

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

1.1. Latar Belakang

Kata kuliner memiliki arti di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sebagai kata sifat ialah ‘berhubungan dengan masak-memasak’. Sedangkan, kata wisata di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dideskripsikan sebagai suatu kegiatan berpergian dengan tujuan memperluas pengetahuan, bersenang-senang dan sebagainya. Orang yang melakukan kegiatan wisata disebut wisatawan atau turis.

Dari penjelasan di atas, wisata kuliner merupakan kegiatan berkunjung ke suatu tempat tidak hanya untuk berekreasi saja. Kegiatan ini juga mencakup menikmati hidangan makanan dan minuman yang tersedia di daerah tempat wisata tersebut.

Kota Bogor atau yang biasa dijuluki sebagai kota hujan merupakan salah satu destinasi wisata kuliner bagi masyarakat khususnya di Jawa Barat. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bogor, Shahlan Rasyidi mengatakan, kuliner-kuliner yang ada di kota hujan ini merupakan salah satu daya tarik untuk para wisatawan berkunjung ke Kota Bogor.

Hasil dari identifikasi berupa sebaran lokasi kuliner Kota Bogor, pola sebaran kuliner Kota Bogor yang lebih dominan sebarannya kepusat kota,

klaster kuliner modern yang lebih dominan dibanding klaster kuliner tradisional. (Gunawan, 2016).

Tempat wisata kuliner modern di Kota Bogor yang saat ini sedang ramai dikunjungi oleh masyarakat berada di kawasan Taman Budaya, Sentul.

Taman Budaya Sentul dekat dengan jalan tol Jagorawi. Letaknya yang sangat strategis membuat banyak pengunjung dari Jabodetabek maupun luar daerah banyak berkunjung untuk sekedar berwisata Bersama keluarga. (Novia Sri Ardiyani, 2013)

Ini membuat Sentul menjadi salah satu tempat pilihan berlibur sekaligus menjadi tempat wisata kuliner. Wisata kuliner modern di kawasan Sentul sangat beragam, mulai dari restoran yang menyajikan makanan berat, hingga *cafe* yang menyediakan makanan ringan.

Menurut data yang didapatkan dari *Google Review Summary*, wisatawan yang telah datang ke Taman Budaya Sentul berkisaran 13.942 orang.

Dibawah ini merupakan gambar yang menyajikan data persentase mengenai aktivitas wisatawan di Taman Budaya Sentul:

GAMBAR 1.1

AKTIVITAS PENGUNJUNG TAMAN BUDAYA SENTUL

| Aktivitas | Persentase (%) |
|-------------------|----------------|
| Bermain | 32,8 |
| Bersantai | 15,64 |
| Makan | 25 |
| Membuat Kerajinan | 7,81 |
| Mengawasi Anak | 7,81 |
| Acara paskah | 10,94 |

Sumber: (Novia Sri Ardiyani, 2013)

Sesuai dengan sajian data di atas, kegiatan wisata kuliner berada di peringkat kedua karena kawasan Sentul menyediakan banyak wisata kuliner modern.

Usaha bisnis kuliner dengan konsep modern menjadi tempat yang tepat bagi kalangan muda dikarenakan tempat wisata ini akan mengutamakan tampilan dari segi bangunan, hingga tampilan hidangan sebagai daya tarik tempat tersebut.

Di kawasan wisata Taman Budaya Sentul terdapat beberapa usaha bisnis kuliner yang menjual makanan ringan seperti *gelato*, kopi, dan pizza. Penulis melihat ini sebagai peluang untuk menciptakan suatu usaha bisnis kuliner di Taman Budaya Sentul yang memfokuskan produk di bidang patiseri yaitu, *artisan choux cake shop*.

Konsep usaha bisnis kuliner yang banyak ditemui di kawasan Taman Budaya Sentul adalah cafe. Menurut penulis, hal ini menjadi salah satu peluang baik untuk menciptakan usaha bisnis *cake shop* karena secara otomatis, penulis mendapatkan pesaing yang lebih sedikit dengan menciptakan konsep baru di kawasan tersebut.

