

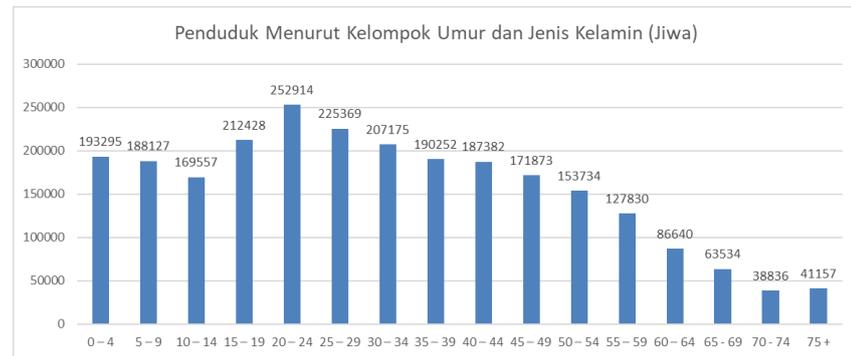
BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Kota Bandung merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Barat, Indonesia atau yang sering dikenal sebagai Kota Kembang. Salah satu daerah yang terkenal di Kota Bandung yaitu daerah Dago yang berlokasi di Jalan Ir. H. Juanda, Kecamatan Coblong. Daerah Dago tersebut memiliki sejarah yang cukup menarik sejak zaman dahulu, salah satunya arti kata Dago yang artinya menunggu, sehingga sejak dahulu Dago sering kali menjadi tempat pertemuan orang-orang Kota Bandung (Prasetyo, 2019). Sejarah tersebut membentuk daerah Dago menjadi pusat Pendidikan, Wisata, Perbelanjaan, Bisnis, dan yang paling terkenal adalah sebagai tempat berkumpulnya anak muda Kota Bandung. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya perguruan tinggi, sekolah, perkantoran, pertokoan, tempat makan dan fasilitas umum seperti banyaknya tempat duduk disepanjang Jalan Dago untuk anak muda dan wisatawan yang ingin berkumpul.

Kota Bandung merupakan kota terbesar urutan ke-3 dengan jumlah penduduk sebanyak 2,51 juta pada tahun 2020 terutama penduduk dengan rentang usia 20-24 tahun (Badan Pusat Statistik, 2020), seperti yang dapat dilihat pada gambar 1.1.



Gambar 1.1 Data Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa)

Sumber: BPS Kota Bandung

Masyarakat dengan rentang usia tersebut memiliki perilaku yang lebih konsumtif dibandingkan dengan rentang usia lainnya. Hal ini diketahui dengan adanya “budaya nongkrong”, dimana kegiatan tersebut merupakan kegiatan berkumpul dan berbincang-bincang bersama teman. Menurut Grinder (dalam Eni dkk, 2017) perilaku konsumtif merupakan sebuah pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan saja. Pola perilaku remaja tersebut dilihat sebagai peluang bisnis bagi pembisnis café, pembisnis café dapat mendirikan café di lokasi strategis dimana para remaja sering berkumpul seperti di Jalan Dago.

Cafe dalam Bahasa perancis memiliki arti yaitu “warung kopi”, dimana cafe termasuk ke dalam salah satu kategori restoran berdasarkan jenis kegiatan dan makanan atau minuman yang disajikan. Café biasanya merupakan tempat yang menyediakan makanan dan minuman ringan atau sajian cepat saji dengan memberikan suasana santai atau tidak resmi (Hidayat & Setiawan, 2015). Dewasa ini café sangat diminati oleh anak

muda, hal ini terjadi akibat perilaku konsumtif dari para remaja. Biasanya café didesain secara khusus dan dilengkapi dengan fasilitas pendukung lainnya sehingga memberikan kesan yang nyaman untuk bersantai dan berinteraksi dengan sesama maupun kebutuhan sosial media. Usaha café juga merupakan pilihan yang tepat pada saat ini terutama di daerah Dago, melihat banyaknya orang yang berwisata di sekitar jalan Dago dan banyaknya remaja yang suka berkumpul hanya untuk bersantai sambil menikmati obrolan nya. Dengan didirikannya café di daerah tersebut, para remaja dapat berkumpul dengan nyaman dan tertib sehingga tidak akan menyalahgunakan trotoar dan mengganggu pejalan kaki. Selain itu, sebagai pemilik bisnis bisa mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan produk café yang dibeli oleh para remaja yang berkunjung.

Selain café, salah satu jenis usaha makanan dan minuman yang telah ada dan digemari anak muda sejak zaman dahulu di Indonesia adalah angkringan. Angkringan awal mulanya dikenal sejak tahun 1930-an di Kota Yogyakarta, dimana penjualnya biasa menjual minuman tradisional seperti bandrek, bajigur, susu teh madu jahe (STMJ) dan lain-lain serta makanan seperti mie instan, nasi kucing, sate-sate-an, dan lain sebagainya. Selain sebagai sebuah tempat makan, angkringan menjadi sebuah kebudayaan di Indonesia yang perlu lestarikan.

