

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kota Blitar merupakan wilayah terkecil kedua di provinsi Jawa Timur dengan luas kota 32 km<sup>2</sup>. Dengan jumlah penduduk yang mencapai 149.149 jiwa pada tahun 2020. Walaupun Kota Blitar merupakan kota yang kecil, dilihat dari potensi kota ini mempunyai keuntungan strategis wilayah karena kota ini merupakan pusat Satuan Wilayah Pembangunan (SWP) Blitar yang mencakup wilayah kota dan kabupaten sehingga memiliki kontribusi dan pergerakan yang tinggi khususnya di bidang pariwisata.

**Tabel 1. 1**

**DATA PENGUNJUNG DAYA TARIK WISATA KOTA BLITAR  
2019 – 2021 (ORANG)**

<b>TAHUN</b>	<b>TOTAL WISATAWAN LOKAL DAN MANCANEGARA</b>
2019	107.895
2020	107.889
2021	108.005

*Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Blitar, 2022.*

Berdasarkan data tabel diatas, dapat diketahui bahwa turis yang berkunjung di Kota Blitar mengalami penurunan pada tahun 2020 dan kembali naik di tahun 2021. Angka yang turun mulai tahun 2020, disebabkan karena adanya pandemi *Covid-19* yang membuat akses para wisatawan datang ke Kota Blitar susah. Namun dengan adanya data tersebut membuktikan bahwa wisatawan yang datang ke Kota

Blitar berhasil kembali naik di tahun 2021. Salah satu faktor yang menarik pengunjung ke Kota Blitar adalah kuliner. Bisnis ini diproyeksi menjadi salah satu sektor yang diandalkan untuk penopang ekonomi nasional pada setiap tahunnya. Makanan dan minuman pun akan selalu dibutuhkan karena hal tersebut merupakan salah satu kebutuhan primer setiap manusia. Sudah mulai banyak bisnis kuliner yang bervariasi mulai dari kafe, kedai, dan juga pujasera di area Blitar Square Mall yang baru beroperasi di kota ini semenjak tahun 2018.

Hal ini cukup membuat masyarakat di Kota Blitar terus berinovasi dalam berbisnis di bidang kuliner. Bidang ini pun ada berbagai macam, salah satunya adalah bisnis online. Pebisnis online pun tidak kalah untuk terus menunjukkan ide ide serta inovasi untuk menarik perhatian pelanggan. Bisnis online menurut Salim (2009:34) adalah semua cara yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan berupa uang dengan menggunakan manfaat dari internet untuk menjual barang dan jasa. Keuntungan dari bisnis online adalah pasar yang tidak terbatas, modal yang relatif kecil, biaya operasional yang rendah, memiliki sistem pembayaran di muka dan sarana promosi yang mudah dan murah.

Belakangan ini, peminat penjualan makanan dan minuman online di Kota Blitar yang begitu pesat berdampak semakin tingginya peluang untuk pebisnis membuka usaha yang serupa. Di Kota Blitar sendiri, UMKM dianggap menjadi salah satu sektor penyumbang terbesar dalam PDRB. Meskipun hanya 9,34%, namun jika dilihat dari sisi tenaga kerja, UMKM menjadi sektor yang paling utama yaitu sekitar 35,6%. Bahkan pemerintah Kota Blitar terus memberikan pembinaan serta motivasi kepada pebisnis UMKM. Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro

juga mengatakan hal tersebut harus terus dilakukan agar pebisnis tetap semangat dan lebih kreatif dalam membaca peluang usaha.

Selalu ada inovasi baru dari pebisnis makanan dan minuman untuk bisa memuaskan para pelanggannya dengan memberikan kualitas yang terbaik mulai dari produk serta pelayanannya khususnya di bidang online. Berikut adalah data usaha makanan dan minuman yang juga menyediakan pelayanan online di Kota Blitar.

