

BAB I

Pendahuluan

A. Latar belakang

Café atau kafe adalah tempat yang digunakan sebagai tempat untuk berkumpul atau sekedar bersantai untuk melepas lelah sehabis beraktivitas, dengan suasana yang santai dan tidak resmi. *Café* biasanya menghadirkan makanan dan minuman ringan dan terdapat hiburan seperti *live music* untuk pengunjung yang datang. Seiring perkembangan waktu, *café* tidak hanya menyediakan kopi sebagai minuman, tapi juga menyediakan minuman lain dan makanan ringan.

Café termasuk dalam tipe restoran dengan suasana yang santai, terdapat hiburan, dan kenyamanan dalam berkunjung dengan musik dan tempat yang nyaman dari segi tempat duduk hingga interiornya. Di Indonesia, *café* berarti sendiri adalah tempat yang sederhana, tapi menarik untuk dikunjungi untuk makan makanan ringan atau sekedar menikmati kopi. Banyak dari anak muda yang mendatangi *café* dengan alasan untuk meredakan rasa galau, meningkatkan *mood*, untuk mengerjakan tugas, berkumpul dengan teman ataupun untuk mencari tempat yang *instagramable* agar dapat dibagikan ke *social media*.

Khusus untuk kafe, pada saat ini banyak kafe-kafe yang ada di Kota Bandung berdiri tidak hanya mengedepankan produk yang dijual, tetapi juga memperhatikan kenyamanan tempat yang diberikan. Keinginan pelanggan mulai tidak terpaku hanya pada produk yang dijual akan tetapi juga sangat memperhatikan pelayanan yang diberikan dan juga nuansa kenyamanan ketika berada di kafe. Kafe dengan suasana yang menyenangkan sangat dibutuhkan oleh masyarakat yang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi di luar rumah. Pada akhirnya, kafe menjadi sebuah bisnis yang tak hanya menyediakan produk akan tetapi juga sebagai penyedia jasa. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung yang baru diperbarui pada tanggal 29 Agustus 2017, kuliner merupakan salah satu potensi sektor ekonomi kreatif yang dimiliki Kota Bandung. Berbagai jenis kuliner baru bermunculan di

sepanjang tahun 2016. Selain itu, di sepanjang tahun 2016 banyak sekali event-event kuliner yang diselenggarakan di Kota Bandung. Pada tahun 2016, jumlah restoran atau rumah makan di Kota Bandung ada sebanyak 795 unit. Dari 795 unit tersebut terdiri dari 396 unit restoran (50%), 372 unit rumah makan, 14 unit kafe (2%), dan 13 unit bar (1%). Berikut adalah grafik dari jenis-jenis kuliner yang ada di Kota Bandung.

Kota Bandung adalah ibu kota dari Provinsi Jawa Barat. Secara astronomis, Kota Bandung terletak diantara 107 derajat 36' BT dan 6 derajat 55' LS. Dalam sistem perkotaan nasional, Kota Bandung telah ditetapkan sebagai Pusat Kegiatan Nasional (PKN). Kota Bandung juga termasuk ke dalam Kawasan Strategis Nasional Perkotaan Cekungan Bandung (Metropolitan Cekungan Bandung).

Kota Bandung memiliki luas 167,3 km², dengan kepadatan penduduk 16.608,57 jiwa/km persegi. Secara administrasi, Kota Bandung terbagi menjadi 30 kecamatan dengan 151 kelurahan. Sebanyak 1,72 juta jiwa atau 70,52% penduduk Kota Bandung merupakan kelompok usia produktif (15-64 tahun). Terdapat pula 720.500 jiwa atau 29,48% penduduk kota tersebut merupakan kelompok usia tidak produktif. Rinciannya, sebanyak 558.170 jiwa atau 22,83% merupakan kelompok usia belum produktif (0-14 tahun). Sementara, 162.330 jiwa atau 6,64% masuk kelompok usia sudah tidak produktif (65+ tahun).