Dengan konsep diatas, penulis belum dapat menemukan pesaing usaha sejenis yang memadukan antara café modern dengan angkringan tradisional. Hal tersebut menjadi sebuah peluang usaha untuk

mengembangkan bisnis tersebut. Menurut (Rangkuti, 2005) perencanaan bisnis yang baik harus memuat hal-hal berikut: latar belakang masalah dan latar belakang perusahaan, produk serta jasa yang diberikan oleh perusahaan, kondisi pasar serta strategi pemasaran, kondisi operasional dan strategi operasional, serta kondisi keuangan dan strategi keuangan.

Penulis akan mendirikan café dengan mengusung konsep modern-tradisional, dimana café tersebut akan menyediakan makanan dan minuman tradisional yang diadaptasi dari tempat makan angkringan namun disajikan secara modern dengan harga yang ekonomis sebagai sebuah café. Café ini diberi nama “DIBAMA Café”, nama tersebut dibuat berdasarkan nama penulis dengan maksud agar mudah diingat oleh konsumen. Konsep bangunan Dibama cafe ini akan mengusung konsep outdoor space dan *unfinished building* di Jalan IR. H. Juanda (Dago), selain itu Dibama café akan menyediakan lahan parkir yang cukup luas untuk dapat mengakomodasi pengunjung yang membawa kendaraan bermotor khususnya untuk anak muda Bandung yang sering “nongkrong” disekitar trotoar jalan Dago Bandung, menyediakan utilitas pendukung yang diperlukan, serta memiliki desain interior yang *instagramable*.

Berdasarkan data-data yang diperoleh dan konsep bisnis yang telah dijabarkan di atas, dengan ini penulis menyusun tugas akhir dalam bentuk perencanaan bisnis café dengan judul **“PERENCANAAN BISNIS DIBAMA CAFÉ DI JALAN IR. H. JUANDA (DAGO) BANDUNG”**

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Café berasal dari kata *coffee* yang memiliki arti “Kopi”, istilah café ini sangat umum ditemui di Negara Perancis dan kemudian diadopsi oleh beberapa Kota di Negara Inggris pada akhir abad ke-19. Awal mulanya café digunakan sebagai tempat untuk berdiskusi berbagai macam topik, dari topik seperti sastra, kebudayaan, hingga politik sehingga pada abad tersebut perkembangan minat masyarakat terhadap sastra, kebudayaan, filsafat, politik dan lainnya mulai bertumbuh pesat.

Secara harafiah, café memiliki arti kedai kopi atau tempat menikmati makanan dan minuman sembari menikmati berbagai macam hiburan. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern, café mulai diminati sebagai tempat untuk bersosialisasi dan tempat berkumpulnya berbagai komunitas bukan hanya untuk sekedar menikmati makanan dan minuman. Dengan perkembangan zaman tersebut, maka konsep café menjadi poin penting dalam membangun sebuah café sehingga memungkinkan terjadinya interaksi sosial yang diharapkan oleh calon pelanggan (Hidayat & Setiawan, 2015).

Berdasarkan dari penjelasan diatas, café yang akan didirikan oleh penulis memiliki konsep outdoor space dengan menyediakan berbagai macam makanan dan minuman yang diadaptasi dari penjual angkringan, selain itu Dibama café akan menyediakan lahan parkir yang cukup luas untuk dapat mengakomodasi pengunjung yang membawa kendaraan

bermotor khususnya untuk anak muda Bandung yang sering “nongkrong” disekitar trotoar jalan Dago Bandung, menyediakan utilitas pendukung yang diperlukan, serta memiliki desain interior yang instagramable.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Menurut Kotler dan Keller dalam (Arista & Triastuti, 2011), merek merupakan suatu nama, istilah, lambang atau desain, atau kombinasi dari semua hal tersebut agar memperlihatkan identitas produk dan membedakan produk mereka dengan produk pesaing. Dalam sebuah usaha nama dan logo merupakan hal yang sangat penting, sebab elemen-elemen tersebut merupakan sebuah identitas yang akan selalu diingat oleh konsumen. Pembuatan nama dan logo harus direncanakan sematang mungkin agar menciptakan kesan yang baik dalam memori jangka panjang untuk seorang konsumen, sehingga ketika setiap konsumen mendengar dan melihat nama dan logo bisnis tersebut akan langsung diingat dengan jelas karena kesan baiknya.