Cake shop adalah salah satu usaha bisnis kuliner yang menjual kue atau hidangan penutup. *Cake shop* menjual kue yang telah didekorasi untuk membuat tampilan yang lebih menarik. Biasanya, *cake shop* juga melayani pemesanan kue sesuai dengan permintaan konsumen seperti *wedding cake* maupun *birthday cake*.

Cake shop sendiri tidak bisa dikategorikan menjadi suatu toko yang menjual hanya dengan satu jenis kue. Ada banyak variasi dan jenis kue yang dapat membedakan satu jenis kue dengan yang lain. Akan tetapi, *Cake shop* tidak selalu dapat menjual semua jenis dan varian kue, dikarenakan varian dan jenis kue ada banyak. Sehingga, sangat sering *cake shop* menjadikan satu jenis kue sebagai produk unggulan dari *cake shop* tersebut.

Salah satu dari jenis dan varian kue yang ingin dikembangkan oleh penulis untuk menjadi suatu usaha di kesempatan kali ini adalah jenis kue *choux* dengan variasi *artisan*, menjadi produk *artisan choux*.

Pada KBBI, arti *Artisan* adalah `Seseorang yang memiliki keahlian khusus dalam membuat barang kerajinan tangan`, atau `suatu profesi dalam dunia jual beli yang berkaitan dengan keterampilan, dalam pembuatan barang-barang menggunakan tangan`. Kata *Artisan* sendiri berasal dari bahasa Perancis, kata ini memiliki arti yaitu seorang pekerja yang sangat ahli dibidangnya dalam membuat satu produk menggunakan tangan.

Gelar *Artisan* sendiri dapat diberikan kepada pribadi yang ahli dan terampil dalam membuat sesuatu dengan tangan atau *handmade* dan hasil produk akhir memiliki kualitas yang tinggi dan dapat diperdagangkan. *Artisan* menciptakan produk utilitarian dan ornamental, barang-barang sejenis perhiasan, pakaian jadi, perabotan, hingga makanan dan juga minuman. Kreativitas dan keahlian seorang pengrajin bisa sangat ekspresif seperti seorang seniman.

Choux sendiri berasal dari bahasa Perancis, *Pâte à choux* dengan arti ‘pasta kubis’, ini karena pada umumnya *choux* berbentuk kubis saat matang. Di berbagai toko kue atau *snack*, orang Indonesia lebih sering menyebutnya sebagai kue sus. Uniknya jenis *pastry* ini tidak disajikan polos, namun biasanya diberikan isian berupa vla yang terbuat dari susu atau krim manis di dalamnya. (SmartPlus, 2021)

Dari penjelasan di atas, *artisan choux pastry* dapat diartikan menjadi kue sus yang diolah dan dikemas hingga menghasilkan rasa serta tampilan yang unik dan menarik.

Pakar *Branding* dan CEO Gambaranbrand, Arto Biantoro, mengatakan bahwa memang, usaha *artisan* itu *resources-resources*-nya sangat terbatas. Namun, ini justru membuat nilai dari produknya menjadi naik. Dengan begitu, kita bisa memutar uang lebih bijak dan fleksibel dibandingkan bisnis-bisnis yang marginnya sedikit tapi besar di volume, pasti sangat melelahkan. (PUTRI, 2021)

Di Indonesia khususnya di kota Bogor memang sudah banyak usaha bisnis yang memiliki tema *cake shop*, tetapi rata rata *cake shop* yang banyak ditemui di Kota Bogor menjual kue utuh atau yang biasa disebut *whole cake*.

Di Kota Bogor penulis belum menemukan *cake shop offline store* yang bertema *artisan choux pastry*. Maka dari itu, penulis ingin menciptakan konsep *cake shop* terbaru dengan membuat *artisan choux pastry* yang memiliki ciri khas dari segi rasa hingga penampilan. Dengan adanya konsep baru yang masih jarang terdengar di telinga masyarakat umum, penulis

berharap konsep usaha bisnis yang akan dibuat dapat diterima dan digemari oleh masyarakat.

