

# **BAB I**

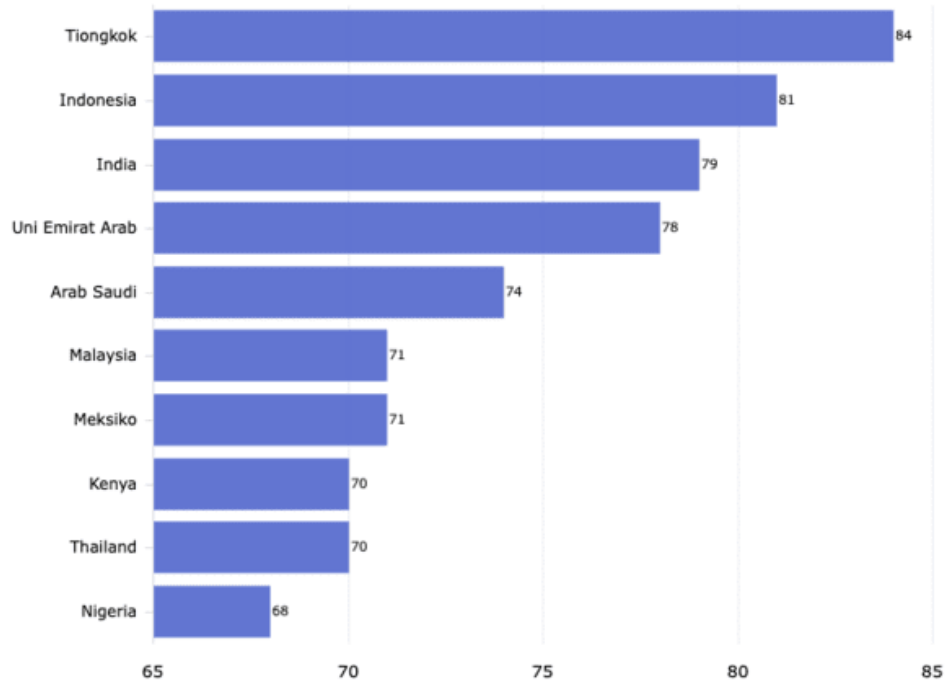
## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Dari tahun ke tahun, bisnis di Indonesia makin berkembang, perkembangannya ini sangatlah besar persentasenya. Hal ini dibuktikan dari hasil survei yang dilakukan oleh *Edelman Trust Barometer*. *Edelman Trust Barometer* sendiri adalah salah satu lembaga survei terpercaya yang melakukan survei di bidang bisnis, lembaga swadaya masyarakat, serta pemerintahan. Survei ini diikuti di dua puluh delapan negara dengan jumlah responden yaitu tiga puluh enam ribu. Dalam survei yang dilakukan oleh *Edelman Trust Barometer* (2022), dijelaskan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap bisnis meningkat tiga poin dibandingkan dengan tahun 2021, dengan menduduki posisi ke 2 dari 10 besar, dengan persentase yaitu 81%, sementara itu peringkat pertama adalah Tiongkok dengan persentase 84%, dan peringkat ketiga adalah India dengan persentase 79%. Melalui data tersebut, diketahui bahwa masyarakat Indonesia sudah semakin percaya dengan yang namanya bisnis. Masyarakat Indonesia menjadi semakin sadar bahwa berbisnis itu penting. Selain menguntungkan, berbisnis pun dapat untuk mengembangkan kemampuan serta bakat yang dimiliki. Dengan tingginya angka kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap bisnis, banyak bisnis baru yang bermunculan. (Edelman, 2022)