Gambar 1.2 Logo Dibama Cafe

Dibama Café memiliki logo seperti gambar 1.2 nama Dibama merupakan kepanjangan dari nama penulis yaitu Dimas Bayu Mahendra, singkatan dari nama tersebut dimaksudkan agar para konsumen mudah mengingatnya karena simple. Cangkir berjumlah empat menggambarkan bentuk sosialisasi antara remaja atau konsumen yang datang berkumpul bersama teman-temannya. Warna hitam itu sendiri memiliki arti dan melambangkan keagungan (elegance), kemakmuran dan kecanggihan. Serta warna orange merupakan warna gabungan antara merah dan kuning, warna itu sendiri memiliki arti keceriaan, menarik perhatian, membangkitkan suasana hati, kekuatan, keberanian dan kekayaan. Makna lingkaran dalam sebuah logo ini berarti sesuatu yang luar biasa yang melambangkan kesempurnaan dan melindungi. Maka logo dari Dibama Café ini menggambarkan tempat

yang nyaman untuk bersosialisasi dengan penuh kebahagiaan yang tidak terbatas.

3. Identitas Bisnis (Kontak dan Alamat Perusahaan)

Identitas bisnis pada suatu perusahaan merupakan hal yang sangat penting yang dapat didefinisikan sebagai karakteristik atau identitas suatu perusahaan dari bisnis tersebut agar dikenal dan diakui dikalangan masyarakat. Oleh karena itu, identitas bisnis menjadi citra perusahaan karena menjadi sebuah penggambaran dari suatu bisnis yang dapat dilihat oleh perusahaan lain, pelanggan, maupun media. Hal itu juga dapat dilihat dari logo, nama/merek, konsep, dan suatu keunggulan dari bisnis tersebut.

Dibama Café ini, akan dikenalkan kepada calon konsumen melalui sosial media seperti Instagram, Twitter, Tiktok dan Facebook untuk melayani konsumen, jika konsumen ingin melakukan reservasi, bertanya, atau mengajukan keluhan. Sosial media digunakan sebagai alat untuk memperkenalkan dan menjangkau calon konsumen, seperti yang diketahui saat ini pengguna Instagram dan tiktok semakin banyak. Selain itu, Dibama Café akan melakukan pemasaran melalui influencer kuliner Kota Bandung, sebab dengan mengenalkan Dibama Café melalui influencer maka calon konsumen akan datang dari berbagai kalangan dan skala calon konsumen semakin besar. Melalui sosial media juga, calon konsumen akan mudah mendapatkan informasi

seperti alamat, kontak, menu digital, dan berbagai promo yang akan diadakan.

Perencanaan bisnis Dibama Café ini berlokasi di Jalan Ir. H. Juanda No. 88, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat (Dago). Lokasi ini penulis tentukan karena lokasi ini yang sangat strategis sebab dianggap iconic dan dianggap sebagai pusat wisata kuliner, perbelanjaan, Pendidikan, dan bisnis. Serta banyaknya para remaja sering berkumpul, selain itu remaja-remaja tersebut lebih banyak berkumpul disepanjang trotoar jalan yang dimana hal tersebut melanggar tata tertib dan mengganggu pejalan kaki. Lokasi tersebut memiliki luas sekitar 960 m² dan luas bangunan 400 m² Bangunan tersebut memiliki spesifikasi bangunan yang memenuhi kebutuhan dari konsep Dibama Café. Dari Perencanaan diatas, Dibama Café berencana akan memiliki jumlah kapasitas tempat duduk dengan kursi berjumlah 80 dan meja berjumlah 20 dengan ukuran 100 x 60 cm, jarak antara meja yaitu 60 cm dan kursi pada setiap meja nya yaitu 4 kursi dan juga memiliki luas parkir dengan luas sebesar 560 m²



Gambar 1.3 Rencana Lokasi Tempat Dibama Cafe

Sumber: Google Maps



Gambar 1.4 Rencana Lokasi Tempat Dibama Cafe

Sumber: Google Maps

C. Visi dan Misi

Menurut Kotler dalam (Drs. Moh. Muslim, 2017), visi yang berasal dari Bahasa Inggris *vision* merupakan pandangan tentang tujuan jangka panjang atau rencana yang akan dicapai oleh suatu perusahaan. Misi merupakan panduan saat ini untuk membuat strategi pengambilan keputusan yang kritis sehingga demi mencapai visi perusahaan.

Berdasarkan definisi visi dan misi diatas, maka Dibama Café memiliki visi dan misi sebagai berikut:

1. Visi

Menjadikan sebuah café yang modern yang tetap mengusung budaya tradisonal Indonesia.

2. Misi

- Menyediakan variasi makanan dan minuman tradisional yang dikemas secara modern.
- Menciptakan suasana café yang hangat untuk berkumpul dan bersosialisasi.
- Menyediakan pelayanan yang dapat memuaskan konsumen baik dari segi keramahan maupun penyediaan produk yang baik dan berkualitas dengan harga terjangkau bagi setiap kalangan serta kebersihan lokasi.