Dari penjelasan yang telah dipaparkan oleh penulis, Tugas Akhir Penulis akan dibuat dalam bentuk *Business Plan* yang berjudul “**Perencanaan Usaha Artisan Choux “Culinamea” di Kota Bogor**”, *Business Plan* disusun oleh penulis dengan harapan usaha ini dapat direalisasikan di waktu yang akan datang.

1.2. Gambaran Umum Bisnis

1.2.1. Deskripsi Bisnis

CULINAMEA adalah bisnis yang menjalani bidang kuliner modern yang menjual makanan penutup yaitu *choux*. *Choux* yang akan ditawarkan CULINAMEA adalah *choux* yang mengimplementasikan konsep *artisan*. *Artisan choux* CULINAMEA diisi menggunakan *diplomat cream* yang diberi berbagai macam varian rasa dan tampilan untuk setiap macamnya, *artisan choux* dihidangkan dalam keadaan dingin.

Target pasar yang dituju oleh CULINAMEA adalah kategori masyarakat yang berada di kalangan menengah ke atas khususnya kaum muda. CULINAMEA sendiri menginginkan kaum muda yang gemar mencari dan mencoba kuliner. Karena CULINAMEA akan menargetkan kaum muda sebagai target pasar, maka yang akan CULINAMEA utamakan adalah tampilan dari segi tempat hingga tampilan pada makanannya.

Di Kota Bogor, khususnya di kawasan Taman Budaya Sentul, banyak usaha kuliner dengan konsep *cafe* yang menjual kopi hingga makanan ringan. Tetapi, belum ada *cake shop* yang menjual *artisan choux*. Taman Budaya Sentul juga termasuk lokasi yang berada di Kawasan strategis karena letaknya yang dekat dengan pusat perbelanjaan IKEA dan AEON serta dekat dari kota besar dan pintu tol Bogor sehingga, banyak pengunjung yang berdatangan ke Taman Budaya Sentul khususnya kaum muda.

Dengan banyaknya pengunjung serta didukung dengan lokasi yang sangat strategis di Taman Budaya Sentul, CULINAMEA berharap dapat menarik pelanggan dengan hidangan yang menggugah selera, fasilitas yang nyaman, serta pelayanan yang terbaik.

1.2.2. Deskripsi Logo dan Nama

David E. Carter mengatakan bahwa logo adalah identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual, selain itu fungsi logo yaitu sebagai bentuk *trademark* identitas suatu badan usaha dan merupakan ciri khas perusahaan/jasa. (CARTER, 1985)

Sedangkan menurut *American Marketing Association*, Philip Kotler, *brand* adalah simbol, tanda, rancangan ataupun sebuah kombinasi dari tiga hal tersebut yang ditujukan sebagai identitas dari

beberapa penjual untuk kemudian dijadikan sebagai pembeda dan pesaing yang ada di pasaran. (KOTLER, 2002)

Dari teori yang telah dipaparkan, penulis berencana untuk memberi brand perusahaan yaitu, CULINAMEA. Penulis mengambil nama tersebut karena berkaitan dengan dunia dapur dalam bahasa Rumania yaitu *Culina* yang berarti kuliner, dan *Mea* yang berarti saya atau aku. Yang jika digabungkan akan menjadi kalimat kuliner saya dengan makna lain yaitu, tempat saya berkuliner. CULINAMEA juga diambil karena pelafalannya yang cukup mudah dibaca dan dengan adanya kata *Culina* serta logo yang saling berkaitan, pengunjung akan tahu jika CULINAMEA menjual makanan.

Di bawah ini adalah logo yang akan penulis gunakan sebagai identitas usaha:

GAMBAR 1.2

LOGO CULINAMEA



Sumber: Rancangan Penulis, 2022

Logo CULINAMEA mengambil *background* dengan warna biru dikarenakan warna biru memiliki arti seperti yang penulis kutip dari artikel Pikiran Rakyat yaitu warna biru memiliki beberapa penjelasan seperti; kesetiaan, stabilitas, kecerdasan, ketulusan, kepercayaan, kedalaman, kebijaksanaan, dan iman. Sementara untuk warna biru tua memiliki arti kuat dan bisa diandalkan. (WADI, 2021). Dengan makna yang tersebut, penulis berharap dapat membangun kepercayaan dengan konsumen, memiliki penjualan yang stabil, serta selalu tulus dalam melayani konsumen.