**Gambar 1****10 Negara dengan Tingkat Kepercayaan terhadap Bisnis Tertinggi (2022)**

Sumber : Edelman,



Sumber : databoks.katadata.co.id

Mahmud Machfoed mengatakan bahwa bisnis merupakan usaha perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam berbisnis, diperlukan suatu perencanaan yang matang dan realistis. Hal tersebut dilakukan agar bisnis dapat berjalan dengan lancar. Menurut Coulthard, Howell, dan Clarke, perencanaan bisnis ialah penelitian secara terperinci tentang aktivitas dari organisasi dengan memfokuskan di mana tempat dari bisnis ini, dari mana modal untuk membangun bisnis, bagaimana masa depannya, dibutuhkan tindakan nyata

untuk mencapai hasil ini (Coulthard, Howell, & Clarke, 1999). Dari suatu perencanaan bisnis, kita dapat melihat apakah bisnis ini dapat berjalan atau tidak, sesudah bisnis itu berjalan, kita pun dapat melakukan analisa terhadap bisnis ini dapat bertahan berapa lama. Perencanaan bisnis penting dilakukan agar bisnis yang dijalankan jelas arahnya, serta perencanaan bisnis itu harus dilakukan secara nyata.

Fenomena meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap bisnis, menjadikan dunia bisnis semakin hari semakin berkembang. Perkembangan berdampak ke segala jenis bisnis, terutama bisnis di bidang makanan dan minuman. dilihat dari data yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik pada tahun 2021, bahwa persentase pengeluaran per kapita terbesar didominasi oleh makanan dan minuman dengan persentase terbesar terjadi di daerah perkotaan yaitu sebesar 35,55%. Besarnya persentase ini sangat dapat dirasakan dengan semakin banyaknya bisnis makanan dan minuman baru, yang terus bermunculan. perkembangan ini juga didukung dengan kemajuan teknologi, di mana dengan adanya kemajuan teknologi, minat masyarakat semakin tinggi untuk membuka suatu bisnis, dikarenakan mudahnya akses internet yang menyebabkan masyarakat lebih mudah untuk memperluas pemasaran produk yang di tawarkan. Terlebih lagi dikarenakan makanan dan minuman adalah kebutuhan pokok manusia, maka dari itu bisnis makanan dan minuman diharapkan dapat menghasilkan keuntungan yang lebih.

Saat ini, sangat banyak variasi bisnis makanan dan minuman, contohnya seperti *Restaurant, Food Truck, Food Stall, Bar, Café, Pub, Club,*

dan Rumah Produksi. Dari konsepnya pun sangat beragam. Yaitu seperti *Speciality Restaurant*, *Fine Dining Restaurant*, dan *All You Can Eat*, dan mungkin di masa yang akan datang, akan ada bisnis makanan dan minuman dengan konsep-konsep baru yang mungkin lebih unik dan menarik. Dengan banyaknya variasi tersebut, semakin memperbesar kemungkinan masyarakat untuk memulai bisnis makanan dan minuman

Dari sekian banyak jenis bisnis makanan dan minuman, ada yang dinamakan dengan Rumah Produksi atau industri rumah tangga. Rumah Produksi atau Industri rumah tangga ini dapat diartikan sebagai kegiatan usaha yang berskala kecil baik di modal yang dibutuhkan untuk membangun usaha, tenaga kerja yang dibutuhkan maupun tempat usahanya. Dikutip dari laman OCBCISP.com (2021) bahwa rumah produksi adalah kegiatan usaha skala kecil yang pada dasarnya sering ditemukan pada daerah perumahan di perkotaan ataupun perkampungan. Dalam perencanaan bisnis ini penulis memilih rumah produksi sebagai bisnis yang akan didirikan. Penulis memilih rumah produksi dikarenakan rumah produksi dapat menggunakan rumah sendiri sebagai tempat usaha, serta modal yang diperlukan pun tidak terlalu besar (Redaksi OCBC NISP, 2021).

