

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan yang terkenal dengan kekayaan alam yang sangat beragam, ditambah lagi dengan keberagaman suku, adat serta budaya yang dimiliki oleh setiap daerahnya. Letak Indonesia yang strategis, dihipit oleh benua Asia di Utara dan benua Australia di Selatan, serta dihipit oleh samudra Hindia dan Samudra Pasifik, tak pelak mempengaruhi perkembangan masyarakat nusantara sejak zaman kerajaan hingga sekarang.

Salah satu kekayaan yang dimiliki oleh Indonesia adalah keberagaman Kuliner yang kaya akan tradisi dan keunikan. Indonesia memiliki ragam kekayaan kuliner yang berbeda-beda dari setiap pulau, suku, dan daerah. Walaupun begitu, masih banyak kuliner khas Indonesia yang belum digali potensinya secara maksimal, terkhusus di Kota Bandung. Salah satunya adalah sajian Ayam Rarang khas Pulau Lombok. Ayam Rarang mendapatkan namanya dari desa kelahiran kuliner tersebut, yaitu desa Rarang, Kabupaten Lombok Timur. Ayam rarang adalah hidangan yang terdiri dari ayam kampung yang dimasak dengan bumbu pedas rarang. Berbeda dengan kompartot kuliner Lombok lainnya, Ayam bakar Taliwang, ayam Rarang memiliki metode memasak yang berbeda dan unik. Metode memasak pertama adalah pengasapan, yang memberikan cita rasa *smoky* yang unik. Kemudian ayam yang sudah diasapi akan disajikan dengan bumbu rarang yang unik dan berbeda.

Di tahun 2022, sudah banyak ragam kuliner yang bisa dijumpai di kota Bandung. Dari kuliner „kaki lima“ seperti seblak, kuliner tradisional seperti nasi liwet, sampai

kuliner *high-end* seperti stik Wagyu dapat mudah dijumpai di kota Kembang, julukan lain dari Kota Bandung. Masyarakat kota Bandung yang bersifat dinamis dan modern, mampu menerima sajian kuliner dari berbagai kultur atau daerah lain. Penulis memilih untuk mengembangkan bisnis kuliner ayam Asap khas Lombok dikarenakan masih sedikitnya usaha kuliner yang menyajikan sajian khas Lombok. Jika terealisasi, bisnis ini juga akan menjadi kesempatan emas penulis untuk memperkenalkan dan mempromosikan khazanah kuliner khas Pulau Lombok yang relatif belum mendulang sukses di kota Bandung. Dalam perencanaan bisnis ini, penulis berencana memasarkan produk Ayam Asap Lombok melalui aplikasi pengantar makanan daring, seperti aplikasi Gojek dan Grab. Dengan aplikasi pihak ketiga, pihak penyedia jasa boga tidak perlu lagi memerlukan *website*, *hotline*, dan yang terpenting, armada pengantaran makanan sendiri. Beberapa keuntungan yang dapat didapatkan bisnis penyedia jasa boga ketika bergabung dengan aplikasi pengantar makanan, diantaranya adalah

- a. Dapat meningkatkan jumlah transaksi di waktu, dimana secara tradisional tidak memiliki banyak jumlah transaksi, seperti di awal minggu
- b. Konsumen mendapat kemudahan dalam memesan makanan, dan, potensi kesalahan pemesanan yang biasa terjadi lewat pemesanan telepon, dapat diminimalkan menjadi 0
- c. Konsumen dapat mengetahui secara langsung proses pengerjaan makanan mereka, sehingga konsumen tidak perlu menelfon penyedia jasa boga secara berulang-ulang, yang berarti dapat mengurangi beban kerja penyedia jasa boga

- d. Aplikasi pengantaran makanan juga dapat menjadi alat pemasaran yang efektif untuk bisnis kuliner, dimana harga makanan dapat diberikan diskon tanpa dibebankan biayanya ke penyedia jasa boga

## 1.2 Gambaran Umum Bisnis

Sebuah entitas bisnis adalah sebuah organisasi atau entitas lain yang bergerak di aktifitas komersial, profesional, industrial, ataupun charity. Entitas bisnis bisa *for-profit* maupun *non-profit* dan bisa atau bisa tidak terpisahkan entitasnya dari orang atau pemilik yang menjalankan entitas bisnis tersebut. Aktifitas bisnis adalah aktifitas komersil yang melibatkan penyediaan produk barang ataupun jasa dengan tujuan utama mencari keuntungan.