Bisnis *café* di Tanah Air terus bertumbuh pesat, sehingga patut diperhitungkan sebagai salah satu bisnis yang menguntungkan di era modern ini. *General Manager Reed Panorama Exhibitions*, James Boy mengatakan, bahwa Indonesia merupakan pasar besar untuk bisnis *café*. "Kelas menengah terus tumbuh dan di ASEAN kita merupakan demografi terbesar dan pendapatan masyarakat terus tumbuh. Ini terus mendorong konsumsi kopi atau teh di cafe," ucap James di Jakarta, Kamis (16/6).

Selain itu perubahan gaya hidup juga menjadi salah satu penyebab dalam pertumbuhan industri *café*. Sehingga bisnis *café* merupakan bisnis yang menguntungkan karena terus bertumbuh di tahun berikutnya. Banyak masyarakat yang menyukai makanan dingin terutama karena berada di negara tropis, sehingga cuaca hampir selalu panas, karena itu masyarakat akan mencari makanan atau

minuman agar dapat menyegarkan tubuh. Banyak makanan dan minuman yang dinikmati oleh masyarakat, terutama es krim karena selain dapat menyegarkan tubuh, selain itu es krim juga dapat dinikmati oleh banyak orang baik tua hingga muda, banyak yang menyukai memakan es krim.

Es krim adalah suatu olahan makanan yang bertekstur semi padat dari pembwkuhan tepung es krim atau susu, lemak hewani maupun nabati, gula dengan atau tanpa bahan makanan lain. Komposisi es krim memiliki beberapa variasi menurut Mc Sweeny dan Fox (2009) komposisi es krim paling baik adalah 12% lemak, padatan susu tanpa lemak 11%, gula 15%, bahan penstabil dan pengemulsi 0,3% dan total padatan 38,3%. Menurut Hartatie (2011) pengeompokkan es krim berdasarkan kandungan lemak dan komponen solid non lemak dapat dibedakan menjadi 3 kategori yaitu standar, premium, dan super premium. Kategori es krim standar minimal memiliki 10% kadar lemak dan 11% kadar padatan bukan lemak, es krim premium memiliki 15% kadar lemak dan 10% kadar solid non lemak, sedangkan es krim super premium memiliki 17% kadar lemak dan 9,25% kadar solid non lemak.

Beberapa hal yang membuat masyarakat menyukai es krim ada beberapa faktor yaitu; rasa es krim itu sendiri yang dapat menyegarkan bagi tubuh dan memiliki banyak varian rasa. Selain rasa es krim biasanya disajikan dengan tampilan yang bervariasi, sehingga dapat menarik perhatian, karena selain dari segi rasa warna, aroma, dan tekstur dapat menarik perhatian masyarakat untuk mencoba.

Peluang bisnis es krim dapat bertumbuh dengan besar, terutama karena Indonesia memiliki cuaca panas dan hujan sehingga dapat memberikan keuntungan untuk membuat bisnis es krim menjadi menguntungkan. Usaha es krim sendiri banyak sekali peminatnya, dikarenakan peluang dalam bisnis yang menguntungkan. Dalam dunia bisnis es krim tidak ada habisnya, dimana usaha tersebut terus berkembang sangat pesat. Produk es krim menjadi bisnis minuman yang paling laris. Dimana pangsa pasar produk es krim yang luas serta mudah untuk di pasarkan.

B. Gambaran umum

a. Deskripsi bisnis

Definisi bisnis menurut Gouzali Saydam (2006) merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh satu prang atau lebih yang terorganisir dalam mencari laba dari penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Ice Nest adalah *café* yang menjual es krim dan membuat es krim menjadi menu minuman juga, sehingga tidak hanya untuk dimakan tetapi juga menjadi minuman. Tujuan dari *Ice Nest* sendiri karena banyak orang yang selalu lelah setelah bekerja atau melakukan kegiatan sehari-hari, sehingga membutuhkan sesuatu untuk menyegarkan tubuh dan pikiran. Terutama di jaman milenial yang dimana gaya hidup juga semakin meningkat, sehingga konsumsi dalam produk juga mulai bertambah.

b. Deskripsi logo dan nama

Menurut Arifudin et al., (2021), Branding produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu komponen visual terpenting dari identitas sebuah perusahaan. Menurut Destrina et al., (2022), memiliki merek sangat penting karena membantu usaha mampu bersaing. Karena logo adalah langkah pertama dalam mengembangkan merek, sebuah bisnis harus mendesainnya dengan cermat.

