

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pandemi tanpa disadari telah mengubah gaya hidup sebagian masyarakat, salah satunya berpengaruh pada pola makanan. Mengingat pandemi masih belum berakhir, pola makan dan tren makanan pada saat ini ditinjau tidak akan berubah secara signifikan. Salah satu tren makanan sehat saat ini seperti lebih banyak memasak di rumah, membeli bahan makanan secara *online*, mengutamakan protein nabati, dan makanan fermentasi

Bahkan menurut Badan Pusat Statistik, delapan dari 10 responden mengaku berdiet dengan melarang diri mengonsumsi makanan dan minuman tertentu. Orang-orang yang mengelola gaya hidup sehat rela membayar lebih untuk makanan sehat yang rendah kalori namun tetap tinggi nutrisi. Alasan lain orang diet adalah halal. Selain halal ada pertimbangan lain saat memilih makanan, yakni mengurangi kadar gula, karbohidrat dan lemak.

Ada beberapa makanan yang bisa dimasukkan dalam diet yang tidak rendah nutrisi, mengandung karbohidrat dan rendah gula, serta bisa dijadikan pengganti nasi. Diantaranya tepung *oat*, kentang rebus, dan sayur rebus. Namun tak sedikit juga yang mengeluhkan makanan yang mereka makan kurang berasa. Salah satu makanan yang rendah kalori namun memiliki cita rasa yang tinggi adalah

Papeda. Papeda merupakan makanan rendah kalori namun memiliki rasa yang enak yang dapat dijadikan sebagai alternatif bagi masyarakat yang hidup sehat.

Papeda yaitu makanan berupa bubur sagu khas dari Papua dan Maluku yang umumnya disajikan dengan ikan tongkol kuah kuning, ikan mubara dengan bumbu kunyit. Papeda sendiri memiliki tekstur yang lebut namun lengket, mirip dengan lem, yang rasanya ringan dan berwarna putih. Papeda sendiri merupakan makanan yang kaya serat, rendah kolesterol, dan padat nutrisi.

Kandungan gizi dalam papeda sendiri antara lain 100 gram sagu yang mengandung energi 209 kalori, protein 0,3 gram, lemak 0,2 gram, karbohidrat 51,6 gram, kalsium 27 mg, zat besi 0,6 mg, dan fosfor 13 mg. Selain itu sagu mengandung 0 IU, Vitamin A 0,01 mg, Vitamin B1, dan 0 mg Vitamin C. Papeda bertindak sebagai sumber utama karbohidrat, mengatasi arteriosklerosis, mengobati sakit maag, dan perut kembung. Sagu memiliki banyak manfaat dan nutrisi baik untuk dikonsumsi.

Karena sagu cukup tinggi seratnya, sagu dapat membantu menjaga flora usus, meningkatkan sistem kekebalan tubuh, mengurangi risiko kanker usus besar, mengurangi risiko kanker paru – paru, mengurangi risiko obesitas, serta melancarkan pencernaan. Dengan mengonsumsi papeda secara teratur, masyarakat dapat menyingkirkan batu ginjal karena berfungsi sebagai pembersih organ tubuh. Bagi yang merokok, papeda ini sangat dianjurkan karena membersihkan paru-paru secara perlahan.

Papeda sendiri juga bisa disajikan dan disantap bersama ikan kakap merah, ikan bubara, sampai ikan kue. Disamping itu papeda juga bisa disajikan dengan sayur ganemo yang terbuat dari daun melinjo muda yang ditumis dengan bunga pepaya muda dan cabai merah. Sehingga, sajian khas dari Ambon Maluku ini bisa menjadi sajian yang sehat dan menyehatkan bagi para lansia dan anak-anak, terutama bagi mereka yang sedang diet atau menjalani pola hidup sehat.

