas penulis ingin menggunakan konsep *cafe openspace* sebagai sarana menjual produk minuman yang bisa dinikmati oleh kalangan yang sudah secara legal oleh hukum.

Terdapat 5 aspek dalam membuat sebuah perencanaan usaha. Adapula 5 aspek tersebut sebagai berikut :

1. Aspek Produksi

Aspek produksi adalah pandangan dari kegiatan produksi agar kita dapat merencanakan kegiatan itu sendiri..Aspek ini sangat penting dalam perencanaan bisnis karena daya beli dari seorang pembeli dapat dipengaruhi oleh sebuah produk tersebut. Menurut (Amstrong, 2008) Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran

2. Aspek Fisik

Aspek ini dinilai vital dalam keberlangsungan usaha karena dalam aspek ini memiliki fungsi yang cukup strategis yang menjamin dalam kenyamanan dan keamanan pembeli pada saat membeli sebuah produk dan mempengaruhi kelancaran sebuah operasional.

3. Aspek pemasaran

Menurut (Kotler, Marketing Management, 2000) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses social yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

4. Aspek Operasional

Menurut Pontas M. Pardede (Placeholder1) operasional dan produksi secara umum dapat diartikan sebagai pengarahan dan pengendalian berbagai kegiatan yang mengolah berbagai jenis sumberdaya untuk membuat barang atau jasa.

5. Aspek Finansial

Menurut Umar (2009), aspek finansial merupakan aspek yang berkaitan dengan kondisi keuangan suatu usaha baik dari investasi awal usaha dan keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan.

Berdasarkan paparan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian sebuah bisnis cafe sebagai media kuliner . penelitian ini akan diangkat oleh penulis untuk memenuhi tugas akhir dengan judul **“PERENCANAAN BISNIS CAFE DI JATINANGOR”**.

B. Gambaran Umum Bisnis

Faust Cafe merupakan sebuah perencanaan bisnis kuliner yang akan hadir di kawasan Jatinangor. Visi dari bisnis kami yaitu memberikan pengalaman terbaik untuk para pengunjung. Adapun misi kami yaitu memberikan pelayanan terbaik sehingga mendapatkan pengalaman terbaik.

1. Deskripsi Bisnis

Faust Cafe merupakan sebuah perencanaan bisnis kuliner yang akan hadir di kawasan Jatinangor. Visi dari bisnis kami yaitu memberikan pengalaman terbaik untuk para pengunjung. Adapun misi kami yaitu memberikan pelayanan terbaik sehingga mendapatkan pengalaman terbaik.

Faust cafe merupakan sebuah tempat yang dapat menjual produk olahan campuran minuman yang menyediakan berbagai jenis minuman baik itu mengandung kopi maupun non kopi dan beberapa makanan ringan untuk menemani sambil meminum olahan campuran minuman. *Faust café* juga akan menjadi tempat dimana para pembeli dapat berkumpul dan bersantai yang dikarenakan konsep dari *Faust café* adalah *open space*. Keunggulan dari produk yang kami tawarkan adalah produk dengan campuran minuman dengan ciri khas menggunakan bahan baku yang berkualitas tinggi.

2. Deskripsi Logo dan Nama

kata logo sendiri diserap dari bahasa Yunani kuno, yakni *Logos* yang mempunyai arti pikiran, budi, kata, akal, serta pembicaraan. pengertian logo adalah suatu instrumen yang

menggambarkan harga diri dimana seluruh nilainya bisa mewujudkan citra yang baik dan mampu dipercaya. Suatu logo akan membuat masyarakat mengingat dan mengenal suatu bentuk entitas tanpa harus membaca deskripsi maupun penjelasan tentang entitas tersebut. Setiap usaha dengan ruang lingkup besar maupun kecil pasti memiliki nama atau *brand* yang dapat menggambarkan usaha atau bisnis tersebut. Begitu juga dengan bisnis yang penulis akan lakukan. Penulis memilih nama *Faust Cafe* sebagai nama bisnis tersebut untuk menggambarkan bisnis yang penulis sedang dijalankan. Nama *Faust* sendiri berasal dari bahasa latin yang berarti keberuntungan yang diharapkan dapat memberikan keberuntungan untuk para pembeli dan bisnis yang akan penulis jalankan. Adapun logo *Faust Cafe* sebagai berikut :