Dalam dunia kuliner, Negara Jepang adalah salah satu negara yang makanannya sangat populer di berbagai belahan dunia, di negara mana pun kita berada, dapat dipastikan bahwa akan ada tempat yang menawarkan makanan Jepang di negara tersebut, termasuk di Indonesia. Di Indonesia sendiri sudah sangat mudah untuk menemukan tempat yang menawarkan makanan Jepang,

terutama di kota-kota besar di Indonesia. Makanan Jepang yang terdapat di Indonesia, contohnya ialah *Sushi*, *Sashimi*, *Donburi*, *Agemono*, *Teppanyaki*, *Shabu-Shabu*, dan *Bento*. Dari semua jenis makanan tersebut, yang paling menarik menurut penulis ialah *Bento*. *Bento* sendiri merupakan istilah dalam Bahasa Jepang yang memiliki arti yaitu Bekal yang di dalamnya terdapat nasi serta lauk pauk yang terdiri dari daging atau ikan, acar dan sayuran yang dikemas dalam kemasan yang praktis dan mudah untuk dibawa ke mana-mana.

## **B. GAMBARAN UMUM BISNIS**

### **1. Deskripsi Bisnis**

Jakarta Timur merupakan salah satu dari 6 daerah administrasi di DKI Jakarta, Jakarta Timur memiliki luas wilayah yaitu 188,03 km<sup>2</sup>, hal ini menjadikan Jakarta Timur menjadi Kota Administrasi terluas di DKI Jakarta. Dilihat dari data yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik bahwa, Jakarta Timur juga merupakan Kota Administrasi di DKI Jakarta dengan jumlah penduduk terbanyak yaitu sebanyak tiga ribu lima puluh enam juta jiwa, dan dilansir dari laman [statistik.jakarta.go.id](http://statistik.jakarta.go.id) bahwa Kota Jakarta Timur menjadi kota dengan jumlah tenaga kerja tertinggi di DKI Jakarta yaitu sebesar 28,71%.. dilihat dari laman [jualrumahjakarta.com](http://jualrumahjakarta.com) bahwa di wilayah Jakarta Timur, terdapat tiga puluh tujuh wilayah yang memiliki Kawasan perumahan, dengan total Kawasan perumahan di Jakarta Timur ialah tujuh puluh empat kawasan perumahan.

**Gambar 2**

Kab/Kota ↑↓	Jumlah Penduduk (ribu)		
	2019 ↑↓	2020 ↑↓	2021 ↑↓
Kep Seribu	24,30	27,75	28,24
Jakarta Selatan	2 264,70	2 226,81	2 233,86
Jakarta Timur	2 937,86	3 037,14	3 056,30
Jakarta Pusat	928,11	1 056,90	1 066,46
Jakarta Barat	2 589,93	2 434,51	2 440,07
Jakarta Utara	1 812,91	1 778,98	1 784,75
DKI Jakarta	10 557,81	10 562,09	10 609,68

Sumber: jakarta.bps.go.id

Dengan melihat data-data dari gambar nomor 2, dapat dipastikan bahwa jumlah penduduk di Jakarta Timur sangatlah banyak, dan hal ini sangat dapat memperbesar peluang dalam membangun usaha, terutama usaha makanan dan minuman. Dilansir dari data yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik melalui [jaktimkota.bps.go.id](http://jaktimkota.bps.go.id) Bahwa, terdapat empat ratus sembilan puluh delapan jumlah usaha rumah makan/restoran, jumlah ini akan dipastikan terus bertambah dari waktu ke waktu, dikarenakan penduduk yang semakin bertambah banyak (Badan Pusat Statistik, 2021).

Gambar 3

<b>Makanan</b>	-	-
Padi-padian	58 490	54 087
Umbi-umbian	7 616	6 988
Ikan/udang/cumi/kerang	62 050	64 165
Daging	48 285	47 838
Telur dan susu	61 602	55 190
Sayur-sayuran	51 635	47 202
Kacang-kacangan	12 442	12 000
Buah-buahan	41 982	41 784
Minyak dan kelapa	15 261	16 737
Bahan minuman	19 893	20 236
Bumbu-bumbuan	12 803	11 924
Konsumsi lainnya	12 852	11
Makanan dan minuman jadi	345 909	353 344
Rokok	73 430	78 125
<b>Jumlah Makanan</b>	<b>824 251</b>	<b>820 521</b>