Sementara itu, lambang potongan kue adalah sebagai pertanda bahwa CULINAMEA menjual makanan manis ditambah dengan pemilihan warna emas pada potongan kue untuk membuat logo CULINAMEA terlihat lebih elegan.

CULINAMEA juga memiliki slogan yang tertera pada logo yaitu, "*Bake and Beyond*" dengan maksud bahwa CULINAMEA akan terus menghasilkan produk produk yang berkualitas.

1.2.3. Identitas Bisnis

Penulis ingin membuat CULINAMEA menjadi tempat yang paling disukai dan dicari oleh target pasar yang telah penulis tentukan yaitu, kaum muda sebagai usaha bisnis yang menyediakan *artisan choux* terbaik di Indonesia khususnya Kota Bogor.

CULINAMEA adalah ide baru yang diciptakan oleh penulis sehingga perencanaan bisnis ini akan masuk ke dalam kategori *initial*

business dan penulis akan menjadi pemilik usaha sehingga, segala kebutuhan dan kepentingan usaha ini akan menjadi tanggung jawab penulis.

Penulis akan mengambil lokasi yang terletak di kawasan Taman Budaya Sentul di Kota Bogor tepatnya di Jalan Siliwangi. Penulis telah menetapkan beberapa alasan penulis mengambil lokasi tersebut, yaitu:

- Jalan Siliwangi merupakan kawasan yang dekat dengan pusat perbelanjaan yaitu AEON Mall dan IKEA Mall yang hanya berjarak 4,5 kilometer dan ditempuh dalam waktu 8 menit dari Taman Budaya Sentul.
- Jalan Siliwangi terletak di dekat pintu tol Kota Bogor sehingga kawasan tersebut akan mudah dijangkau oleh para pengunjung khususnya dari luar Kota Bogor.
- Di sekitar Jalan Siliwangi juga terdapat beberapa usaha kuliner dengan konsep modern. Sehingga, penulis dapat lebih mudah menyatu dengan usaha yang ada di Taman Budaya Sentul.
- Jalan Siliwangi juga menjadi salah satu tempat masyarakat berwisata jika ingin piknik atau olahraga.

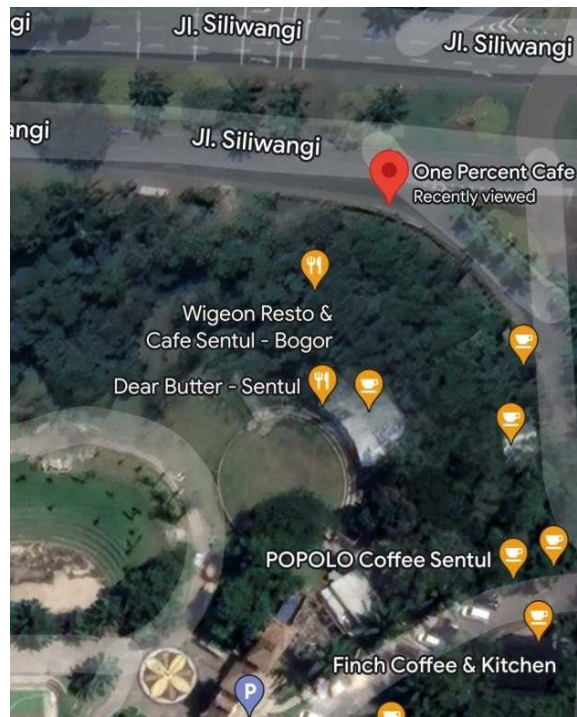
Berikut adalah gambar dan lokasi dimana usaha ingin didirikan:

Gambar 1.3 Lokasi di Jalan Siliwangi



Sumber: Google Maps,2022

Gambar 1.4 Peta Lokasi di Jalan Siliwangi



Sumber: Google Maps,2022

1.3. Visi dan Misi

VISI

Menjadi usaha bisnis *artisan choux* yang menghasilkan produk berkualitas serta dikenal dan digemari di Indonesia.