Menurut konsep tradisional, bisnis ada hanya untuk mengejar keuntungan dengan cara menyediakan barang atau jasa kepada konsumen. Tetapi menurut konsep modern, Objektif utama dari sebuah bisnis adalah kepuasan pelanggan. Dari kepuasan pelanggan itulah keuntungan bisa dirain secara maksimal oleh sebuah entitas bisnis.

Bisnis kuliner adalah bisnis yang relatif mudah untuk dijalankan dikarenakan keahlian yang dibutuhkan sangat mudah dipelajari secara otodidak dan jumlah modal awal yang dibutuhkan relatif lebih kecil. Dengan pesatnya perkembangan aplikasi pengantaran makanan seperti Grab dan Gojek, semakin mempermudah pembisnis UMKM untuk mempromosikan dan memperluas jangkauan bisnis mereka

Seperti yang disinggung sebelumnya, penulis berniat untuk mendirikan bisnis kuliner sajian khas lombok dengan menu andalan ayam asap utuh khas lombok.

Penulis juga akan bertumpu pada *ghost kitchen* sebagai tempat produksi dan bertumpu pada layanan aplikasi pengantaran makanan untuk pemasaran dan pengiriman produk makanan.

*Cloud Kitchen* atau yang biasa disebut juga dengan *Ghost Kitchen* adalah sebuah fasilitas produksi makanan yang tidak memiliki fasilitas makan di tempat untuk pelanggan. Karena hal itulah bisnis *cloud kitchen* tidak bisa menerima *dine-in*, melainkan hanya menerima *take-away*. Bisnis kuliner berbasis *Cloud kitchen* memiliki keuntungan dari segi modal yang tidak harus besar, dikarenakan dapur rumahan pribadi pun sudah bisa dijadikan *cloud kitchen*. Sementara kekurangan dari *cloud kitchen* adalah tidak memiliki wujud “fisik” di mata pelanggan, menjadikan *cloud kitchen* murni lebih kesulitan untuk menembus pasar.

### **1.3 Deskripsi Bisnis**

Layanan pesan-antar makanan secara daring merupakan salah satu bisnis yang paling menguntungkan di tengah pandemik. Salah satu alasan kenapa bisnis pesan-antar makanan bisa mendulang sukses adalah pembatasan aktifitas luar ruangan yang diberlakukan oleh pemerintah terhadap masyarakat publik. Berangkat dari sini, penulis memiliki ide untuk mengembangkan bisnis kuliner ayam asap khas Lombok berbasis *ghost kitchen* di kota Bandung. Dengan konsep *ghost kitchen*, makan penulis hanya perlu mempersiapkan sarana produksi makanan saja. Produk utama dari Ayam Asap Lombok Ny. Retno adalah Ayam Asap Lombok, sebuah hidangan yang berasal dari ayam rarang khas kabupaten Lombok Timur

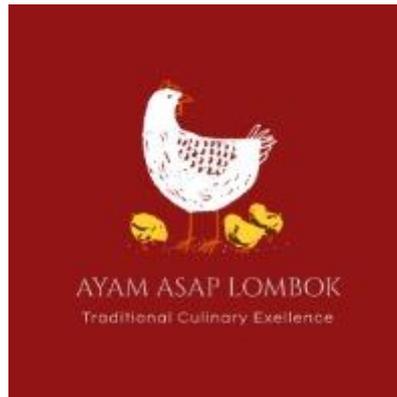
#### **1.3.1 Deskripsi Logo dan Nama**

Sebuah entitas bisnis, tidak terkecuali bisnis kuliner sebaiknya memiliki sebuah *brand* atau nama dari entitas bisnis tersebut. Sebuah bagian dari *brand* bisnis adalah logo dan nama yang dapat menggambarkan identitas dari sebuah bisnis tersebut kepada konsumen atau masyarakat