Di lihat dari gambar nomor 3, pengeluaran per kapita masyarakat di  
 Sumber: [jaktimkota.bps.go.id](http://jaktimkota.bps.go.id)

Jakarta Timur terhadap makanan ialah sebesar Rp. 820.521 di tahun 2019, dengan pengeluaran tertinggi terdapat pada makanan dan minuman jadi yaitu sebesar Rp.353.344, dengan demikian dengan membangun usaha makanan dan minuman di daerah Jakarta peluangnya sangatlah besar dan akan sangat menguntungkan karena dapat dipastikan bahwa usaha makanan dan minuman yang dibangun tidak akan sepi pengunjung (Statistik, Badan Pusat, 2019).

## 2. Deskripsi Logo dan Nama

Gambar 4



Sumber: Olahan Penulis

“*Itsukame Made*” merupakan bahasa Jepang yang memiliki arti yaitu sampai hari ke lima, maksudnya adalah usaha yang dijalankan oleh penulis ini akan melayani dengan sepenuh hati sampai hari ke 5 dalam satu minggu, dan 2 hari setelahnya usaha ini akan libur. hal ini bertujuan agar para pekerja lebih sejahtera dalam bekerja, mereka jadi memiliki jadwal *day off* yang tidak berubah ubah, serta mereka menjadi lebih siap dalam bekerja.

Gambar nomor 4 merupakan ilustrasi dari produk yang ditawarkan yaitu “*Bento*”. Di belakang ilustrasi dari produk yang ditawarkan, terdapat Lingkaran kuning yang melambangkan matahari yang bersinar di pagi hari, matahari ini melambangkan semangat kerja yang bersinar sinar dari waktu pagi demi memuaskan pelanggan yang memesan produk kami, matahari yang bersinar juga melambangkan wajah bahagia para pelanggan yang bahagia setelah menikmati produk yang kami tawarkan. dengan kombinasi gambar dan



tulisan dari logo usaha ini, diharapkan usaha ini mendapatkan perhatian dari masyarakat, sehingga usaha ini menjadi sangat menguntungkan.

### 3. Lokasi

Rumah Produksi “*Itsukame Made Bento*” ini akan berdiri di jalan Drompol, Kelurahan Kayu Putih, Kecamatan Pulogadung, Kota Jakarta Timur, yang merupakan daerah kompleks perumahan yang strategis dikarenakan berdekatan dengan pasar tradisional dan sekolah. Berikut potret dari lokasinya

**Gambar 5**



Sumber: Google Map

### 4. *Business Model Canvas*

Dalam melakukan perencanaan bisnis “*Itsukame Made Bento*” dibutuhkan yang namanya *Business Model Canvas* untuk memudahkan jalannya bisnis ini.

Menurut (Osterwalder dan Pigneur, 2010), kerangka model bisnis adalah alat untuk menggambarkan, menganalisis dan merancang model bisnis perusahaan. Kerangka model bisnis dalam bentuk sederhana dibagi menjadi 9 bagian adalah faktor penting dalam membangun bisnis

Sembilan factor tersebut terdiri dari:

1. *Customers Segment* yaitu segmen/kelompok orang yang ingin dibidik sebagai calon pelanggan bisnis
2. *Value Proposition* merupakan aset yang dimiliki oleh perusahaan sehingga pelanggan memilih produk/jasa dari perusahaan.
3. *Channels* Artinya, bagaimana media atau perusahaan menjangkau pelanggannya. Dengan saluran yang tepat, proposisi nilai dapat beresonansi dengan pelanggan
4. *Customer Relationship* merupakan bagaimana sebuah perusahaan menjaga hubungan baik dengan pelanggannya. Hubungan pelanggan sangat penting agar pelanggan suatu perusahaan tidak beralih ke pesaing.
5. *Revenue Stream* merupakan bagaimana mendapatkan keuntungan dari produk/jasa yang dihasilkan perusahaan.
6. *Key Resource* merupakan berbagai sumber daya yang dibutuhkan perusahaan untuk menciptakan proposisi nilainya.
7. *Key Activities* adalah Semua aktivitas yang terkait dengan proses bisnis organisasi yang aktivitas utamanya adalah menciptakan proposisi nilai.