**Tabel 1. 2**  
**DAFTAR USAHA MAKANAN DAN MINUMAN ONLINE**  
**DI KOTA BLITAR**

<b>No.</b>	<b>Nama Bisnis</b>	<b>Alamat</b>
1.	Tea Break	Jl. Merdeka no. 30, Kepanjen Lor, Blitar
2.	Mie Gacoan	Jl. Kalimantan No.102, Sananwetan, Blitar
3.	De Classe Gelato Coffee	Ruko PJKA, Jl. Mastrip, Sukorejo, Blitar
4.	Tokkebi Snack's	Jl. Kelud No.33, Kepanjenkidul, Blitar
5.	XiBOBA	W52F+9V8, Jl. Diponegoro, Sananwetan, Blitar

*Sumber: Google, Olahan Penulis, 2022*

Berdasarkan olahan penulis diatas, dapat terlihat bahwa wisata kuliner khususnya online di Kota Blitar sudah mulai berkembang, dan terbukti dari banyaknya usaha kuliner mulai dari menjual makanan berat, makanan ringan, minuman seperti kreasi teh dan kopi – kopian. Hal ini juga membuktikan wisatawan yang datang ke Kota Blitar memiliki selera yang berbeda – beda. Ada pengunjung yang datang karena memang untuk menikmati makanan dan minuman tersebut, ada pula yang baru ingin mencoba.

Akan tetapi, tidak semua pengunjung dapat mengetahui makanan dan minuman yang mereka nikmati adalah menu yang sehat atau tidak. Maka dari itu penulis tertarik untuk mendirikan usaha kuliner dalam bentuk online dengan menu utama minuman sehat, yaitu *Greek yogurt shake*. Dengan adanya hal tersebut, penulis membuat survei mengenai masyarakat sekitar terhadap produk *Greek Yogurt Shake*. Berikut adalah data yang penulis peroleh melalui kuesioner *Google forms*:

**Tabel 1. 3**  
**MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK**  
**GREEK YOGURT SHAKE**

N = 103

No.	Pernyataan	Jawaban
1.	Usia	≤ 20 Tahun = 5,8% 21 – 30 Tahun = 57,3% 31 – 40 Tahun = 14,6% ≥ 40 Tahun = 22,3%
2.	Domisili	Kota Blitar = 67% Kabupaten Blitar = 15,5% Lainnya = 17,5%
3.	Berminat terhadap produk makanan dan minuman sehat	Ya = 98,1% Tidak = 1,9%
4.	Mengetahui produk olahan susu <i>Greek yogurt shake</i>	Ya = 53,4% Tidak = 34% Mungkin = 12,6%
5.	Ketertarikan untuk mencoba produk <i>Greek yogurt shake</i>	Ya = 97,1% Tidak = 2,9%

*Sumber: Olahan Penulis, 2022*

Mengacu pada data yang didapat, penulis berhasil mengumpulkan responden sebanyak 107 orang khususnya di wilayah Kota Blitar dan sekitarnya. Penulis mendapatkan data kuesioner ini melalui Status Whatsapp, group chat, dan personal chat. Dalam kuesioner tersebut, dapat terbukti bahwa 98,1% responden menyukai produk makanan dan minuman sehat, dan 97,1% responden tertarik

untuk mencoba produk *Greek yogurt shake*. Sehingga hal tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas masyarakat Kota Blitar menyukai produk makanan atau minuman sehat, hal ini dapat terlihat banyaknya respon yang positif masyarakat yang tertarik dan berminat dengan minuman sehat dari usaha penulis, yaitu *Greek yogurt shake*.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis bahas sebelumnya, maka dari itu penulis tertarik untuk menyusun tugas akhir yang berjudul **“PERENCANAAN PENDIRIAN USAHA ‘LOUKU LAKU’ YOGURT SHAKE DI KOTA BLITAR”**.

Tabel 1. 4

**BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)**

**USAHA ‘LOUKU LAKU’ BEVERAGE DI KOTA BLITAR**

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Supplier bahan dasar (<i>Greek yogurt, fresh milk</i>)</li> <li>● <i>Virtual payment</i> (Kartu Debit, OVO, Dana, Shopeepay )</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mengadakan bahan dasar</li> <li>● Mengolah bahan dasar menjadi produk</li> <li>● Menyajikan produk</li> <li>● Mempromosikan produk usaha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Menjual produk sehat den bahan dasar <i>Greek yogurt</i></li> <li>● Varian rasa dengan menggunakan buah segar</li> <li>● Menawarkan produk kreasi baru ke Kota Blitar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pembelian dengan minimal order <i>Greek yogurt shake</i> 100 ribu gratis 1 porsi <i>Greek donut</i></li> <li>● Memberikan promo <i>buy 1 get 1</i> kepada pelanggan yang sedang berulang tahun (dengan menunjukkan bukti kartu identitas)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Masyarakat sekitar dengan usia 20 – 29 tahun</li> <li>● Masyarakat terutama domisili Kota Blitar</li> </ul>
	<i>Key Resources</i>		<i>Channels</i>	
<i>Cost Structure</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Pembelian bahan dasar</li> <li>● Gaji</li> <li>● Biaya promosi</li> <li>● Biaya operasional</li> <li>● Investasi</li> </ul>		<i>Revenue Streams</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Penjualan produk</li> </ul>		

Sumber : Olahan Penulis, 2022

Pada tabel 1.2 tertera *Business Model Canvas* dari Louku Laku. Menurut Osterwalder & Yves Pigneur (2010:305), *Business Model Canvas* terdiri dari

sembilan blok bangunan bisnis. Blok bangunan ini berisikan bagian-bagian penting yang menjelaskan tentang bagaimana organisasi tersebut menciptakan manfaat dan juga mendapat manfaat dari para pelanggannya.