Dalam membuat *brand* untuk suatu usaha atau bisnis, dibutuhkan suatu ciri khas yang dapat menggambarkan identitas bisnis dan menjadi pembeda di tengah masyarakat. Dikarenakan *brand* bisnis merupakan identitas suatu bisnis, maka dalam pembuatan *brand* akan sangat baik jika hak kekayaan intelektualnya dilindungi oleh hukum, dan bisnis tersebut memiliki bukti bahwa brand tersebut adalah milik mereka sendiri

Nama yang penulis pilih untuk rencana bisnis ini adalah Ayam Asap Lombok Ny. Retno. Ayam Asap Lombok adalah produk inti dari rencana bisnis penulis. Ayam asap Lombok sendiri adalah ayam rarang khas Lombok yang sudah dimodifikasi resepnya. Sementara Ny. Retno dimasukkan kedalam nama rencana bisnis penulis sebagai penghormatan terhadap pencipta resep ayam asap Lombok itu sendiri.

Berikut adalah desain logo yang penulis buat untuk rencana bisnis Ayam Asap Lombok Ny. Retno



**Gambar 1 Desain Logo Ayam Asap Lombok Ny. Retno**

Sumber: Desain Penulis (2022)

Dalam pembuatan logo tersebut, penulis menampilkan Logo ayam sebagai produk utama dari Ayam Asap Lombok Ny. Retno. Penulis juga menampilkan logo ayam beserta anak-anaknya untuk merepresentasikan bahwa produk dari Ayam Asap Lombok Ny. Retno didesain untuk dimakan Bersama-sama dengan keluarga, teman, maupun rekan kerja di kantor. Tagline dari Ayam Asap Lombok Ny. Retno sendiri adalah „*Traditional Culinary Excellence*“, yang merepresentasikan bahwa produk ini kami adalah makanan tradisional Indonesia dengan kualitas yang prima

### **1.3.2 Identitas Bisnis**

Perencanaan bisnis Ayam Asap Lombok Ny. Retno akan direncanakan beroperasi di Jl. Sekejati II no. 35, Kebon Kangkung, Kiaracondong, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Lokasi ini adalah lokasi kediaman penulis sendiri. Penulis memilih lokasi ini, dikarenakan penulis tidak memerlukan biaya sewa untuk mengoperasikan bisnis Ayam Asap Lombok. Selain itu,

Kiaracondong juga menjadi lokasi yang strategis untuk memulai bisnis makanan dikarenakan banyaknya perumahan keluarga di daerah tersebut.

#### **1.4 Visi dan Misi**

Berikut adalah visi dan misi dari bisnis Ayam Asap Lombok Ny. Retno

##### **Visi**

Menjadikan bisnis Ayam Asap Lombok Ny. Retno sebagai bisnis penyedia sajian kuliner khas Lombok nomor 1 di Kota Bandung

##### **Misi**

- Mengembangkan makanan ayam rarang khas kabupaten Lombok Timur
- Mengenalkan sajian kuliner khas Lombok kepada masyarakat kota Bandung
- Mengembangkan produk makanan yang cocok untuk konsumen keluarga maupun individual.

#### **1.5 SWOT Analisis**

“Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan dan merebut peluang yang ada.” (Rangkuti, 1997) oleh karena itu analisis peluang merupakan salah satu strategi untuk mengatasi hambatan bisnis. Kewirausahaan yaitu “ Rencana Analisis peluang adalah seorang pengusaha harus mampu menentukan ukuran maupun sifat pasar, serta apakah pasar tersebut mampu menentukan ukuran maupun sifat pasar, serta apakah pasar tersebut cukup besar atau sesuai untuk menjamin waktu dan upaya yang dibutuhkan dalam mengembangkan rencana bisnis secara lebih lanjut

untuk kemudian benar – benar memasuki pasar tersebut.” (Hisrich, Peters, & Shepard, 2017)