Nama dari usaha yang dijalankan adalah "*Ice Nest*" karena *café* memerlukan tempat yang nyaman untuk ditempati. Karena *café* memiliki tema burung dan rumah bagi burung adalah sangkar sehingga *café* ini dinamakan "*Ice Nest*"

Gambar 1.1 Logo Ice Nest



Sumber : olahan penulis 2022

Logo dari “Ice Nest” memiliki background berwarna biru muda dan putih bertekstur seperti es karena sesuai dengan namanya ice yang berarti es. Terdapat burung yang bertengger di tulisannya, dengan bulu yang mekar hingga terlihat bulat dan mengangkat satu kakinya menandakan bahwa burung sudah nyaman dengan tempatnya.

Burung yang bertengger di tulisan adalah burung Indian Ringneck atau yang biasa disebut IRN yang merupakan burung yang cukup disukai sebagai hewan peliharaan, seperti burung IRN tersebut agar konsumen dapat menyukai produk yang ditawarkan. Burung yang dipilih sebagai model adalah burung dengan warna yang paling bagus diantara IRN lainnya, dapat diartikan kualitas bahan yang dipakai bagus..

c. Identitas bisnis

Identitas perusahaan merupakan image suatu perusahaan yang disampaikan melalui bentuk visual, tentunya bentuk visual tersebut harus mencerminkan tentang image suatu perusahaan tersebut. Menurut Jefkins (1996) Perusahaan yang bergerak di bidang produk maupun jasa membutuhkan suatu citra positif, yang sesuai dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri.

Dalam pembentukan citra perusahaan dalam masyarakat maka perlu dirancang identitas perusahaan yang efektif untuk menyampaikan tujuan serta

pesan perusahaan. Identitas perusahaan tersebut harus diciptakan melalui suatu rancangan desain khusus yang meliputi segala hal khas ataupun unik berkenaan dengan perusahaan yang bersangkutan secara fisik.

Alamat dari usaha yang dijalankan akan berlokasi di Jl. Sukajadi no. 4, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat, dengan luas tanah seluas $1090m^2$ dan bangunan seluas $500m^2$. Pemilihan Lokasi sendiri memiliki peran yang penting dalam menjalankan usaha, karena memiliki kaitannya dengan pengaruh dari besar kecilnya biaya beroperasi, harga, maupun kemampuan bersaing. Pemilihan lokasi ini ditentukan dikarenakan tempatnya yang sudah ada dan memiliki lokasi cukup strategis Dilalui Semua Akses Utama ke Daerah Setiabudi, Lembang Dan Bandung Utara. Memiliki akses yang Mudah, Strategis, dilalui Kendaraan Umum.

Gambar 1.2 Gambar Bangunan



Sumber : Rumah.com

Gambar 1.3 Lokasi Usaha



Sumber :Google Maps

a. Visi dan misi

Visi adalah suatu keinginan dan tujuan dari sebuah usaha untuk masa yang akan datang. Menurut Dr Fitri L dan M Hamdani (2011) visi adalah Suatu keinginan dari Individu/Institusi terhadap keadaan masa datang yang diinginkan/dicita-citakan oleh Individu/seluruh anggota Anda diseluruh tingkatan level management. Misi adalah Ungkapan maksud dan tujuan yang unik atau yang mampu membedakan Institusi satu dengan yang lainnya. Menurut Ir Hendro,MM (2011) Suatu usaha, pemikiran, langkah – langkah secara formal untuk mewujudkan sebuah misi, artinya tindakan untuk memperjelas apa yang dikehendaki oleh pemilik perusahaan Anda dan menjadi pegangan untuk menjalankan usaha Anda sekarang menuju masa yang akan datang hingga visi itu terwujud.