8. *Key Partnership* merupakan Semua pihak yang bekerja sama dengan perusahaan. Kolaborasi ini bertujuan untuk mendukung dan mengoptimalkan alokasi sumber daya, mengurangi risiko, mengurangi ketidakpastian persaingan, dan meningkatkan kinerja bisnis.
9. *Cost Structure* adalah Struktur biaya keseluruhan yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis perusahaan.

### C. VISI DAN MISI

Visi dari “*Itsukame Made Bento*” adalah menyajikan bekal khas jepang yang berkualitas dengan harga yang terjangkau dengan cita rasa yang sesuai dengan cita rasa Indonesia.. untuk mencapai visi tersebut, diperlukan misi yang mendukung visi agar yang telah dibuat agar bisnis dapat berjalan dengan lancar. berikut misi dari “*Itsukame Made Bento*”:

- Menyesuaikan cita rasa produk dengan cita rasa masyarakat Indonesia
- Memberikan penawaran produk dengan harga yang sesuai dengan target pasar
- Menu yang ditawarkan menyesuaikan perkembangan zaman
- Menjaga kualitas serta konsistensi produk yang ditawarkan

### D. SWOT ANALYSIS

- ***Strengths***

Dalam merencanakan bisnis ini, kekuatan dari bisnis yang akan dijalankan oleh penulis adalah, di mana “*Itsukame Made Bento*” merupakan

rumah produksi pertama yang memiliki *Waiting Room*, di mana *Waiting Room* ini digunakan untuk para *Driver* ojek *online* atau pun pelanggan yang datang langsung untuk mengambil pesanan yang telah di order secara langsung maupun secara daring. *Waiting Room* ini sendiri terdapat *Wi-Fi* dengan jaringan yang cepat, sehingga mereka yang menunggu pesannya siap, tidak merasa jenuh

- ***Weakness***

Kelemahan dari bisnis ini adalah terbatasnya lahan parkir, hal ini, hal ini dikarenakan lokasi di mana bisnis ini akan berdiri yaitu kawasan kompleks perumahan. Hal ini menyebabkan penulis harus menggunakan garasi rumah sendiri sebagai tempat parkir untuk pelanggan dan kelemahan selanjutnya ialah harga bahan baku yang cukup tinggi seperti ikan salmon, yang bahkan untuk mendapatkan kualitas bagus penulis harus melakukan impor.

- ***Opportunity***

Di Era Globalisasi ini, semuanya sudah serba cepat, masyarakat semakin hari semakin dipermudah dalam segala hal, termasuk juga di saat kita sedang lapar dan sedang tidak ingin memasak, maka demi menghemat tenaga solusinya ialah memesan makanan secara *online* dan menunggu di rumah, atau membelinya secara langsung. Dilihat dari kaca mata penulis, hal ini menjadi peluang yang akan sangat menguntungkan. Di mana media sosial disini sangat berperan penting dalam berjalannya bisnis ini, hal ini dikarenakan hampir semua lapisan masyarakat memiliki media sosial dan juga dikarenakan

jangkauan media sosial sangatlah luas, hal ini sangat membantu dalam pemasaran produk. Selain itu, kualitas serta penampilan produk juga menjadi nilai jual bagi bisnis ini. Hal ini dikarenakan cara masyarakat menilai suatu produk ialah yang pertama dari Penampilannya, barulah yang kedua dari rasa dari produk itu sendiri. Dengan mengombinasikan Penampilan produk yang menggugah selera dengan rasa yang tidak mengecewakan, maka kemungkinan besar pelanggan akan kembali untuk membeli produk yang ditawarkan.