D. SWOT Analysis

Dalam membuat suatu perencanaan bisnis tentunya harus didukung dengan konsep, tujuan, inovasi dan ide-ide yang kuat dan juga baru, hal ini dapat dianalisa dengan mengevaluasi berbagai faktor usaha yang akan dibuat. Analisis SWOT bisa digunakan sebagai salah satu strategi yang tepat dalam mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) antara perencanaan bisnis ini dengan pesaing. Menurut Hartono Jogiyanto (2005) dalam (Chrismastianto, 2017) analisis SWOT digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan eksternal dan tantangan yang dihadapi, hal tersebut dapat menghasilkan suatu strategi

bisnis yang akan dihadapi kedepannya dengan memberikan gambaran sehingga dapat tercapai. Persaingan dari bidang kuliner ini datang dari segi harga, kualitas produk, konsep, lokasi, promosi, dan target pasar. Adapun usaha sejenis yang menjadi pesaing dari Dibama Café adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Pesaing Dibama Cafe

No	Pesaing	Lokasi
1	Kopi 372	Jl. Karangsari No.21, Pasteur, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40161
2	Angkringan Joss	Jl. Cihapit No.29, Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115
3	Angkringan Pinggir Jalan	Sekitar Jalan Dago

Sumber: Olahan Penulis, 2022

Kopi 372 merupakan sebuah kedai usaha minuman dan makanan yang berlokasi di Kawasan pegunungan, dengan memiliki konsep tempat duduk outdoor dan indoor. Kopi 372 menyediakan berbagai macam varian kopi mulai dari americano hingga aneka latte. Selain itu ditempat tersebut juga menjual varian minuman non kopi seperti coklat, matcha dan teh, Adapun varian makanan yang dijual mulai dari makanan ringan hingga berat seperti baso tahu, roti bakar, hingga nasi timbel. Varian harga di kopi 372 sekitar Rp. 9.000 – 25.000. jenis makanan dan minuman yang disediakan oleh kopi 371 memiliki konsep yang hampir sama dengan Dibama Café yaitu

membawa makanan tradisional ke dalam café modern selain itu persamaan lainnya adalah kopi 372 mengusung area open space pada café mereka.

Angkringan joss merupakan sebuah tempat makan yang mejual makanan angkringan Rentang harga angkringan joss ini mulai dari Rp. 1000 – 10.000. berbeda dengan Dibama Café angkringan joss masih berupa angkringan namun memiliki tempat makan tersendiri bukan dipinggir jalan, sedangkan Dibama Café akan mendirikan café modern dengan menu angkringan.

Angkringan pinggir jalan biasa ditemui disekitar pinggir jalan dago, biasanya angkringan-angkringan tersebut menjual berbagai minuman kemasan dan makanan ringan yang siap saji seperti mie instan, jagung bakar, ketan bakar, dan roti bakar. Kisaran harga angkringan pinggir jalan biasanya diantara Rp.3.000 – 15.000. Menu makanan di angkringan pinggir jalan tersebut akan diadaptasi menjadi salah satu menu makanan dan minuman oleh Dibama Café.

Setelah mengetahui masing-masing konsep usaha sejenis yang menjadi pesaing Dibama Café. Perbedaan bisnis yang direncanakan yaitu menu makanan dan minuman yang akan disediakan akan mengkombinasikan jenis makanan dan minuman dari ke-3 usaha sejenis tersebut tetapi tidak akan menjual minuman kemasan. Selain itu, harga dari Dibama Café dengan kisaran Rp. 15.000 – Rp. 25.000, untuk membedakan Dibama Café dengan pesaing maka diperlukannya ciri khas dari café tersebut. Ciri khas atau *signature* merupakan hal-hal khusus atau ciri yang

dapat membedakan dan menjadi andalan atau pembeda dari sebuah café lainnya. Dibama Café memiliki beberapa *signature* menu seperti Es Kopi Dibama, menu tersebut terbuat dari *double espresso*, gula aren, sari pandan, susu kental manis dan *fresh milk*. Selain itu, Dibama café dengan konsep bangunan modern dan menyediakan makanan dan minuman tradisional serta memiliki fasilitas seperti luasnya lahan parkir, ketersediaan tempat duduk, fasilitas penunjang seperti *wifi*, *stop contact*, *speaker music* serta desain interior yang menarik. Hal itu diharapkan mampu menjadi daya tarik konsumen dengan suasana yang nyaman, tenang untuk bersosialisasi.