GAMBAR 1

Logo



Gambar 1

Sumber : Desain Penulis (2022)

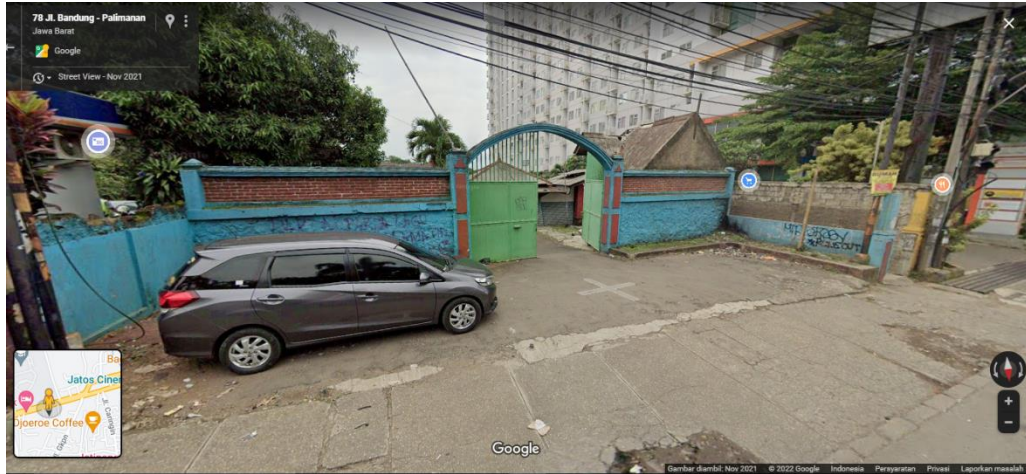
- a. Jenis font huruf yang digunakan pada tulisan “*Faust Coffee*” adalah *Amsterdam Four*, font ini dipilih karena sesuai dengan konsep apa yang penulis rancang
- b. Warna coklat pada logo menggambarkan persaudaraan karena usaha ini menginginkan kedekatan terhadap pengunjungnya
- c. Warna putih pada secangkir kopi memberi arti estetika minimalis

3. Identitas Bisnis

Seperti bisnis lain pada umumnya, *Faust Cafe* juga memiliki identitas pribadi berupa kontak maupun lokasi usaha yang dijalankan. Namun lokasi bisnis yang kami maksud disini adalah *home base* dari bisnis ini yang tidak lain adalah tempat tinggal penulis sendiri. Hal ini dikarenakan kami menawarkan produk secara tiap hari. Ada pula kontak yang dapat dihubungi merupakan nomor pribadi dari penulis selaku *owner* dari bisnis ini.