Papeda berasal dari Maluku atau provinsi Papua. Provinsi Maluku adalah sebuah provinsi yang terletak di bagian selatan Kepulauan Maluku, Indonesia. Ibukotanya ialah kota Ambon. Provinsi Maluku berada di urutan ke-28 provinsi menurut jumlah penduduk di Indonesia dengan jumlah jiwa 1.848,923 jiwa pada tahun 2020 lalu.

Meski begitu, makanan khas dari kota Ambon Maluku ini sudah bisa kita jumpai di kota - kota luar Ambon, salah satunya di kota Bandung dan Jakarta. Walaupun tidak seluas makanan-makanan tradisional lain yang bisa kita temukan disetiap kota maupun daerah. Contohnya seperti kota Cimahi.

Cimahi adalah sebuah kota yang berada di provinsi Jawa Barat Indonesia. Terletak di jantung kawasan kota Bandung, dengan luas sebesar 4.025,73 hektar. Kota Cimahi memiliki 3 kecamatan, yaitu kecamatan Cimahi Utara, kecamatan Cimahi Tengah, dan kecamatan Cimahi Selatan, serta 15 kelurahan. Banyaknya kunjungan yang digandrungi oleh masyarakat Indonesia maupun mancanegara, banyaknya wisatawan yang berkunjung menjadikan Kota Cimahi sebagai incaran wisatawan untuk liburan akhir pekan maupun atau *long stay* di kota Cimahi.

Di kota Cimahi, papeda sendiri masih belum ditemukan eksistensinya, selain itu menurut Repjabar Republika, warga Kota Cimahi sedang mengikuti tren GERMAS atau Gerakan Masyarakat Hidup Sehat. Maka dari itu, penulis tergerak untuk memilih kota Cimahi sebagai sasaran utama untuk merealisasikan perencanaan bisnis ini di Kota Cimahi. Dengan konsep menjual papeda kuah kuning sebagai menu utama, yang diselingi dengan makanan pembuka seperti “Rujak Natsepa” dan minuman “Kopi Rarobang” yang juga berasal dari Kota Ambon.

Dan untuk mengetahui tingkat ketertarikan warga Cimahi terhadap Papeda Kuah Kuning, penulis melakukan kuisisioner *online* menggunakan media *Google Forms* yang disiarkan lewat jejaring sosial ke sejumlah orang. Di bawah ini adalah hasil kuisisioner yang diperoleh:

TABEL 1.1
HASIL KUISISIONER PEMINAT PAPERDA KUAH KUNING DI KOTA CIMAH

N= 114

NO.	DAFTAR PERTANYAAN	HASIL KUISISIONER
1.	Usia	>40 tahun: 54,4% 20 – 30 tahun: 36,8% 15 – 20 tahun: 5,3% 30 – 40 tahun: 3,5%
2.	Domisili	Cimahi: 56,6% Bandung: 43,4%
3.	Jenis kelamin	Wanita: 62,3% Pria: 37,7%
4.	Tahukah anda apa itu papeda kuah kuning?	Ya: 66,6% Tidak: 11,4%
5.	Apakah anda tertarik untuk mengonsumsi papeda?	Ya: 94,7% Tidak: 5,3%
6.	Berapa kisaran harga yang anda inginkan untuk satu porsi papeda?	Rp. 20.000 – Rp. 30.000: 64,9% Rp. 30.000 – Rp. 40.000: 29,8% >Rp. 40.000: 5,3%

Berdasarkan Tabel 1.1 penulis ingin memanfaatkan kesempatan ini karena menawarkan kesempatan kepada pelanggan kota Cimahi untuk Papeda Kuah Kuning. Maka dari itu, penulis memutuskan untuk membuat rencana bisnis Papeda Kuah Kuning yang akan berada di Jl. Sisingamangaraja, Kota Cimahi.