visi dan misi disampaikan dalam suatu usaha untuk menggambarkan rencana yang menjadi tujuan dari suatu usaha maupun kepentingan untuk kedepannya. Visi dijadikan sebagai panutan gambaran akan situasi dan karakteristik menjadi arah tujuan usaha selanjutnya. Sedangkan misi adalah pernyataan tentang yang harus dilakukan dalam usaha untuk mewujudkan suatu visi yang telah dibuat.

Visi

Menjadi *café* yang ramai dikunjungi kedepannya dan menjadi *café* es krim dengan kualitas yang semakin bagus.

Misi

- Memberikan pelayanan yang memuaskan
- Memberikan kualitas yang terbaik dan rasa yang cocok di lidah masyarakat
- Memberikan kenyamanan bagi konsumen

b. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah Analisis SWOT adalah suatu analisa yang mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan ,peluang dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. (Richard L. Daft 2010), selanjutnya Fredi Rangkuti (2004) menjelaskan bahwa analisa SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength), dan peluang (opportunity), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats).

Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan tujuan strategi dan kebijakan perusahaan dengan demikian diperlukan suatu analisa strategi perusahaan kondisi saat ini. Unsur-unsur SWOT terdiri dari kekuatan (Strength), kelemahan (weakness), Peluang (Opportunity) dan Ancaman (Threats). Menurut (Irham Fahmi, 2013) untuk menganalisa secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisa SWOT, yaitu :

a. Faktor Internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya strength and weaknesses (S dan W), faktor ini menyakut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan yang dapat mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional : pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dann pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya opportunity and threats (O and P), faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya.

Strength (kelebihan)

- Varian rasa es krim yang berganti tiap bulannya.
- Menawarkan beberapa rasa es krim yang jarang ditemui.

Weakness (kekurangan)

- Kekurangan dari ice nest ini beberapa bahan yang harganya dapat naik kapapun.
- Variasi makanan yang tidak banyak.

Opportunity (peluang)

- Karena gaya hidup yang semakin berkembang dan keinginan untuk mencoba dapat membuat konsumen penasaran untuk mencoba.
- Lokasi yang strategis berada di mainroad.

Threat (ancaman)

- Persaingan dalam penjualan yang semakin meningkat.
- Penjualan yang dapat menurun disaat musim hujan.

c. Spesifikasi Produk

Spesifikasi adalah dimana yang dipersyaratkan adalah dimensi, dan kualitas produk akhir yang harus dicapai tanpa mempersoalkan metode kerja untuk mencapai hasil akhir tersebut. Spesifikasi Produk adalah tahapan setelah dilakukan identifikasi kebutuhan konsumen.

Produk yang ditawarkan oleh *Ice nest* adalah es krim dengan jenis sorbet, dan sherbet. Sorbet adalah es yang tidak mengandung susu lebih banyak menggunakan jus buah sebagai bahan utama, teksturnya sendiri lebih keras daripada es krim. Sedangkan sherbet sama seperti sorbet hanya saja sherbet menggunakan susu atau buttermilk, meski tidak setinggi es krim atau gelato.

Es krim yang ditawarkan oleh Ice Nest dengan bahan pokok buah-buahan, dan gula yang digunakan tidak begitu banyak atau diganti dengan menggunakan madu. Karena es krim yang diproduksi memiliki kalori yang rendah sangat cocok dikonsumsi untuk diet. Juga karena dibuat homemade dengan memakai bahan premium dan memiliki banyak varian rasa.