MISI

- Menyediakan produk yang berkualitas tinggi dan konsisten pada setiap rasa dan tampilannya.
- Melayani konsumen dengan pelayanan terbaik untuk membuat konsumen merasa senang dan nyaman.
- Menciptakan suasana tempat yang nyaman, bersih, rapih, dan aman.

Untuk mencapai Visi yang diinginkan suatu perusahaan, perusahaan tersebut harus mempunyai Misi yang jelas dan tertata. Ini agar semua pihak yang terlibat langsung mengetahui dengan jelas peranan dan tugas mereka dalam proses merealisasikan Visi tersebut.

Dalam proses memproduksi hingga menyajikan makanan CULINAMEA akan selalu menerapkan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang telah ditetapkan, sehingga salah satu misi untuk menyediakan produk yang terbaik dan berkualitas tinggi akan terealisasi.

Seluruh pegawai dan anggota yang bekerja di CULINAMEA akan diwajibkan untuk menerapkan nilai-nilai hospitaliti yaitu

GRADES (Grooming and Greeting, Respect, Attitude, Discipline, eager to Serve, Smile). Dengan pegawai yang berpenampilan baik, memiliki sikap saling menghormati (baik antar karyawan dan pelanggan), dan memiliki sikap yang baik dalam memberikan pelayanan, serta selalu menampilkan senyuman; maka hal itu dapat menciptakan suasana yang nyaman bagi pelanggan dan juga pekerja.

1.4. Analisa SWOT

SWOT adalah suatu metode analisa dalam sebuah usaha dengan mencari kekuatan (*Strength*), peluang (*Opportunity*), kelemahan (*Weakness*), dan ancaman (*Threat*). Dr. Freddy Rangkuti M.Sc. menerangkan bahwa SWOT adalah suatu identifikasi sistematis dari berbagai faktor untuk merumuskan strategi layanan. Analisis ini didasarkan pada logika yang sekaligus dapat memaksimalkan peluang untuk mengatasi kelemahan dan ancaman. (RANGKUTI, 2005). Adapun beberapa poin yang penulis lampirkan untuk analisa *SWOT* sebagai berikut:

A. Strength:

- Menyediakan produk yang berkualitas tinggi dan konsisten pada setiap rasa dan tampilannya.
- Memiliki sumber daya manusia yang berkualitas berupa pekerja sebanyak 4 orang dan pemilik yang merangkap sebagai *manager*.
- Membuat produk yang dibuat dan disajikan di hari yang sama.

- Menjual *artisan choux* di Taman Budaya Sentul yang memiliki lokasi strategis di Kota Bogor.

B. *Weakness*:

- Kemungkinan akan ada sisa produk yang tidak terjual.
- Ada resiko produk akan terbuang jika tidak habis.

C. *Opportunity*:

- Melakukan penawaran beli 2 gratis 1 di jam tertentu yaitu 2 jam sebelum toko ditutup yang berlaku untuk konsumen yang memiliki kartu membership di CULINAMEA.
- CULINAMEA menjadi inovasi baru di Kota Bogor.
- Mengembangkan variasi produk.
- CULINAMEA menjadi perusahaan yang memiliki ciri khas dan dikenal konsumen luas.

D. *Threat*:

- Produk dapat ditiru oleh pebisnis lain.
- Jika harga bahan pokok terus meningkat maka, harga produk yang dijual juga akan meningkat.

Sebagai konsumen, jika kita ingin membeli makanan atau minuman, pastinya kita akan memilih makanan dan minuman yang memiliki kualitas yang baik dan terjamin. Dengan salah satu misi CULINAMEA yaitu menyediakan produk yang berkualitas tinggi dan konsisten pada setiap rasa dan tampilannya, ini adalah salah satu keunggulan dari CULINAMEA. Selain itu, produk yang dimakan sesaat setelah siap disajikan pasti memiliki rasa

yang lebih baik daripada produk yang disimpan lebih dari satu hari. Maka dari itu, CULINAMEA akan membuat produk yang dibuat dan disajikan di hari yang sama atau yang biasa disebut *fresh made product*. Menjual produk dengan inovasi baru di lokasi yang strategis tentunya dapat menjadi keunggulan bagi suatu usaha bisnis. Ini juga menjadi keunggulan, karena CULINAMEA akan menjual *artisan choux* di Taman Budaya Sentul yang memiliki lokasi strategis di Kota Bogor.

