

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa pandemi sekarang ini bisnis kuliner di Indonesia menjadi salah satu usaha yang dipilih dan di manfaatkan oleh masyarakat untuk memperoleh keuntungan atau laba. Masyarakat mulai membuka bisnis kecil *online* maupun *offline*, perencanaan bisnis adalah dokumen yang merincikan detail-detail bisnis yang disiapkan oleh seorang wirausahawan sebelum membuka sebuah bisnis baru menurut Richard L. Daft (2007 : 265). Bisnis pula dapat direalisasikan di kota besar dan juga kota kecil seperti contoh yaitu Kota Semarang.

Kota Semarang adalah ibu kota Provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Kota ini sekaligus menjadi kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia setelah Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Medan. Dengan banyaknya bisnis makanan dan minuman yang berkembang di Kota Semarang banyak pula jenis bisnis usaha yang berkembang di Kota Semarang sampai ke usaha produk makanan dan minuman seperti restoran dan kafe

Dari banyaknya bisnis kuliner yang berkembang tidak banyak produk makanan tradisional dipilih oleh masyarakat untuk dijadikan bisnis mereka. khusus nya di Kota Semarang, sebagai contoh yaitu produk Pempek. Makanan tradisional khas Kota

Palembang ini terbuat dari campuran gilingan daging ikan, tepung kanji, dan tepung sagu yang disajikan dengan kuah cuka yang memiliki rasa asam, manis dan pedas.

Pempek sendiri sudah menyebar ke di berbagai kota besar di Indonesia, dengan bahan dasar yang mudah didapat dan dibuat maka tak jarang banyak pedagang kaki lima yang menggunakan produk pempek sebagai menu utama mereka untuk membuka bisnis berjualan.

Saat ini belum ada produk Pempek yang digabung dengan campuran keju seperti *mozzarella*, dan *sausage*. Pemikiran inilah yang muncul di benak penulis untuk membuat inovasi dan kreasi Pempek yang baru bernama “Pempek Keju”. Produk Pempek yang biasanya menggunakan kuning telur diganti menjadi keju.

Produk Pempek Keju menjadi peluang penulis untuk menjual di kalangan remaja (mahasiswa) dikarenakan tingginya minat masyarakat khususnya dikalangan remaja mengonsumsi produk dengan gabungan keju, sehingga hal ini menjadi peluang bagi penulis untuk menjual produk inovasi Pempek dengan tujuan membuka target pasar baru khususnya dikalangan remaja (mahasiswa).

Penulis melakukan riset untuk mengetahui ada atau tidaknya minat pasar mengenai produk inovasi Pempek Keju yang akan dijual atau ditawarkan ke masyarakat. Berikut data mengenai minat pasar yang dibuat oleh penulis sendiri melalui kuisisioner *online*.

Tabel 1.1
MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK PEMPEK DAN PEMPEK
KEJU DI KOTA SEMARANG
n = 42

No	Pernyataan	Respon
1	Responden mengetahui produk makanan Pempek	Ya = 42 (100%)
		Tidak = 0 (0%)
2	Ketertarikan dalam mencoba produk Pempek (orisinal / berisi keju dan sosis)	Ya = 41 (97,6%)
		Tidak = 1 (2,4%)
3	Kisaran harga yang Responden pilih sesuai dengan harga satu porsi Pempek	Rp. 20.000 – Rp. 30.000 = 6 (14,3%)
		Rp. 25.000 - Rp. 30.000 = 6 (14,3%)
		> Rp. 30.000 = 1 (2,4%)

Sumber : *Google Form* (tahun 2022) Olahan Penulis

Berdasarkan latar belakang yang penulis sudah bahas sebelumnya membuat penulis tertarik untuk menyusun perencanaan bisnis yang berjudul “**PERENCANAAN BISNIS KEDAI PEMPEK 78 DI KOTA SEMARANG**”.