Analisis SWOT dapat dibagi menjadi 4, yaitu:

### 1. *Strengths*

Kekuatan positif dalam suatu bisnis yang dapat dikendalikan, hal ini dapat termasuk seperti aset yang berberntuk seperti lahan, modal, dan lain-lain. Dalam Ayam Asap Lombok, kekuatan utama dari bisnis ini adalah produk yang memiliki keunikan dibandingkan kompetitor lainnya

### 2. *Weakness*

Kelemahan dalam suatu bisnis yang dapat mengurangi nilai yang ditawarkan dan perlu ditingkatkan. Dalam Ayam Asap Lombok, kelemahan dari bisnis ini adalah lokasi operasi awalnya yang menyatu dengan kediaman penulis.

### 3. *Opportunities*

Faktor eksternal yang dapat membantu bisnis menjadi lebih maju, contohnya adalah pasar yang belum mempunyai produk yang dijual, media social, dan lain-lain. Dalam hal ini, semakin banyaknya generasi melek digital dapat dijadikan sebagai peluang emas Ayam Asap Lombok yang akan memasarkan produknya di platform digital

### 4. *Threats*

Faktor eksternal yang dapat membuat bisnis dalam riskan untuk maju, contohnya seperti lingkungan yang berubah, konsumen yang berubah

ketertarikan, dan seterusnya. Dalam Ayam Asap Lombok, ancaman dari bisnis ini adalah akan semakin banyaknya usaha kuliner yang bergabung di aplikasi pengantaran makanan.

## **1.6 Spesifikasi Produk**

Setiap bisnis ataupun usaha akan memiliki suatu produk yang akan ditawarkan kepada pasar, baik berupa barang berwujud ataupun sebuah layanan yang tidak berwujud secara fisik. Dalam bisnis kuliner, produk utama yang dijual adalah produk kuliner yang berwujud, walaupun di masa kini, sebagian besar usaha kuliner sudah menyertakan produk pengalaman santap yang akan melengkapi produk fisik makanan mereka

Produk utama yang akan ditawarkan Ayam Asap Lombok Ny. Retno adalah Ayam Asap Lombok. Ayam Asap Lombok berasal dari ayam rarang khas Kabupaten Lombok Timur yang resep dan penyajiannya dimodifikasi oleh penulis. Ayam asap yang ditawarkan akan berbentuk utuh, sehingga sangat cocok untuk disantap Bersama dengan keluarga, teman, maupun rekan kerja di kantor. Untuk menyasar konsumen individual, Ayam Asap Lombok juga menawarkan paket makanan individual yang terdiri dari ayam asap Lombok, nasi, dan lalaban segar.

## **1.7 Jenis Badan Usaha**

Badan usaha adalah suatu kesatuan organisasi dan ekonomis yang mempunyai tujuan untuk memperoleh laba atau keuntungan dan memberikan layanan pada masyarakat. Atau definisi lain dari badan usaha yaitu merupakan

kesatuan yuridis, teknis dan ekonomis yang mempunyai tujuan untuk mencari laba atau keuntungan. (Mitchelle, 2018)

Dalam memilih bentuk perusahaan perlu mempertimbangkan berbagai aspek, yaitu :

1. Jenis Usaha yang diperdagangkan
2. Ruang lingkup usaha
3. Pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha
4. Batas pertanggungjawaban terhadap piutang
5. Besarnya resiko kepemilikan
6. Pembagian keuntungan
7. Besarnya investasi yang ditanamkan
8. Peraturan pemerintah
9. Jangka waktu berdirinya perusahaan

(Fuad, H, Nurela, Sugiarto, & Paulus, 2000)

Pengelompokkan badan usaha di Indonesia dikelompokkan menjadi tiga, yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) dan juga Koperasi” (Kabai, 2015). Badan usaha yang penulis buat tergolong ke dalam jenis Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), karena termasuk ke dalam jenis usaha pribadi yang proses pendiriannya yang mudah serta modal yang digunakan juga cukup kecil.