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah telah dibahas sebelumnya, penulis membuat perencanaan bisnis dengan judul **“PERENCANAAN BISNIS KEDAI NONA DI KOTA CIMAH”**

TABEL 1.2

BISNIS MODEL CANVA (BMC)

KEDAI NONA DI KOTA CIMAH

<p>Key Partners</p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Supplier</i> bahan dasar ● <i>Virtual Payment</i> ● Ojek <i>Online</i> (Grab, Gojek,Shopee) 	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Membeli bahan dasar <i>premium</i> ● Mengolah Papeda dan <i>side dish</i> dengan cita rasa nikmat dan mengandung gizi tinggi. ● Mempromosikan produk usaha, melalui media sosial (Instagram, Tik-tok) ● Memperhatikan kebersihan kedai dan kualitas produk. 	<p>Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Mengenalkan masakan khas kota Ambon ke kota Cimahi ● Makanan gizi tinggi ● Keunikan Produk 	<p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Promosi dan diskon pada hari rayasebesar 10% ● Diskon 20% untuk para <i>repeater guest</i> yang sudah mengunjungi kedai sebanyak 5x 	<p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Para Konsumen yang sedang mengatur pola hidup sehat ● Para remaja dan Dewasa
	<p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Lokasi yang mudah dijangkau ● Pegawai yang kompeten untuk mengolah masakan Ambon ● Bahan dasar dari <i>supplier</i> terpercaya ● Peralatan yang unik 		<p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Media sosial ● <i>Customer testimony</i> (<i>mouthto mouth</i>) ● ShopeeFood, GoFood dan GrabFood ● <i>Help</i> (<i>Delivery App</i>) 	
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pembelian bahan dasar ● Pemakaian gas ● Gaji pegawai ● Biaya promosi ● Biaya sewa lahan 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Daily sales</i> ● <i>Product sales</i> 		

Sumber: Olahan, Penulis 2022

Pada tabel 1.2 terdapat *business model canvas* dari Kedai Nona. *Business model canvas* pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dalam bukunya yang berjudul *Business Model Generation*. Pembuatan *business model canvas* memiliki tujuan yaitu untuk membantu suatu usaha merancang perencanaan proses bisnis dan menetapkan serta memvalidasi poin penting dalam bisnis seperti sumber daya, aktivitas, hubungan yang akan dijalin dengan pihak terkait, pendapatan, hingga pengeluaran yang harus dikeluarkan.

B. Gambaran Umum Bisnis

Kunci untuk menciptakan perusahaan mampu menuangkan ide atau ide yang dapat menciptakan nilai komersial atau ekonomi, sering disebut sebagai kegiatan perencanaan. Menurut rencana bisnis Hisrich dan Peters, dokumen tertulis yang disiapkan oleh Roh Bisnis menjelaskan semua faktor terkait baik di dalam maupun di luar perusahaan untuk menciptakan bisnis.

Ini mencakup rencana terpadu untuk pemasaran, modal, produksi dan sumber daya manusia. Sebagai bagian dari proyek bisnis atau bisnis, penulis bermaksud untuk membuka toko komersial. Dalam istilah *online*, toko adalah tempat atau bangunan kecil yang menjual makanan dan minuman. Di dalam toko terdapat berbagai jenis makanan dan minuman, modern, tradisional, makanan dalam dan luar negeri, makanan berat atau makanan ringan, makanan manis atau gurih, kopi, teh, minuman ringan lainnya.

Dalam suatu usaha terutama dibidang bisnis, pasti dibutuhkan yang namanya sebuah logo, nama usaha yang menjadi gambaran atau deskripsi dari bisnis yang direncanakan. Seperti yang dikatakan Adams Morioka (2009:16)

Logo adalah simbol khas dari sebuah perusahaan jasa, objek, ide, publikasi, orang, atau layanan. Menurut teori buku Katz dalam “Wheeler 2009” mengatakan bahwa logo harus merepresentasikan visi dan misi perusahaan segmentasi yang dituju sesuai target kepada masyarakat. Berikut logo yang penulis rencanakan untuk Kedai Nona di Kota Cimahi.