Selain es krim terdapat juga snack ringan untuk menemani saat makan es krim seperti pancake, waffle, dan kentang goreng. Minuman yang ditawarkan oleh *Ice Nest* sendiri terdapat minuman coffee based seperti Americano, affogato, mochacino, dan cappuccino. Sedangkan terdapat juga float dengan beberapa rasa seperti stroberi, coklat, mangga, mint, bubblegum dan macha.

d. Jenis Badan Usaha

Badan usaha adalah suatu lembaga yang memiliki tujuan untuk mendapat keuntungan. Dalam menjalankan usaha, menentukan jenis badan usaha menjadi faktor yang penting. Pemilihan jenis badan usaha dapat berdampak pada kemudahan dalam memperoleh modal, besarnya resiko kepemilikan, kapasitas keuangan serta hal hal lain yang menyangkut dalam perkembangan usaha.

Secara umum ada tiga fungsi dari badan usaha, yaitu fungsi komersil, fungsi sosial dan fungsi badan usaha dalam perekonomian :

1. Fungsi komersial

Fungsi komersial dilakukan untuk memperoleh laba, untuk memperoleh laba suatu badan usaha harus mengelola sumber daya produksi yang sesuai dengan prinsip manajemen.

2. Fungsi sosial

Fungsi sosial bersifat eksternal, Fungsi social lebih berhubungan dengan fungsi dari badan usaha baik langsung atau tidak langsung..

3. Fungsi dalam perekonomian

Kemajuan badan usaha dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara nasional, semakin maju badan usaha semakin besar juga kesempatan kerja yang tersedia. Dengan begitu skala dalam usaha juga akan semakin luas karena produk yang dihasilkan menjadi lebih banyak dan pangsa pasar juga lebih besar.

Dalam jenis badan usaha yang akan dipilih, penulis akan memilih CV sebagai badan usaha yang akan diterapkan dalam usaha ini. Dipilihnya jenis

badan usaha ini dikarenakan syaratnya yang mudah, tidak harus memiliki modal minimal dan bisa tetap berdiri dan beroperasi. CV merupakan pilihan utama bagi bisnis level UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). CV adalah persekutuan dengan setoran uang, barang, tenaga atau sebagai pemasukan para sekutu, dibentuk oleh satu orang atau lebih anggota aktif yang bertanggung jawab secara tanggung renteng, di satu pihak dengan satu atau lebih orang sebagai pelepas uang. Menurut pasal 19 KUHD menyebutkan, bahwa CV adalah suatu perseroan untuk menjalankan suatu perusahaan yang dibentuk satu orang atau beberapa orang persero yang secara tanggung menanggung bertanggung jawab untuk seluruhnya (tanggung jawab slider) pada satu pihak, dan satu orang atau lebih sebagai pemberi modal (geldscheiter) pada pihak yang lain.

G. Aspek legalitas

Sebelum mendirikan suatu usaha ada beberapa hal yang perlu diperhatikan ketika ingin mendirikan sebuah badan usaha seperti surat izin dan seperti yang tertulis dalam 16-35 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang Indonesia (KUHD) juga telah mengatur dasar tentang perseroan firma. Persyaratan yang diperlukan adalah sebagai berikut :

- Pendiri perusahaan ini minimal terdiri dari 2 (dua) orang, selanjutnya disebut Peserta Aktif dan Pasif.
- Akta notaris dalam bahasa Indonesia.
- Pendiri CV harus warga negara Indonesia.
- Kepemilikan 100% oleh pemilik bisnis lokal berarti partisipasi asing tidak diperbolehkan.

Selain 4 persyaratan diatas, penulis juga harus memiliki/melengkapi beberapa dokumen yang harus disiapkan adalah sebagai berikut :

1. Dokumen berupa e-KTP, NPWP, termasuk KK sekutu baik aktif maupun pasif.
2. Fotokopi bukti kepemilikan tempat usaha jika ada, jika bukan bukti persewaan atau dokumen pendukung sejenis.

3. Surat keterangan tempat tinggal dari pemilik toko jika lokasi akan disewakan.
4. Fotokopi tanda terima pajak.
5. IMB, jika bangunan itu milik Anda.
6. Foto lokasi perusahaan, di luar dan di dalam.