CULINAMEA ingin menjual produk dengan kualitas tinggi tetapi dengan harga yang tidak terlalu mahal dan produk yang dibuat akan disajikan pada hari yang sama, maka kemungkinan akan ada sisa produk yang tidak terjual dan resikonya harus dibuang pada hari itu. Hal tersebut dapat menjadi kelemahan perusahaan karena akan berdampak dengan perhitungan biaya bahan makanan, serta akan terjadi kerugian karena ada makanan yang dibuang.

Artisan choux yang dijual oleh CULINAMEA menjadi inovasi baru di Kota Bogor. Ini memang menjadi suatu peluang dengan adanya konsep baru tersebut. Tetapi, ini bisa menjadi ancaman karena produk tersebut dapat ditiru oleh pebisnis lain. Kebutuhan bisnis kuliner yang utama adalah bahan pokok. Harga bahan pokok sangat mempengaruhi perhitungan biaya modal dan harga makanan yang akan dijual. Yang akan menjadi ancaman adalah, jika harga bahan pokok terus meningkat maka, harga produk yang dijual juga akan meningkat.

Untuk mengatasi ancaman bisnis ini ditiru oleh pebisnis lain, akan diperlakukan sistem dimana hanya pemilik yang mengetahui rahasia dagang. Ini mencakup resep dan penggunaan bahan. Selain itu, bisnis ini akan membuat perjanjian *Non-Disclosure Agreement* untuk pekerja. Dengan membuat perjanjian ini maka pekerja dilarang untuk menyebarkan informasi yang didapat.

Untuk mengatasi permasalahan yang dapat menjadi kelemahan pada perusahaan, CULINAMEA harus memiliki target penjualan setiap harinya. Pegawai yang bekerja di CULINAMEA juga akan diajak bekerjasama untuk mencapai target tersebut. Pegawai akan mendapatkan bonus upah jika mereka mencapai target penjualan yang ditetapkan pada hari itu. Dengan solusi tersebut, maka peluang perusahaan untuk berhasil mencapai target penjualan akan lebih besar. CULINAMEA juga akan melakukan penawaran beli 2 gratis 1 di jam tertentu yaitu 2 jam sebelum toko ditutup yang berlaku untuk konsumen yang memiliki kartu *membership* di CULINAMEA. Hal tersebut dilakukan untuk menghindari makanan yang terbuang pada hari itu dan untuk menarik konsumen agar datang ke toko kue sekaligus menjadi pelanggan tetap.

Berikut adalah gambar yang menunjukkan *Business Model Canvas* (BMC) CULINAMEA:

GAMBAR 1.5

BUSINESS MODEL CANVAS CULINAMEA

| | | | | |
|---|--|---|--|--|
| <p>Key Partners</p> <ul style="list-style-type: none"> - Suplier bahan baku. - Jasa pesan antar <i>online</i>. - Suplier peralatan dapur (perawatan). - Manajemen Taman Budaya Sentul | <p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengolah produk. - Menjual produk. - Menjaga kualitas produk. - Menyediakan produk sesuai kebutuhan pembeli. | <p>Value Propositions</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memiliki pilihan rasa dan variasi. - Kualitas produk terjaga. - Kebersihan dan kenyamanan tempat. - Konsistensi produk. | <p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membership programme. - Layanan pesan antar. - Penawaran dan promosi menarik. | <p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> - Milenial. - Masyarakat umum. - Konten kreator/<i>reviewer</i>. |
| <p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anggaran bahan baku. - Peralatan serta perlengkapan dapur. - Persiapan perabot dan dekorasi tempat. - Anggaran untuk promosi dan pemasaran. | <p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bahan baku yang berkualitas. - Sumber daya manusia. | <p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hasil penjualan makanan. - Biaya pendaftaran membership. | <p>Activate Go to PC</p> | |

Sumber: Olahan Penulis (2022)