GAMBAR 1.1

LOGO DAN DESIGN KEDAI NONA

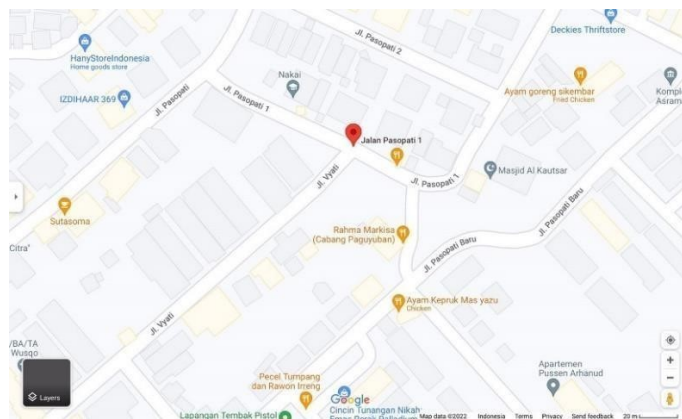


Sumber: Desain Penulis, 2022

Berdasarkan pada gambar 1.1. Nama dari Kedai yang penulis rencanakan adalah “Kedai Nona”. Nona yang artinya “Gadis” dalam bahasa Ambon, yang menggambarkan bahwa kedai yang direncanakan ini adalah ide dari penulis yang berjenis kelamin “Perempuan”. Sedangkan untuk mangkuk hitam artinya disajikan dalam Sempe atau Gerabah khas Ambon, dan gambar rempah- rempah pada mangkuk menggambarkan makanan yang disajikan penulis mengandung banyak rempah-rempah. Gambar Api berwarna kuning menggambarkan makanan utama yang disajikan akan selalu panas dan pedas. Serta tulisan yang berwarna hitam yang penulis pilih melambangkan kepercayaan diri dan keyakinan dari penulis terhadap bisnis kedai ini untuk maju.

Setelah logo dan nama usaha, sebuah lokasi pun penting untuk membuka suatu usaha atau perencanaan bisnis. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:51) menyatakan bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Lokasi bisnis yang penulis pilih untuk membuka usaha Kedai Nona berwilayah di Kota Cimahi.

GAMBAR 1.2
DENAH LOKASI KEDAI NONA



Sumber: *Google Maps*

GAMBAR 1.3
LOKASI KEDAI NONA



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022

C. Visi dan Misi

Setiap usaha pasti memiliki visi dan misi sendiri dengan tujuan untuk mencapai suatu tujuan bersama. Menurut Burt Nanus kepemimpinan visioner, visi adalah sebuah pandangan masa depan organisasi yang realistis, bisa dipercaya atraktif, suatu kondisi yang lebih baik dibandingkan dengan yang sekarang ada.

Visi dari Kedai Nona yang dirancang adalah “Menjual masakan Ambon yang bergizi dan sehat se-Kota Cimahi”. Tak lupa *tagline* yang dipilih penulis untuk Kedai Nona yaitu “*Healthy Body Happy Me*” yang memiliki arti bahwa produk yang dijual mengandung khasiat yang sehat untuk tubuh karena manfaat papeda, yaitu untuk sistem pencernaan dengan memperkuat kelancaran

pencernaan karena setiap 100 gram “Papeda” mengandung 84,8 gram air.

Sedangkan ikan tuna sendiri bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan protein, membantu penurunan berat badan, menjaga kadar elektrolit dalam tubuh, meningkatkan kesehatan tiroid, membantu meningkatkan fungsi otak, kaya antioksidan dan mengurangi peradangan.

Menurut DR. Sapta Nirwandar Makalah Seminar, misi adalah kegiatan atau langkah yang harus dilaksanakan guna merealisasikan tercapainya visi. Sedangkan menurut Edwin A. Locke & Associates, *Esence* Kepempimpinan, isi adalah tindakan strategis untuk meraih visi organisasi.