Berdasarkan teori tersebut maka analisis SWOT dari perencanaan bisnis café tersebut sebagai berikut:

1. Strength

Komponen dalam Analisa SWOT yang pertama adalah strength atau kekuatan. Melalui komponen ini, dapat dilihat seberapa jauh factor yang menjadi kekuatan rencana bisnis yang sedang dibuat ini. Kekuatan yang dapat dimiliki terletak pada manfaat dan nilai pada produk yang dihasilkan, kualitas bahan yang baik untuk digunakan juga, rasa yang diciptakan mampu menjadikan referensi bagi seseorang, serta suasana café yang dapat menarik konsumen untuk berkunjung. Maka strength dari Dibama Café ini adalah:

1. Lokasi café yang strategis

Penentuan lokasi mendirikan café sangat penting untuk dipertimbangkan karena akan menentukan kesuksesan bisnis dimasa

yang akan datang. Keunggulan dari café ini adalah lokasinya yang sangat strategis karena berada dipusat kota bandung, jalan dago ini bisa disebut icon kota bandung, dengan suasana nya yang sangat nyaman ditambah banyaknya pusat perbelanjaan dan oleh-oleh khas Kota Bandung. Serta dengan adanya pusat Pendidikan dan pelayanan public, banyaknya yang berlalu lintas di jalan Dago, hal tersebut menjadi suatu keunggulan tersendiri agar dapat mendapat keuntungan

2. Mempunyai menu yang bervariasi

Dibama Café menawarkan berbagai varian menu yang khas dari café ini dengan harga yang relative terjangkau untuk para remaja khususnya. Di café ini menyajikan makanan minuman dengan konsep modern tradisional, dimana makanan tradisional yang sudah ada pada zaman dahulu disajikan dengan zaman modern seperti sekarang hal ini bertujuan agar makanan minuman tersebut tetap berkembang dan akan memberikan pengalaman baru bagi masyarakat yang berkunjung

3. Mengutamakan kualitas produk dan pelayanan

Sebuah bisnis food and beverage tentunya sangat perlu memperhatikan kualitas produk dan layanan agar konsumen merasa puas dan tertarik untuk datang kembali. Kualitas produk yang baik datang dari pemilihan bahan baku yang baik dari supplier terbaik, sedangkan mutu pelayanan ditentukan dari kualitas karyawan yang

baik, maka penting bagi Dibama Café untuk memilih karyawan yang memiliki basic F&B dan/atau sudah berpengalaman dibidang F&B

4. Harga yang mampu bersaing dan terjangkau

Salah satu faktor penentu konsumen akan membeli produk pada sebuah café adalah harga dari produk tersebut, harga yang diberikan harus sebanding dengan kualitas produk yang diberikan. Namun sebagai sebuah bisnis, penentuan harga juga ditentukan dari proses membandingkan produk yang akan dijual dengan produk pesaing sehingga persaingan harga dapat muncul.

5. Memiliki konsep modern dan tradisional

Konsep modern-tradisional yang dirancang pada Dibama Café dapat dilihat dari konsep bangunan dan kemasan yang ditampilkan dan dipadukan oleh makanan-minuman tradisional yang disajikan oleh Dibama Café. Serta kesan modern ditampilkan dari dengan adanya tempat duduk yang disediakan sangat nyaman bagi para konsumen untuk bersantai ditambah dengan adanya fasilitas wifi dan stop kontak pada setiap meja

6. Belum ada yang memiliki konsep seperti Dibama Café

Konsep Dibama Café mengusung konsep angkringan tradisional yang dikemas secara modern, konsep seperti ini sebelumnya belum ada yang menerapkannya, sehingga hal ini diharapkan mampu menjadi daya tarik masyarakat khususnya remaja yang lebih

memilih menghabiskan waktu sambil menikmati minuman dan makanan sambil bersantai.

2. Weakness

Weakness atau kelemahan merupakan faktor yang mengurangi kekuatan bisnis atau faktor yang menghambat bisnis berjalan, Dibama Café memiliki beberapa kelemahan seperti:

1. Biaya sewa tempat\ruko yang tinggi

Dengan lokasi yang sangat strategis yaitu berada di Jalan Dago Kota Bandung, mengingat biaya sewa tempat yang lumayan tinggi dengan kisaran harga Rp. 15 juta – Rp. 90 juta bahkan hingga ratusan juta tergantung luas dan besarnya bangunan. Hal ini berdampak pada harga yang akan ditawarkan akan sedikit lebih mahal dibandingkan dengan tempat angkringan yang sudah ada. Namun hal ini bukan menjadi suatu kelemahan yang sangat berpengaruh pada Dibama Cafe.