Saat ingin merencanakan sebuah bisnis tertentu biasa pembisnis akan memulai merancang bisnis mereka dengan bantuan BMC atau *business Model Canvas*, dalam teori BMC dicantumkan Sembilan pilar atau poin penting yang wajib ada dalam sebuah bisnis tertentu.

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 kemanfaatan dari para pelanggannya pengertian tersebut disebutkan menurut Osterwalder & Yves Pigneur (2014 : 199). Berikut merupakan sebuah BMC dari kedai Pempek 78.

Tabel 1.2
BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)
KEDAI PEMPEK 78 DI KOTA SEMARANG

<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"> • Supplier bahan baku • Aplikasi online (Grab, Gojek, Shopee Food) 	<ul style="list-style-type: none"> • Membeli bahan baku produk yang berkualitas • Memperhatikan konsistensi kebersihan dan kualitas produk • Meningkatkan promosi produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas produk • <i>Comfortable customer service</i> • Kedai yang nyaman 	<ul style="list-style-type: none"> • Diskon pada hari raya • Kartu member kepada pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa • <i>Cheese lover</i> • Masyarakat pekerja daerah Tlogosari
	<i>Key Resources</i>			
	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan baku • Alat-alat perlengkapan • Pegawai 		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Social Media</i> • Grab Food • Go Food • Shopee Food • <i>Review App</i> 	

<i>Cost Structure</i>	<i>Revenue Streams</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Pembelian bahan baku • Gaji pegawai dan <i>business owner</i> • Biaya promosi • Biaya Operasional • Investasi 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Daily and product sales</i>

Sumber : Olahan Penulis (2022)

B. Gambaran Umum Bisnis

Menurut Adams Morioka (2006:12) Logo adalah simbol khas dari sebuah perusahaan, objek, ide, publikasi, orang, atau layanan. Aspek terpenting yang perlu dipersiapkan dalam membuka suatu usaha atau bisnis adalah sebuah logo.

Logo merupakan sebuah identitas bagi perusahaan maupun usaha, yang memiliki manfaat dan fungsi utama yaitu dapat membuat sebuah *brand* mudah dikenal oleh masyarakat dan membuat masyarakat mampu membedakan jenis produk yang dijual oleh setiap bisnis. Kendati demikian penulis ingin membuat nama kedai Pempek 78.

Makna atau arti yang terdapat dari 78 sendiri adalah singkatan kata dari “maju dan mapan”. Kata tersebut dapat diartikan sebagai harapan agar bisnis Pempek ini bisa menjadi bisnis yang maju untuk waktu kedepan nya dengan bertambahnya cabang serta mapan dalam arti menjadi bisnis yang sukses.

Gambar 1.1
LOGO PEMPEK 78



Sumber : Olahan Penulis (2022)

Terlihat dari gambar 1.1 logo Pempek yang penulis kreasikan memiliki arti tersendiri, dimulai dari ikon gambar yang berada didalam lingkaran adalah ikan tenggiri dimana ikan inilah yang akan menjadi bahan utama pembuatan Pempek, lingkaran yang berada di diluar logo memiliki arti bahwa ikan tenggiri tersebut lah yang menjadi *highlight* dalam produk Pempek yang akan dibuat.

Serta dalam pemilihan warna penulis menggunakan warna coklat yang mempresentasikan warna dari Pempek yang digoreng serta warna cuka yang akan dinikmati oleh pelanggan kedai.