Hal ini diharapkan dapat membantu penulis untuk membuat perencanaan bisnis Louku Laku dan menetapkannya sebagai poin penting seperti segmentasi konsumen, proposi nilai konsumen, sumber daya, hubungan konsumen, aktivitas yang dialankan, kerja sama, serta sumber pendapatan.

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

Ketika memulai suatu usaha atau bisnis, diperlukan untuk mengungkapkan ide – ide yang dapat menghasilkan keuntungan dari bidang ekonomi dengan melakukan perencanaan bisnis. Menurut Richard L. Daft (2007:65), perencanaan bisnis atau *business plan* adalah dokumen yang merincikan detail-detail bisnis yang disiapkan oleh seorang wirausahawan sebelum membuka sebuah bisnis baru. Berhubungan dengan hal tersebut, penulis disini berniat untuk membuka sebuah usaha yang menjual produk utama *Greek yogurt shake* serta *Greek donut* sebagai menu pendamping.

Penulis tergerak membuat produk *Greek yogurt shake* karena terinspirasi dari *milk shake* yang telah umum diketahui. Namun, penulis mengubah es krim pada *milk shake* dengan bahan yang lebih sehat menggantikan posisi es krim, yaitu *frozen Greek yogurt*.

Walaupun harganya yang tergolong mahal, *Greek yogurt* sendiri penulis pilih karena produk ini memiliki beberapa manfaat lebih dibandingkan yogurt biasa. *Greek yogurt* merupakan yogurt yang disaring untuk mengurangi kandungan *whey*

serta air dalam yogurt tidak seperti yogurt biasa. Nutrisi pada *greek yogurt* pun berbeda dengan yogurt biasa, berikut adalah tabel yang membandingkan keduanya

**Tabel 1. 5**

**KANDUNGAN NUTRISI YOGURT BIASA DAN *GREEK YOGURT***

	Yogurt biasa	<i>Greek yogurt</i>
<i>Calories</i>	154	179
<i>Carbs</i>	17 gr	10 gr
<i>Sugar</i>	17 gr	9 gr
<i>Protein</i>	13 gr	24 gr
<i>Fat</i>	4 gr	5 gr
<i>Calcium</i>	34% of DV	22% of DV
<i>Sodium</i>	7% of DV	4% of DV

*Sumber: femina.co.id*

Dilihat dalam tabel tersebut, tertera bahwa meskipun kandungan gula dan karbohidrat lebih sedikit namun kandungan protein di *Greek yogurt* lebih tinggi. Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, kandungan laktosa serta jumlah karbohidrat dan gula berkurang akibat proses penyaringan. Kepadatan *Greek yogurt* ini juga membuat proteinnya lebih banyak.

*Greek yogurt shake*, menu utama yang akan penulis buat dalam bisnis, tidak lengkap jika tidak ada nama serta logo di dalamnya yang berfungsi untuk mengungkap identitas bisnis *Greek yogurt shake* penulis. Menurut Kotler, Phillip, dan Keller (2009:258), merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari semuanya, atau untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan produk atau jasa dari pesaing. Merek atau nama yang baik juga akan menciptakan keunggulan dalam gambaran para konsumen. Maka dari itu penulis ingin membuat usaha ini dengan nama Louku Laku.



Makna dari nama usaha Louku Laku sendiri adalah dari kata “Louku” yang merupakan sebuah plesetan dari kata “Laku”. Kata tersebut dapat diartikan sebagai terjual atau laris. Disini penulis mengharapkan produk dari usaha Louku Laku agar selalu “laku laku” atau selalu terjual dan laris setiap waktunya. Kata “Louku” juga penulis ambil dari kata “Loukumades” yang berarti *Greek donut*, sebuah menu pendamping dari produk utama kedai ini, yaitu *Greek yogurt shake*.