1.5. Spesifikasi Produk

CULINAMEA adalah usaha bisnis kuliner di kawasan Taman Budaya Sentul, Bogor. CULINAMEA menjual makanan ringan yaitu *artisan choux*. *Choux* adalah salah satu makan penutup yang berbahan dasar tepung terigu, telur, mentega, air, dan gula. Bahan bahan yang diperlukan untuk membuat *choux* termasuk bahan bahan yang mudah didapat. *Choux* biasanya diisi menggunakan *custard cream* atau yang biasa disebut *vla*. CULINAMEA akan membuat *choux* dengan konsep *artisan*. Dimana nantinya, produk tersebut memiliki varian, tampilan, serta rasa yang berbeda beda.

Variasi *artisan choux* yang akan ditawarkan CULINAMEA terinspirasi dari beberapa jajanan tradisional khas Indonesia, seperti klepon, talam ubi, bolu ketan hitam, cantik manis, bolu pisang, dan kueku. Jajanan tradisional yang telah dicantumkan, memiliki ciri khas tersendiri sehingga dapat dibedakan dari segi rasa dan juga tampilan. *Artisan choux* yang ditawarkan CULINAMEA akan mengimplementasikan masing masing cita rasa jajanan tradisional, sehingga menciptakan suatu inovasi yang baru, unik dan juga menarik.

Dengan memadukan cita rasa jajanan tradisional ke dalam *artisan choux*, dapat dikatakan bahwa produk yang ditawarkan merupakan sebuah inovasi yang belum ditawarkan oleh pihak lain, terutama di kawasan Bogor, bahkan di seluruh Indonesia. Produk *artisan choux* yang bertemakan jajanan tradisional akan menjadi produk unggulan yang ditawarkan secara eksklusif dari CULINAMEA.

1.6 Jenis Badan Usaha

Dalam peraturan baru di Indonesia pada UU Cipta Kerja No. 11 Tahun 2020, badan usaha ialah sebuah usaha yang berbentuk badan hukum maupun tidak yang terbentuk di wilayah NKRI yang melakukan sebuah aktivitas usaha dalam bidang tertentu. Dapat disimpulkan bahwa hal ini merujuk pada segala bentuk usaha yang dikelola di Indonesia. (rangkulteman, 2020)

Badan usaha memiliki beberapa jenis, salah satunya adalah persekutuan komanditer atau yang biasa disebut *Commanditaire Venootschap* (CV). CULINAMEA akan mengambil jenis usaha CV dengan beberapa alasan, yaitu:

- a. Kebutuhan modal dapat lebih mudah dipenuhi.
- b. Secara kepemimpinan akan lebih terstruktur.
- c. Proses mendirikannya mudah.
- d. Adanya kebebasan keuangan tanpa terkena pajak.
- e. Pengelolaannya dapat diserahkan kepada pihak yang ahli.

BAB IV

ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA DAN OPERASIONAL

4.1. Identitas *Owner/Founder*

CULINAMEA merupakan usaha yang termasuk dalam *Initial Business* yang akan didirikan oleh penulis. Untuk kepemilikan CULINAMEA akan sepenuhnya menjadi milik penulis dengan bantuan pinjaman modal yang akan dikembalikan dalam waktu yang ditentukan.

Saat ini, penulis sedang menyelesaikan edukasi di Poltekpar NHI Bandung, dengan memilih jurusan perhotelan dan program studi Manajemen Patiseri yang diselesaikan dalam kurun waktu 3 tahun atau 6 semester.

Kota Bogor merupakan kota asal orang tua penulis. Penulis juga sempat bertempat tinggal di Kota Bogor selama 3 tahun, sebelum akhirnya memutuskan untuk berpindah ke Kota Bekasi. Penulis banyak menghabiskan waktu di Kota Bogor dikarenakan hampir seluruh keluarga penulis bertempat tinggal di Kota Bogor. Sehingga, penulis berkeinginan untuk membuka usaha bisnis kuliner di Kota Bogor karena sudah mengetahui lokasi usaha dan sering berkunjung ke Kota Bogor. Dengan harapan penulis dapat merealisasikan rencana usaha bisnis kuliner CULINAMEA, dan dapat berkembang di bidang tersebut.