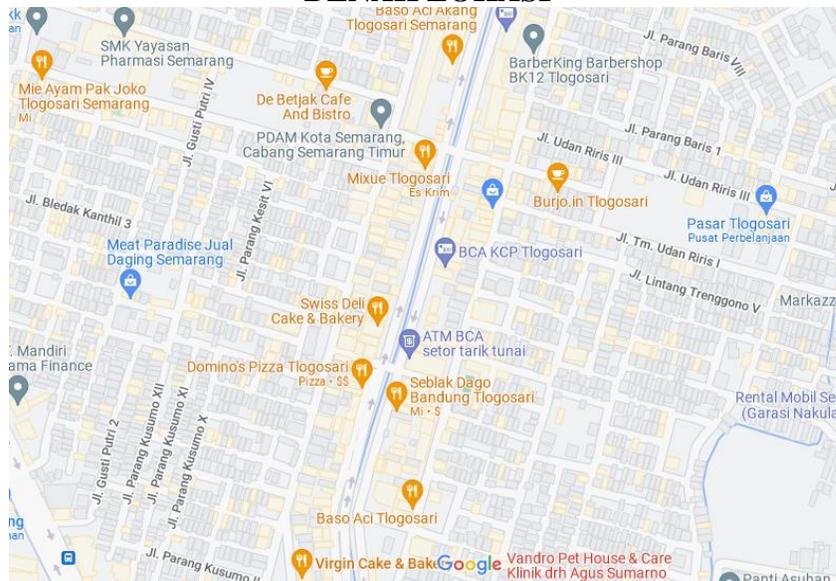
Hal berikutnya yang penulis siapkan adalah lokasi Kedai Pempek 78 yang bertempat di Tlogosari Raya, tepatnya berada di Jl. Jembatan II, Tlogosari, Tlogosari Kulon, Kec. Pedurungan, Kota Semarang. Lokasi yang akan penulis gunakan akan berada di salah satu ruko, alasan utama penulis memilih lokasi tersebut karena tempat yang ditentukan oleh penulis merupakan salah satu tempat yang strategis dikarenakan Tlogosari adalah salah satu area kuliner makanan dan minuman, dan ini juga menjadi alasan pribadi penulis untuk memilih area Tlogosari dan berada di sebelah jalan raya utama Tlogosari Raya.

Gambar 1.2
LOKASI PERENCANAAN KEDAI PEMPEK 78



Sumber : Olahan Penulis, 2022

Gambar 1.3
DENAH LOKASI



Sumber : Google Maps, 2022

C. Visi dan Misi

Visi dan Misi merupakan aspek penting yang diperlukan oleh setiap bisnis, menurut J.B Whittaker (1975 : 14) Visi perusahaan didefinisikan sebagai gambaran masa depan yang akan dipilih dan yang akan diwujudkan pada suatu saat yang ditentukan.

Visi :

Menjadi kedai pempek terkemuka sehingga dikenal oleh seluruh masyarakat Indonesia.

Misi :

1. Membuat produk yang mengutamakan kualitas terbaik dan terjamin..
2. Melakukan *quality control* yang ketat dalam produksi.
3. Ber-expansi dan membuka cabang di Indonesia

D. Analisis SWOT

Aspek yang diperlukan dalam sebuah bisnis adalah SWOT dimana faktor – faktor strategis pada sebuah bisnis bisa dinilai untuk ditemukannya kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sehingga bisnis bisa merubah setiap poin minus dalam bisnis menjadi poin positif dan memaksimalkan poin positif lebih lagi.

Menurut Ferrel dan Harline (2005 : 39) fungsi dari analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok

persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman).

Dengan fungsi dan tujuan SWOT yang penting untuk setiap bisnis. Maka demikian penulis membuat analisis SWOT pada kedai Pempek 78 dan melakukan penjabaran pada setiap faktor analisis SWOT

1. *Strength* (Kekuatan / Kelebihan)

Kekuatan / kelebihan yang dimiliki usaha ini berupa :

- a. Menjual produk dengan inovasi baru di wilayah lokasi usaha.
- b. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau.
- c. Memberikan produk yang bisa dinikmati tanpa batasan umur.

2. *Weakness* (Kelemahan / Kekurangan)

Kelemahan / kekurangan yang dimiliki usaha ini berupa :

- a. Tidak cocok dengan pelanggan yang memiliki alergi terhadap ikan.
- b. Harga yang tidak bisa disesuaikan untuk semua kalangan masyarakat.
- c. Bukan merupakan produk makanan yang sering dikonsumsi orang.