Sedangkan logo, menurut teori buku Katz dalam Wheeler (2009) mengatakan bahwa logo harus merepresentasikan visi dan misi perusahaan, segmentasi yang dituju sesuai dengan target masyarakat. Berikut adalah logo yang penulis rancang untuk perencanaan bisnis Louku Laku di Kota Blitar.

### Gambar 1. 1

#### LOGO LOUKU LAKU



*Sumber: Desainer penulis, 2022*

Berdasarkan gambar 1.1 terlihat dalam logo tersebut bahwa terdapat *yogurt can* di tengah yang akan menggambarkan produk utama dari usaha penulis yaitu *Greek yogurt*. Dilanjutkan dengan air yang mirip seperti ombak, selain ditujukan untuk menarik perhatian, air disini memberikan simbol bahwa produk yang penulis buat adalah dengan cara di ‘*shake*’.

Untuk pemilihan warna sendiri, penulis hanya menggunakan dua warna, yaitu biru dan putih. Selain melambangkan bahwa dua warna tersebut adalah warna dari bendera *Greek / Yunani*, disini warna biru penulis ambil karena warna tersebut

melambangkan kepercayaan dan kesetiaan. Dan warna putih untuk *background* penulis ambil karena memiliki arti kesederhanaan, kemurnian, serta kesempurnaan. Dua warna tersebut diharapkan agar usaha penulis terus dapat memberikan kepercayaan dan kesetiaan kepada pelanggan dengan menawarkan produk yang sederhana dengan kualitas yang terbaik.

Beralih pada bagian *tagline*, penulis menyebutkan “*Smooth and Creamy every drop*” hal tersebut diharapkan produk dari penulis tetap terasa nikmat, lembut, dan *creamy* hingga akhir tetes. Serta untuk penulisan yang terbalik tidak ada arti khusus didalamnya. Namun hal tersebut diharapkan dapat membawa kesan unik dan tidak biasa sehingga dapat menarik perhatian pelanggan.

Serta terdapat tulisan “EST. 2022” di bagian kanan dan kiri logo, yang menunjukkan berdirinya usaha Louku Laku pada tahun 2022 seperti logo pada umumnya. Sehingga ketika usaha ini berjalan dalam waktu yang lama, konsumen dapat mengetahui kapan pertama kali usaha Louku Laku dibangun.

Kemudian untuk lokasi dari usaha Louku Laku bertempat di Perum. Central Park Melati F 3-5, Blitar. Alasan penulis memilih lokasi ini sebagai lokasi usaha karena tempat yang direncanakan strategis dan belum ada usaha yang serupa di wilayah lokasi sehingga dapat menjadi peluang untuk penulis.

**Gambar 1. 2**  
**LOKASI PERENCANAAN KEDAI LOUKU LAKU**



**C. Visi dan Misi**

Setiap jenis usaha pasti memiliki visi serta misi untuk mendirikan sebuah bisnisnya tersebut. Dengan ini, Kedai Louku Laku memiliki visi sebagai berikut.

Visi:

Menjual produk Greek yogurt shake nomor 1 yang sehat dan berkualitas di Kota Blitar.

Misi:

- Membuat produk yang sehat namun tetap nikmat dikonsumsi.
- Meningkatkan kreatifitas untuk membuat produk yang menarik serta unik.
- Meningkatkan kualitas produk dan memberi pelayanan yang terbaik sehingga mendapatkan pelanggan yang setia.

#### **D. Analisis SWOT**

SWOT merupakan sebuah alat untuk menyusun faktor – faktor strategis dalam suatu perusahaan. SWOT sendiri adalah singkatan dari *Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats*. SWOT bisa menggambarkan serta mengevaluasi baik dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu perusahaan. Menurut Freddy Rangkuti (2006:8), analisis SWOT merupakan proses analisis yang dilakukan secara sistematis untuk mengembangkan strategi organisasi yang efektif dan tepat.

Berdasarkan pengertian diatas, maka penulis membuat analisis SWOT pada usaha Louku Laku, berikut penjabaran mengenai 4 faktor analisis SWOT.

##### 1. *Strength* (Kekuatan / Kelebihan)

Adapun kekuatan / kelebihan dari usaha ini adalah:

- Menjual produk yang terbilang baru di wilayah lokasi usaha.
- Menawarkan produk yang sehat dengan varian rasa minuman menggunakan buah segar.
- Lokasi usaha yang strategis sehingga dapat mudah dijangkau oleh pelanggan online.