GAMBAR 2

GAMBAR LOKASI



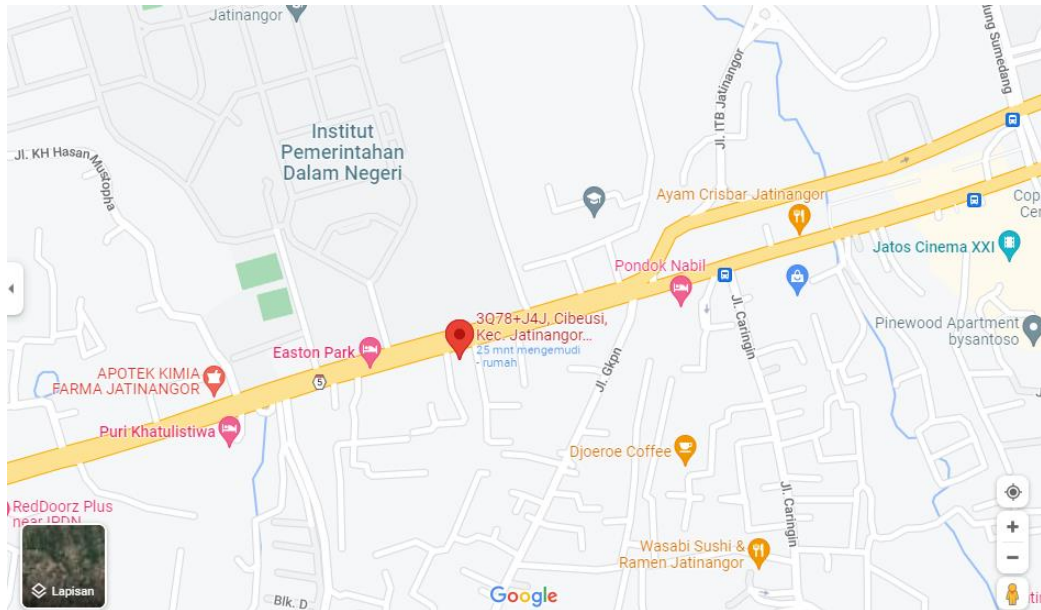
Gambar 2

Gambar 2



Gambar 3

GAMBAR PETA LOKASI



Gambar 4

Sumber : Google Maps

C. Visi dan Misi

Definisi visi menurut Aditya (2010) adalah sebagai berikut: Visi adalah suatu pandangan jauh tentang perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang.

Visi: menjadikan *Faust Cafe* sebagai tujuan utama bagi mahasiswa dan pegawai daerah Jatiningor untuk berkumpul dan *refreshing* sambil menikmati kopi.

untuk mewujudkan visi tersebut maka dibutuhkan lah beberapa misi. Menurut Wibisono (2006) misi merupakan penetapan sasaran atau tujuan perusahaan dalam

jangka pendek (biasanya 1 sampai 3 tahun). Sedangkan visi merupakan cara pandang perusahaan di masa depan.. adapun beberapa misi sebagai berikut:

Misi :

- a) Menyediakan fasilitas yang didesain sebaik dan nyaman mungkin untuk para pengunjung sebagai tempat berkumpul dan bekerja
- b) Memberikan pelayanan terbaik
- c) Produk yang ditawarkan dengan konsistensi yang tinggi

D. SWOT analysis

SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) merupakan analisis peluang dan hambatan yang merupakan sebuah indikasi yang dapat digunakan sebagai dasar penilaian peluang usaha untuk melihat kekuatan atau kelemahan pada bisnis tersebut. Maka dari itu penulis akan memberikan beberapa kelemahan dan kelebihan dalam usaha bisnis ini.

- *Strenghts*

Kelebihan dari usaha bisnis yang penulis rencanakan adalah memiliki desain keseluruhan yang mendukung kenyamanan pengunjungnya untuk berkumpul bersama teman ataupun *work from café* serta menjual varian minuman dan makanan ringan. memberikan kelebihan bagi Faust Café yaitu berlokasi di wilayah yang ramai, Di wilayah ini juga penulis meyakini terbatasnya café yang tersedia dengan fasilitas yang penulis berikan.

- *Weakness*

Kelemahan dari usaha ini adalah lahan parkir yang kecil. Dan kelemahan lainnya adalah bahan baku yang kurang terhadap daya tahannya.

- *Opportunities*

Dengan konsep industrial open-space diharapkan memberikan peluang nantinya yaitu, pengunjung secara tidak langsung akan menyebarluaskan café ini melalui media sosialnya secara gratis dan secara tidak langsung dapat mendatangkan pelanggan karna ketertarikannya dengan yang penulis buat.

- *Threats*

Dengan didirikannya café ini dapat juga menimbulkan ancaman yaitu terdapat *cafe* yang lebih dulu ada di daerah yang di rencanakan. dibandingkan tempat lainnya menjadikan tempat usaha yang akan penulis bangun dapat bersaing dengan pesaing di sekitarnya

Di bawah ini merupakan matriks SWOT yang berisi strategi yang dapat dijalankan berdasarkan SWOT yang telah dianalisis sebelumnya