3. Opportunities

Opportunities atau peluang merupakan faktor peluang yang muncul di luar perusahaan dan dapat digunakan sebagai faktor pembeda agar bisnis mampu bersaing dengan pesaingnya. Adapun peluang dari Dibama Café adalah:

1. Trend anak muda di Bandung dan gaya hidup “nongkrong”

Dengan adanya budaya “nongkrong” dan perilaku konsumtif di era sekarang Café sangat berkembang dan meningkat pertumbuhannya. Perilaku konsumtif ini muncul karena semakin meningkatnya sarana dan prasarana seperti Mall, Café, Restaurant dan Coffee Shop. Dengan munculnya perilaku tersebut khususnya para remaja yang menginginkan gaya hidup hedonis pula sehingga timbul rasa keinginan untuk sesuatu yang menurutnya menarik. Hal tersebut menjadi peluang untuk penulis mendirikan sebuah café di Jalan Dago yang dimana daerah tersebut merupakan identik dengan banyaknya anak muda, merupakan pusat bisnis dan destinasi wisata alam maupun kuliner.

2. Target pasar yang luas

Seiring dengan berkembangnya zaman dan adanya “budaya nongkrong” para remaja yang konsumtif, usaha dibidang kuliner di Jalan Dago ini akan menjadi peluang usaha yang besar bagi pebisnis yang dimana biasanya para remaja ini tidak terakomodasi tempat untuk bersantai sehingga para remaja ini biasanya hanya menghabiskan waktunya disekitar trotoar area Jalan Dago. Hal ini tentunya sangat mengganggu pejalan kaki dan keindahan jalan dago tersebut. Dengan didirikannya Dabama Cafe ini, diharapkan para remaja dapat kondusif dan mempunyai ruang untuk bersantai sambil menikmati kebutuhan

nya mulai dari kebutuhan makanan dan minuman serta interaksi sosial dengan sesama.

4. Threat

Bisnis minuman dan makanan di Kota Bandung ini memang sudah sangat berkembang dikarenakan banyaknya peluang usaha bagi mereka khususnya di bidang kuliner. Bahkan dengan banyaknya penjual makanan dan minuman di sekitar lokasi juga menjadi sebuah ancaman, baik angkringan atau café sekitarnya. Karena banyaknya usaha sejenis, maka para konsumen pun akan lebih banyak pilihan. Hal itu menjadi sebuah ancaman untuk mencapai target penjualan. Threat dari Dibama Café yaitu seperti:

1. Terdapat beberapa café yang memiliki menu yang sama

Menu makanan dan minuman yang dijual oleh Dibama Café merupakan menu makanan-minuman tradisional yang mudah dijumpai dimana-mana dan di usaha café lainnya, oleh karena itu, Dibama Café perlu memberikan kualitas makanan-minuman yang lebih baik agar konsumen mau berkunjung ke Dibama Café

2. Banyaknya café dan coffee shop disekitar Jalan Dago

Banyaknya café atau coffee shop lain di sekitar jalan Dago merupakan ancaman bagi Dibama Café karena Dibama Café menjadi bukan satu-satunya café yang ada di sekitar jalan tersebut, sehingga diperlukannya pembeda yang mencolok

untuk menjadi ciri khas Dibama Café sehingga dapat menarik perhatian calon konsumen.

3. Perilaku konsumen yang mudah bosan

Perilaku konsumen merupakan hal yang berkaitan dengan sebuah proses untuk menentukan terjadinya pembelian dan aktifitas mengenai kualitas produk juga meliputi harga produk dan jasa. Perilaku ini ditentukan sesuai dengan kebutuhan dari pada konsumen tersebut. Kualitas produk dan pelayanan sangat berpengaruh kepada perilaku setiap konsumen agar tetap menjadi pelanggan yang loyal.

E. Spesifikasi Produk dan jasa

Menurut Tjiptono 2008, spesifikasi produk adalah penjabaran yang ekstrak, detail, dan terukur dari apa yang harus dicapai oleh suatu produk tersebut. Spesifikasi produk ini dapat menjadi karakteristik atau ciri khas dari usaha bisnis tersebut. Oleh karena itu, sebagai pebisnis kita harus mampu mengetahui jasa dan produk apa saja yang akan kita tawarkan pada konsumen. Produk dari Dibama Café ini terinspirasi dari penjual angkringan yang biasa menjual makanan ringan seperti jagung bakar, roti bakar, pisang keju, dan lain-lain. Makanan berat seperti mie instan, nasi goreng, dan lain-lain. Serta menjual berbagai minuman hangat dan dingin seperti berbagai macam variasi kopi, teh, bandrek, bajigur, dan lain-lain.

Menurut Kotler (dalam Bahari, 2018:13) jasa yaitu semua tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak yang lain secara

prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan, produksi jasa dapat terikat atau tidak terikat pada suatu produk fisik.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka Dibama Café memiliki spesifikasi produk dan jasa yang akan didirikan sebagai berikut:

1. Fasilitas

Menurut Kotler & Armstrong (dalam Edy Haryanto 2013) mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Fasilitas merupakan sebuah penunjang untuk mempermudah konsumen dalam usaha bisnis yang bergerak dibidang jasa, seluruh fasilitas penunjang itu yang terdiri dari kondisi fasilitas, desain interior atau eksterior, kelengkapan, dan juga kebersihan fasilitas kebersihan yang harus diperhatikan terutama yang berkaitan langsung dengan apa yang dapat dirasakan atau yang didapat pelanggan secara langsung.