##### 2. *Weakness* (Kelemahan / Kekurangan)

Kelemahan / kekurangan dari usaha ini adalah:

- Produk yang dijual belum umum terdengar di daerah perencanaan usaha.
- Bahan dasar yang relatif mahal sehingga keuntungan yang didapat tidak terlalu besar.

##### 3. *Opportunity* (Kesempatan)

Kesempatan penulis untuk usaha ini adalah:

- Menjadi peluang yang besar karena belum ada pesaing bisnis yang sama di lokasi usaha.
- Menjual produk sehat sehingga menjadi opsi pelanggan khususnya seperti komunitas orang berpola hidup sehat dan diet untuk membeli.

#### 4. *Threats* (Ancaman)

Ancaman dari usaha ini adalah:

- Mulai banyaknya pesaing bisnis minuman di wilayah lokasi usaha.
- Peluang bagi bisnis lain untuk membuka bisnis yang serupa namun dengan bahan pengganti (lebih terjangkau) di lokasi usaha.

### **E. Spesifikasi Produk**

Produk yang akan dijual oleh penulis dalam usaha bisnis ini adalah minuman *Greek yogurt shake*. Minuman dengan menggunakan bahan dasar *Greek yogurt* yang berkualitas dan sehat kemudian dicampur menggunakan susu dan *topping* sesuai rasa. Minuman ini memiliki lima varian rasa di dalamnya, mulai dari *Original Greek Yogurt Shake*, *Strawberry Greek Yogurt Shake*, *Banana Greek Yogurt Shake*, dan *Chocohips Greek Yogurt Shake*.

Kemudian dilanjutkan oleh menu pendamping dari usaha ini, yaitu *Louku Greek donut*. Donut ala Yunani yang di masak menggunakan teknik *deep fried* kemudian diberi gula halus atau kayu manis sebagai *topping*.

Lima produk *Greek yogurt shake* dan satu produk *Greek donut*, merupakan menu – menu yang akan penulis tawarkan kepada pelanggan. Varian rasa yang ditawarkan, bertujuan agar para penikmat *Greek yogurt shake* bisa memilih rasa sesuai selera serta kebutuhan mereka. Produk *Greek donut* juga

penulis tawarkan sehingga pelanggan juga bisa menikmati makanan mengingat pada menu utama produk usaha ini yaitu minuman.

#### **F. Jenis / Badan Usaha**

Dalam merencanakan suatu usaha atau bisnis, sebagai pengelola perlu mengetahui jenis bisnis apa yang akan dijalankannya. Setiap jenis bisnis yang ada memiliki tabiatnya masing – masing tergantung bisnis apa yang akan dibangun.

Berikut merupakan jenis – jenis badan usaha, antara lain:

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

Jenis badan usaha yang akan dipakai oleh usaha Louku Laku merupakan jenis Perusahaan Perseorangan (PO). Menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI), perusahaan perseorangan adalah perusahaan yang dikelola dan diawasi hanya satu orang. Pengelola dari perusahaan akan memperoleh seluruh keuntungan perusahaan. Akan tetapi, pengelola juga harus menanggung semua resiko yang akan terjadi dalam perusahaan tersebut.

Berikut merupakan ciri – ciri perusahaan perseorangan agar kita dapat dengan mudah membedakannya:

- Proses pendirian mudah, begitu pula dengan pembubarannya.
- Pemilik perusahaan individu atau keluarga.
- Tugas dan tanggung jawab tidak terbatas,

- Permodalan usaha biasanya tidak terlalu besar dan bisa melibatkan data pribadi.
- Sistem atau cara mengelola usahanya sederhana.

### **G. Aspek Legalitas**

Untuk aspek legalitas usaha penulis, Louku Laku pastinya akan membuat legalitas terpercaya serta mengikuti dengan peraturan – peraturan yang sesuai dengan aturan Kota Blitar. Dokumen – dokumen badan hukum diperlukan untuk melaksanakan usaha bisnis agar dapat berjalan lancar kedepannya. Berikut adalah dokumen – dokumen yang harus disiapkan dan ditunjukkan saat membuka usaha:

1. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
2. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
3. Pas foto penanggung jawab / Pemilik perusahaan 3x4 (2 lembar)
4. Fotokopi Surat Izin Tempat Usaha (SITU), Undang – Undang Gangguan (HO)

Selain itu, usaha Louku Laku juga akan membuat legalitas yang terpercaya serta bersertifikat dengan cara memberi sertifikat halal dan BPOM. Hal tersebut untuk memastikan bahwa produk yang dijual oleh Louku Laku adalah produk yang *moeslim friendly* dan aman untuk dikonsumsi.