3. *Opportunity* (Kesempatan)

Kesempatan yang dimiliki usaha ini berupa :

- a. Bahan baku mudah diperoleh.
- b. Memiliki sistem penjualan *online* menggunakan kerjasama dengan pihak ojek *online* (Go-Food, Grab-Food, Shopee-Food)

4. *Threats* (Ancaman)

Ancaman yang dimiliki usaha ini berupa :

- a. Akan mulai muncul bisnis dengan produk yang sama namun dengan inovasi yang lebih unik
- b. Distribusi produk terbatas.

E. Spesifikasi Produk

Produk yang akan dijual oleh penulis berupa olahan pempek, produk ini sendiri memiliki lima jenis orisinal (Kapal Selam, Lenjer, Adaan, Kulit) dan penulis juga menjual produk inovasi (Kapal Selam Keju, Lenjer Keju, Lenjer Sosis). Penulis berharap dengan inovasi menu ini dapat memunculkan aspek “istimewa” yang berbeda dengan menu Pempek di Kedai dan Restoran Pempek di Kota Semarang, serta menarik rasa penasaran dan ketertarikan masyarakat untuk mencoba Pempek Keju.

Penulis juga melakukan riset terhadap data pesaing Kedai dan Restoran Pempek di Kota Semarang.

Tabel 1.3
DATA NAMA RESTORAN DAN KEDAI DI KOTA SEMARANG

No	Nama Restoran	Harga (1 Porsi)
1	Pempek Ny. Kamto	Rp. 25,000,-
2	Pempek Wong Kito	Rp. 23,000,-
3	Kedai Pempek Musi	Rp. 20,000,-
4	Kedai Pempek Alkey	Rp. 20,000,-
5	Pempek LAGAYU 57	Rp. 18,000,-
6	Pempek Cek Nia	Rp. 20,000,-

Sumber : Olahan Penulis (2022)

Semua Kedai dan Restoran Pempek yang penulis sudah cantumkan dalam tabel tidak memiliki produk inovasi Pempek Keju yang sama seperti penulis, maka dari itu penulis akan menggunakan dan memanfaatkan peluang ini untuk menjual Pempek Keju kepada masyarakat di Kota Semarang.

Berikut adalah menu yang akan penulis tawarkan beserta resep nya

1. Kapal Selam
2. Kapal Selam Keju
3. Adaan
4. Kulit
5. Lenjer

6. *Ice Tea*

7. *Ice Lemon Tea*

F. Jenis / Badan Usaha

Jenis badan usaha Kedai Pempek 78 merupakan jenis usaha yang bersifat Perusahaan Perseorangan (PO). PO adalah salah satu bentuk bisnis yang dimiliki oleh satu *owner* atau pemilik tunggal. Menurut Murti Sumarai dan Jhon Suprianto (2003 : 62) Perusahaan Perseorangan adalah badan usaha yang dimiliki, dikelola dan dipimpin oleh individu, dimana tanggung jawab atas aktivitas dan risiko perusahaan ditanggung oleh orang tersebut.

G. Aspek Legalitas

Legalitas usaha dan bisnis merupakan aspek penting dalam persiapan jika ingin membuka bisnis seperti dokumen yang berkaitan dengan badan hukum usaha bisnis agar bisnis yang dibangun dan dioperasi dapat berjalan dengan lancar di kemudian hari. Dan berikut penulis lampirkan dokumen legalitas yang sudah dipersiapkan dan dimiliki ketika membuka usaha kedai :

1. Akta pendirian usaha
2. NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) Badan usaha
3. Fotokopi KTP pemilik kedai
4. Sertifikat tanah
5. SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) dari kelurahan dan kecamatan
6. Surat IMB (Izin Mendirikan Bangunan) yang sesuai