Misi Kedai Nona yaitu:

1. Menjual produk-produk sehat dan berkualitas yang khas dari Kota Ambon, serta kaya akan cita rasa yang diminati banyak orang.
2. Mengutamakan kualitas bahan dasar yang bagus dan sehat sehingga dapat menjaga kualitas produk yang dijual
3. Memberikan pelayanan yang terbaik dan penyajian terbaik dari setiap produk yang Kedai Nona tawarkan.

D. SWOT Analisis

Analisis SWOT merupakan sebuah alat bantu yang bisa membantu kita untuk mengembangkan strategi bisnis mulai dari *Strenght* (Kekuatan) *Weakness* (Kekurangan) *Opportunities* (Peluang), *Threats* (Ancaman).

1. *Strength*

Kekuatan kelebihan dari usaha ini diantaranya :

- Menjual produk yang unik ditemukan di kota Cimahi.
- Memperkenalkan makanan khas Kota Ambon.

- Lokasi yang dituju strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat

2. *Weakness*

Kekurangan dari usaha ini diantaranya:

- Bisnis usaha ini baru dan masih jarang ditemui di Kota Cimahi sehingga masih sedikit orang yang mengenal atau mengetahui produk ini.
- Mengeluarkan produk baru sehingga belum memiliki peminat tetap
- Sedikitnya *sitting capacity*.

3. *Opportunity*

Peluang dari usaha ini diantaranya:

- Belum adanya jenis usaha yang sejenis, sehingga saingan untuk usaha ini tidak terlalu ketat.

4. *Threats*

Ancaman yang akan terjadi diantaranya:

- Menjual produk yang mudah ditiru.

TABEL 1.3
SWOT ANALYSIS

	STRENGTH 1. Mengenalkan makanan khas Ambon 2. Lokasi yang strategis.	WEAKNESS 1. Bisnis baru, belum dikenal 2. Sedikitnya sitting capacity.
OPPORTUNITY 1. Menjadi usaha baru dengan produk yang baru untuk dijual sehingga menarik perhatian masyarakat. 2. Belum ada jenis usaha yang sejenis sehingga saingan tidak terlalu ketat	ANALISA S/O 1. Memaksimalkan upaya promosi ddengan memanfaatkan lokasi yang strategis dan pesaing yang rendah.	ANALISA O/W 1. Identifikasi pesaing / bisnis serupa 2. Memperbanyak sitting capacity
THREATS 1. Produk mudah Ditiru	ANALISA S/T 1. Produk yang di patenkan	ANALISA T/W 1. Memastikan pasar / konsumen mengenal produk dengan sebaik-baiknya.

Pada tabel 1.3 dapat kita lihat untuk analisa dari *Strenght*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threats* dari perencanaan bisnis Kedai Nona.

E. Spesifikasi Produk

Produk yang ditawarkan penulis dalam usaha bisnis ini adalah papeda kuah kuning yang memiliki khasiat dan gizi yang cukup tinggi. Berikut ini variasi menu yang penulis jual beserta resepnya.

1. Papeda Kuah Kuning

Untuk bahan-bahan pembuatan Papedanya antara lain :

- 2 ons tepung sagu
- Air secukupnya

Untuk Bahan-bahan ikan kuah kuning:

- ½ kg kakap merah
- 1 ikat kemangi
- 4 siung bawang putih
- 8 siung bawang merah
- ½ sdt merica
- 2 cabe besar merah
- 4 cm kunyit
- 4 biji kemiri
- Serai geprek, irisan tomat, cabai rawit
- Gula garam penyedap minyak untuk menumis.