Berdasarkan penjelasan diatas, berikut adalah fasilitas dari Dibama Café yang terdiri dari:

- Lahan parkir yang cukup luas
- Akses *Wifi* gratis
- Fasilitas toilet yang bersih dan terpisah antara pria dan Wanita
- Pelayanan yang ramah dari para karyawan
- Tempat yang nyaman dengan suasana yang ramai
- Stop kontak disetiap meja

- Pembayaran yang bisa dilakukan tunai dan *non* tunai

2. Makanan dan Minuman

Menurut Ari Setyaningrum (dalam Bahari 2018) menjelaskan, bahwa produk yaitu sarana untuk memenuhi kebutuhan kepuasan pelanggan. Secara umum, produk adalah sebagai sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan, perhatian dan dibeli. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan kepuasan konsumen dan kebutuhan konsumn serta kepercayaan dan menjadi pelanggan. Penjualan

Produk makanan dan minuman ini merupakan tujuan yang utama untuk mendapatkan keuntungan dari setiap usaha produk dan jasa lainnya. Hal itu dapat menjadi indikator untuk mengetahui bahwa produk dan jasa kita yang ditawarkan diminati dan dibutuhkan oleh masyarakat.

Berdasarkan penjelasan diatas, dibawah ini merupakan beberapa produk yang ditawarkan oleh Dibama Café:

Tabel 1.2 Produk Makanan Dibama Cafe

No	Nama Produk	Deskripsi
1	Jagung Bakar	Jagung manis yang diolah dengan cara dibakar dengan rasa yang khas
2	Roti Bakar	Roti tawar yang dihidangkan dengan cara dipanggang dan memiliki varian rasa

No	Nama Produk	Deskripsi
3	Pisang Keju	Olahan pisang bakar dengan jenis pisang kepok
4	Cireng Bumbu Rujak	makanan cemilan yang berbahan dasar dari tepung tapioka disajikan dengan saus rujak
5	Tahu Cabai garam	Olahan makanan ringan dari tahu, diolah dengan bahan dasar cabai, garam, daun bawang dan bawang putih.
6	Nasi Goreng Dibama	Makanan berat dengan bahan dasar nasi yang diolah dengan bumbu rempah
7	Mie Tulang	Hidangan mie pedas diolah dengan campuran tulang ayam
8	Sate Asin	Sate asin khas Dibama Cafe dengan berbahan daging ayam, jeruk limo, cabai, bumbu dan rempah.

Sumber: Olahan Penulis, 2022

Dari produk diatas, produk makanan yang ditawarkan oleh Dibama Café ini merupakan produk makanan yang berfokus pada makanan sederhana yang biasa dijumpai di ankringan kaki lima. Dibama café menawarkan berbagai produk makanan sederhana khas Indonesia yang biasa digemari oleh para remaja maupun

masyarakat. Disamping itu, Dibama Café menawarkan produk minuman sebagai pelengkap dari suatu hidangan seperti:

Tabel 1.3 *Produk Minuman Dibama Cafe*

No	Nama Produk	Deskripsi
1	Dibama Kopi Susu	Es kopi khas dari Dibama Cafe dengan menggunakan biji kopi arabica asli dari Pangalengan
2	Americano	minuman kopi pait yang dapat dinikmati dalam keadaan hangat maupun dingin
3	Espresso	Merupakan minuman yang dihasilkan dari sari pati biji kopi yang padat dalam single shot cup atau double shot cup
4	Iced lemon tea	minuman dingin berasal dari teh yang berkualitas ditambahkan lemon sebagai perasa tambahan
5	iced chocolate	minuman berasal dari sari coklat disajikan dalam keadaan dingin
6	Bandrek	minuman tradisional khas sunda dengan bahan dasar jahe dan gula merah
7	Bajigur	Minuman tradisional khas Jawa Barat dengan bahan dasar gula aren, daun pandan dan santan.
8	Teh Tarik	Merupakan minuman campuran teh dan susu yang berasal dari Aceh

Sumber: Olahan Penulis, 2022

Dari tabel di atas merupakan beberapa produk minuman yang akan ditawarkan oleh Dibama Café. Produk minuman yang akan

ditawarkan ini akan berfokus pada minuman yang berbahan dasarnya Kopi yang dimana biji kopi nya tersebut akan menggunakan biji kopi asli dari Cimaung, Kabupaten Bandung.

F. Jenis Atau Badan Usaha

Setiap pebisnis yang akan mendirikan sebuah usaha tentunya harus memiliki jenis badan usaha yang akan dipilih sebelum memulai usahanya. Hal ini bertujuan sebagai identitas dari sebuah usaha yang akan didirikan tersebut. Secara hukum, dengan mendaftarkan badan usaha tersebut maka secara langsung akan mendapatkan perlindungan. Café merupakan usaha swasta yang bidang-bidang usahanya diberikan langsung kepada pihak swasta untuk mengelola sumber daya manusia untuk menamatkan ekonomi yang lebih baik.

Dalam merencanakan suatu bisnis, pebisnis harus memilih ide bisnis apa yang akan dipilih untuk bisnis usahanya. Dalam setiap jenis badan usaha pasti memiliki kekurangan dan kelebihan nya masing-masing yang dapat disesuaikan dengan konsep karakter dan tujuan akan dibuat oleh pebisnis. jenis jenis badan usaha juga memiliki berbagai macamnya yaitu:

- a. Perusahaan Perorangan
- b. Koperasi
- c. BUMN (Badan Usaha Milik Negara)
- d. BUMS (Badan Usaha Milik Swasta)

Berdasarkan jenis-jenis tersebut, maka bisnis DIBAMA Café yang akan didirikan di Jalan IR.H. Juanda Kota Bandung akan di bentuk sebagai

usaha Perusahaan Perorangan. Yang memiliki maksud Perusahaan Perorangan adalah jenis kegiatan usahanya, modal, serta manajemennya dimiliki oleh satu orang. Yang dimana satu orang pebisnis/pengusaha yang menjadi pemilik badan usaha itu yang menjalankan perusahaannya.

Perusahaan Perorangan juga memiliki ciri yang memudahkan kita untuk mengenalinya, antara lain adalah:

- a. *Relative* mudah didirikan
- b. Dimiliki oleh perorangan
- c. Modal yang *relative* kecil atau tidak terlalu besar
- d. Pengelolaan terbatas dan sederhana
- e. Kelangsungan usaha tergantung peniliknya.

G. Aspek Legalitas

Suatu usaha tentunya memerlukan adanya legalitas dari perusahaan itu sendiri yang merupakan suatu identitas informasi yang resmi bagi semua pihak yang berkepentingan. Legalitas dari sebuah perusahaan itu merupakan hal yang terpenting, karena legalitas menjadi jati diri sebuah perusahaan yang tujuannya untuk melegalkan atau mengesahkan suatu badan usaha di tengah masyarakat dengan memiliki legalitas maka badan usaha tersebut memiliki izin kegiatan usaha yang akan dijalankan.

Dalam suatu badan usaha, legalitas harus sah menurut undang-undang dan peraturan yang berlaku, di mana perusahaan tersebut dilindungi atau didukung dengan dokumen hingga sah di mata hukum dan pemerintah.

Terdapat beberapa identitas yang harus diperhatikan dalam melegalkan badan usaha yaitu:

1. Nama Perusahaan

Nama perusahaan merupakan hal yang terpenting yang dipakai oleh perusahaan untuk menjalankan usahanya. Karena hal tersebut menjadi jati diri yang dikenal oleh masyarakat, dan menjadikan perbedaan dengan perusahaan yang lain. Nama perusahaan dapat diberi dengan cara sebagai berikut:

- a. Berdasarkan nama pribadi pengusaha.
- b. Berdasarkan jenis usaha yang dilakukannya.
- c. Berdasarkan tujuan didirikannya.

2. Merek

Merek merupakan media untuk membedakan suatu barang dan jasa yang di produksi oleh suatu perusahaan. Hal ini telah diatur dalam Undang-Undang nomor 15 Tahun 2001. Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek adalah tanda berupa gambar, susunan warna, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

3. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

Surat izin usaha perdagangan merupakan surat izin yang diberikan oleh Menteri atau pejabat yang ditunjuk kepada pengusaha untuk melaksanakan kegiatan usaha perdagangan secara sah. Untuk

mendapatkan SIUP, setiap perusahaan harus mengajukan Surat Permohonan Izin (SPI) yang dimana pengusaha wajib membayar uang untuk biaya administrasi. SIUP diberikan berdasarkan domisili pemilik atau penanggung jawab perusahaan. Dikarenakan Dibama Café merupakan Perusahaan Perseorangan, maka persyaratan yang harus dimiliki harus melampirkan dokumen seperti berikut:

- a. Fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) pemegang saham perusahaan
- b. Fotokopi NPWP
- c. Surat keterangan domisili atau SITU
- d. Neraca perusahaan
- e. Materai senilai Rp. 10.000
- f. Foto direktur utama/pemegang jawab/pemilik perusahaan dengan ukuran 4 x 6 cm (2 lembar)