- **Threat**

Ancaman yang dihadapi oleh Rumah Produksi ini adalah adanya *Francise* yang menjual Produk sejenis, dan *Francise* ini sendiri ini sudah berdiri lebih dahulu, dan sangatlah populer. Namun walaupun hal ini merupakan ancaman akan tetapi pengaruhnya terhadap bisnis ini sangatlah kecil dikarenakan bisnis ini konsepnya berbeda dengan *Francise* ataupun usaha makanan dan minuman lainnya. Kualitas produk dan Keberadaan *Waiting Room* inilah yang menjadi keuntungan serta menjadi pembeda antara Rumah Produksi “*Itsukame Made Bento*” dengan usaha makanan sejenis lainnya.

## **E. SPESIFIKASI PRODUK**

Produk yang akan ditawarkan oleh *Itsukame Made Bento* ada 3 jenis yaitu, *Bento Set*, *Side Dish*, dan minuman. Untuk masing masing jenis produk memiliki 3 jenis pilihan baik itu *bento set*, *Side Dish*, dan minuman. Untuk set bento terdapat 3 jenis yaitu, *Happy Set Bento* yang terdiri dari nasi, sayuran, dan protein, *Hungry Set Bento* yang terdiri dari nasi, sayuran, *side dish* dan

protein. Dan yang terakhir yaitu *Full Set Bento* yang terdiri dari nasi, sayuran, side dish, *Yakisoba* dan protein. Untuk side dish diluar *bento set* adalah, *Mix Tempura*, *Ajitsuke Tamago*, dan *Boiled Edamame*. Dan untuk minuman terdiri dari *Matcha Shake*, *Lychee Tea*, dan *Sparkling Mango*.

## F. JENIS BADAN USAHA

Badan usaha Perseorangan menjadi pilihan penulis dalam menentukan bentuk dari badan usaha yang akan digunakan dalam usaha "*Itsukame Made Bento*". Dikutip dari artikel [accurate.id](https://accurate.id) bahwa jenis usaha perseorangan merupakan jenis dari badan usaha yang hanya dimiliki oleh seorang pengusaha. Melihat penjelasan tersebut maka usaha Rumah Produksi "*Itsukame Made Bento*" sangat cocok bila dibentuk menjadi Badan Usaha Perseorangan, hal ini dikarenakan penulis sendiri yang akan menjadi pendiri, pengelola, serta pemodal dalam usaha ini dan juga dikarenakan modal yang dibutuhkan untuk badan usaha jenis ini tidaklah besar, sumber daya manusia yang diperlukan juga tidak banyak, dan ruang produksi yang terbatas dikarenakan penulis menggunakan tempat tinggal sendiri sebagai tempat usaha.

Dalam pendirian Badan Usaha Perseorangan ini membutuhkan syarat-syarat serta prosedur yang harus di penuhi. dilansir dari [legalitas.org](https://legalitas.org) berikut syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk mendirikan Badan Usaha Perseorangan (Legalitas, 2021)

- Pelaku usaha harus membuat surat pernyataan pendirian dengan format yang tertera pada PP No.8 tahun 2021

- Perseroan perorangan hanya didirikan oleh satu orang
- Pelaku Usaha merupakan Warga Negara Indonesia yang berusia minimal 17 Tahun

Selain syarat-syarat yang harus dipenuhi, dilansir dari laman kbli.info dan indonesia.go.id terdapat beberapa prosedur yang harus disiapkan yaitu sebagai berikut (Rahalzen, 2021).

- Akta Pendirian Pemilik
- Surat Izin Tempat Usaha (SITU) / Izin Gangguan (HO)
- Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
- Surat permohonan izin produksi makanan atau minuman kepada Dinas Kesehatan
- Data produk makanan atau minuman yang diproduksi
- Sampel hasil produksi makanan atau minuman yang diproduksi
- Label yang akan dipakai pada produk makanan minuman yang diproduksi
- Menyertakan hasil uji laboratorium yang disarankan oleh Dinas Kesehatan