2. Rujak Natsepa

Untuk bahan-bahan rujak natsepa diantaranya:

- 17 gr gula aren
- 24 gr kacang tanah

- 14 gr buah pala
- 4 gr cabai rawit
- 50 gr mentimun
- 70 gr bengkoang
- 20 gr kedondong
- 20 gr belimbing
- 36 gr mangga muda
- 40 gr pepaya mengkal
- 60 gr nanas

3. Kopi Rarobang

Untuk kopi rarobang adalah kopi yang menggunakan kenari, bahan-bahan diantaranya:

- 200 mL air
- 2 gr jahe
- 4 gr kayu manis
- 8 gr cengkeh
- 2 gr daun pandan
- 6,5 gr kopi bubuk
- 19 gr gula pasir
- 20 gr kenari sangrai

Tiga resep diatas untuk membuat satu porsi produk yang akan dijual di kedai Nona. Dengan membuat hidangan utama, yaitu Papeda Kuah Kuning, hidangan penutup yaitu Rujak Natsepa, dan minumannya Kopi Rarobang. Sehingga para konsumen dapat mencoba makanan dan minuman khas Ambon lain selain Papedanya sendiri.

F. Jenis/Badan Usaha

Jenis badan usaha Kedai Nona merupakan jenis usaha Perusahaan Perseorangan (PO). PO merupakan salah satu bisnis yang didirikan oleh satu orang atau pemilik tunggal.

Perusahaan Perseorangan (PO) memiliki ciri - ciri diantaranya adalah :

- Merupakan usaha kecil atau UKM (Usaha Kecil dan Menengah)
- Modal kecil
- Kepemilikan dimiliki oleh pemilik tunggal
- Terbatasnya jumlah produksi
- Sedikitnya tenaga kerja
- Alat produksi dan teknologi yang cukup sederhana.

Perusahaan pribadi atau persusahaan perseorangan (PO) merupakan entitas komersial atau perusahaan yang dimiliki, dipimpin, dan dikelola oleh individu. Untuk tanggung jawab kegiatan serta resiko masyarakat didukung oleh individu. Dibawah UU 9 dari kriteria usaha kecil pada tahun 1995 adalah :

1. Ada sebagian besar Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk konstruksi dan konstruksi lahan.
2. Ada total penjualan Rp. 1.000.000.000.000.000 (satu miliar rupiah)
3. Berdiri sendiri bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan tanpa memiliki, mengendalikan atau menghubungkan secara langsung dan tidak langsung dengan perusahaan menengah atau perusahaan besar.
4. Dalam bentuk masing-masing perusahaan, organisasi komersial bukan badan hukum dan termasuk koperasi.

Jadi dapat disimpulkan Kedai Nona merupakan jenis usaha yang bersifat Perusahaan Perseorangan. Namun seiring berjalannya waktu bisnis Kedai Nonaini akan berkembang dan menjadi salah satu bisnis yang diminati oleh banyak orang.

G. Aspek Legalitas

Aspek hukum adalah untuk melegitimasi suatu badan usaha atau untuk membuktikan identitasnya yang diakui oleh masyarakat setempat, dengan kata lain legalitas usaha tersebut harus legal berdasarkan peraturan perundang - undangan bahwa usaha tersebut didirikan, dilindungi atau dilindungi pihak lain. Oleh karena itu, jenis dokumen ini legal di mata pemerintah. Pendirian suatu perusahaan harus memenuhi syarat - syarat tertentu agar dapat beroperasi secara normal dan usaha dapat berkembang:

- Surat keterangan domisili usaha
- Nomor pokok wajib pajak
- Surat izin tempat usaha
- Izin usaha dagang
- Surat izin usaha perdagangan
- Tanda daftar perusahaan
- Surat izin mendirikan bangunan
- *Hinder ordonantie* surat izin gangguan.

Selain itu, dengan memiliki beberapa dokumen penting untuk mengimplementasikan bisnis komersial sebagai aturan untuk berupaya beroperasi nanti. Namun, untuk lokasi dan tempat sewa yang dipilih Kedai Nona tidak memerlukan hal - hal yang berlebihan. Cukup dengan membayar biaya sewa sebesar Rp. 25.000.000,-/per tahun atau Rp. 3.000.000,-/per bulan.