TABEL 2

SWOT Analysis

| | | |
|---------------|--|--|
| SWOT analysis | Strengths: Menyediakan tempat yang nyaman | Weakness: Lahan parkir kecil Bahan baku yang kurang tahan lama |
|---------------|--|--|

| | | |
|--|--|---|
| Opportunities: Berada dilokasi antar provinsi Letak usaha dikawasan yang ramai | Strategi S-O Memasarkan tentang pilihan menu dengan harga bersaing untuk menarik pasar melalui tren yang berkembang | Strategi W-O Bekerja sama dengan transportasi online |
| Threats: Ketatnya persaingan antar bisnis <i>CAFE</i> | Strategi S-T Menyediakan desain interior dan varian menu yang menarik | Strategi W-T: Menggunakan bahan baku yang berkualitas tinggi |

Tabel 2

Sumber : Olahan Penulis (2022)

E. Spesifikasi Produk

Produk yang ditawarkan adalah berupa produk minuman berbahan dasar kopi serta non kopi, dan makanan ringan pelengkap. Produk yang ditawarkan pun akan semenarik seperti apa yang ditampilkan pada menu yang akan ditampilkan. Pada pasar yang telah dianalisis, cafe disana masih belum terlihat banyak. Apalagi yang menyediakan tempat yang membuat pengunjungnya nyaman. Maka dari itu, usaha ini akan menggunakan bahan berkualitas tinggi dan akan menyediakan makanan ringan untuk menemani sambil meminum kopi

F. Jenis / Badan Usaha

Menurut Dominick Salvatore (2006) Pengertian badan usaha adalah suatu organisasi yang merupakan kombinasi dan koordinasi dari berbagai sumber daya untuk tujuan memproduksi atau menghasilkan barang barang atau jasa untuk dijual.

Menentukan jenis badan usaha merupakan hal penting sebelum memulai sebuah usaha atau bisnis. Setiap badan usaha pasti memiliki kelebihan maupun kekurangannya masing-masing yang akan ditampilkan. Jenis badan usaha milik swasta yaitu badan usaha perseorangan adalah jenis yang akan penulis pilih untuk dilakukan. Berikut adalah keuntungan yang akan didapat oleh jenis badan usaha milik swasta yaitu badan usaha perseorangan :

1. Proses administrasi hukum yang mudah dan tidak kompleks.
2. Tidak dikenakan nya pajak seperti PT, Firma, maupun badan usaha lain.
3. Sifat kerahasiaan yang sangat terjamin.
4. Seluruh keuntungan yang didapat murni milik pribadi.

Selain keuntungan yang disebutkan di atas, kelebihan lain dari bisnis perseorangan adalah mudahnya mengatur manajemen karena *owner* sudah termasuk kedalam bagian dari manajemen sehingga mempermudah dalam melakukan pengendalian internal dan mempermudah proses pengawasan.

G. Aspek Legalitas

Karena kami menyadari akan pentingnya aspek legalitas dalam sebuah bisnis, maka kami juga mencoba memenuhi syarat-syarat dan ketentuan agar usaha kami dapat legal dan diakui oleh keberadaannya oleh pemerintah. maka *faust cafe* juga memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan sesuai dengan peraturan menteri

perdagangan RI No.46/2009, SIUP diwajibkan bagi setiap usaha dengan kekayaan bersih di atas UU No.3 Tahun 1982 Pasal 1B Tentang Wajib Daftar Perusahaan.

Adapun aspek legalitas tentang *CAFE* yang akan kami jalani :

1. Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER – 38/PJ/2013 NPWP tentang kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak,
2. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 36 Tahun 2005 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2002 Tentang Pembangunan Gedung berupa pembuatan Izin Mendirikan Bangunan (IMB),
3. Ketetapan peraturan daerah (PERDA) oleh Dinas Pelayanan Pajak Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Restoran,
4. Hukum sewa menyewa properti yang di atur dalam Kitab Undang – Undang Hukum (KUH) perdata pasal 1548 dan 1381,
5. Peraturan Pemerintah (PP) No. 44 Tahun 1994 tentang jaminan hukum kepemilikan properti,
6. Undang – Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (UU Kesehatan) tentang pengamanan makanan dan minuman dan izin edar.
7. Peraturan Pemerintah No. 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal melalui pernyataan sertifikasi halal oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia).