

# **BAB I**

## **DESKRIPSI BISNIS**

### **1.1 Latar Belakang**

Makanan merupakan salah satu kebutuhan utama setelah air yang dibutuhkan manusia agar dapat menjalankan kehidupan. Oleh sebab itu, makanan menjadi kebutuhan primer atau kebutuhan mendasar yang mutlak harus dipenuhi oleh setiap manusia guna memenuhi energi untuk melakukan aktivitas sehari – hari. Telur ayam merupakan salah satu komoditi makanan yang tidak pernah lepas dari masyarakat Indonesia, hal ini dapat kita lihat pada tempat – tempat makanan yang berada di sekitar kita seperti warteg (warung tegal), rumah makan Padang, warung nasi goreng semuanya menyajikan menu yang berkaitan dengan telur ayam, baik sebagai menu utama maupun sebagai pelengkap menu yang ada. Fenomena ini sudah tidak dapat kita sangkal lagi, karena selain mudah untuk diolah, telur ayam juga dapat mudah untuk didapatkan di mana – mana, mulai dari pasar, warung, *minimarket* hingga *supermarket* semuanya menjual telur ayam. Peristiwa ini juga didukung dengan adanya ketersediaan bahan telur sepanjang tahun. Badan Pusat Statistik (2022) menyatakan telur ayam ras mengalami peningkatan produksi sebesar 14,92 persen dibandingkan pada jumlah produksi telur pada tahun 2021. Selain itu, secara kumulatif akan tercatat surplus telur ayam ras sejumlah 615,1 ribu Ton pada Desember 2022 yang di mana dapat memenuhi kebutuhan telur ayam di Indonesia selama tahun 2022.

Pada tahun 2022 ini mobilitas masyarakat Indonesia mulai kembali tinggi seiring dengan menurunnya laju virus corona di Indonesia, perlahan-lahan kegiatan masyarakat pun mulai kembali pulih setelah virus corona melanda di dua tahun kebelakang. Menurut Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati, tingkat pergerakan masyarakat saat ini telah kembali ke level sebelum pandemi Covid-19. Bahkan bila dibandingkan dengan bulan Februari 2020 (sebelum virus Corona ditetapkan sebagai pandemi), mobilitas masyarakat lebih tinggi saat ini. Hal ini tentu bisa kita lihat dan kita rasakan dari mulai kembalinya sistem transportasi seperti sedia kala, tempat kerja yang kembali memberlakukan kegiatan kerja dari kantor, dan juga banyaknya sekolah dan perguruan tinggi yang sudah mulai kembali melakukan kegiatan belajar mengajar secara luring. Negara Indonesia tercatat terdiri dari 16.771 pulau yang terbagi menjadi 37 provinsi dari Sabang hingga Merauke, di mana di dalamnya terdapat 3.115 perguruan tinggi yang tersebar di seluruh tanah air baik perguruan tinggi maupun perguruan tinggi swasta. Dari 37 jumlah provinsi yang tersebar di Indonesia, Jawa Barat menempati peringkat pertama sebagai provinsi dengan perguruan tinggi terbanyak dalam jangkauan wilayahnya, dengan jumlah 392 perguruan tinggi (Badan Pusat Statistik, 2021). Bandung sebagai Ibu Kota Jawa Barat terdapat 129 perguruan tinggi yang mencakup perguruan tinggi negeri dan swasta yang tersebar dalam 30 kecamatan (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2021), hal ini menjadikan Kota Bandung sebagai salah satu kota tujuan para pelajar di Indonesia yang ingin melanjutkan studinya ke jenjang yang lebih tinggi dan menjadi mahasiswa. Berdasarkan data hasil sensus penduduk Indonesia yang dilakukan pada Tahun 2020, Badan Pusat

Statistik menyatakan 27,94% masyarakat Indonesia adalah generasi Z dan 25,87% masyarakat Indonesia adalah generasi Milenial. Merujuk pada data tersebut, artinya lebih dari 50% masyarakat Indonesia saat ini berada pada usia yang produktif.

Menurut Kompasiana.com (2021) Gaya hidup saat ini menuntut segalanya dilakukan dengan cepat, mudah dan efisien, hal ini sudah menjadi hal yang lumrah di kota – kota besar seperti Jakarta, Bandung, dan Surabaya, Kota dengan mobilitas yang tinggi dan banyaknya kegiatan yang menuntut masyarakat ke sana kemari dan bertemu dengan banyak orang dalam waktu yang terbatas, menjadikan masyarakat sering melupakan kebutuhan pokok yang paling utama yaitu makan. Hal ini terjadi karena mayoritas masyarakat Indonesia saat ini adalah Generasi Milenial dan Generasi Z di mana generasi ini sudah di manjakan oleh teknologi yang membantu kegiatan sehari – hari menjadi lebih cepat dan efisien sehingga membuat generasi ini terbiasa untuk *multitasking* berkat kemajuan teknologi, yang dimana efeknya adalah menjadi menyampingkan kebutuhannya sendiri yaitu makan, yang dapat berdampak buruk bagi kesehatan jika terus menerus dilakukan.

Melihat adanya masalah yang terjadi dalam gaya hidup masyarakat saat ini akan kesadarannya untuk melakukan kegiatan primer yaitu makan dikarenakan padatnya mobilitas tinggi masyarakat yang didominasi oleh Generasi Milenial dan Generasi Z, serta data yang menunjukkan terjaminnya ketersediaan telur ayam sepanjang tahun dan jumlahnya yang terus meningkat dari tahun ke tahun, kemudian data yang menunjukkan Jawa Barat sebagai Provinsi dengan jumlah perguruan tinggi terbanyak di Indonesia dengan jumlah 320 perguruan tinggi dan

129 diantaranya terdapat di Kota Bandung, dapat disimpulkan bahwa terdapat peluang akan kebutuhan masyarakat yang saat ini didominasi oleh Generasi Z dan *millennial*. Endog Kampus hadir sebagai rencana bisnis pada bidang makanan yang menggunakan telur sebagai bahan utamanya dengan memakai kemasan *rice bowl* sehingga dapat dimakan kapanpun dan dimanapun.

## **1.2 Gambaran Umum Bisnis**

Endog Kampus merupakan sebuah bisnis yang bergerak pada bidang kuliner yang menghadirkan makanan dengan kemasan *rice bowl* mengadaptasi konsep menu makanan Jepang yaitu “*donburi*”. *Donburi* sendiri merupakan sebuah menu makanan yang menghadirkan semangkuk nasi yang di atasnya dilengkapi dengan berbagai macam tambahan lauk – pauk pilihan atau kesukaan penikmatnya masing - masing (kids.grid.id). Maka dengan memakai konsep ini, Endog Kampus akan menjadi sebuah bisnis kuliner yang menyajikan makanan beserta lauknya dalam sebuah kemasan mangkuk yang praktis dan mudah untuk dibawa, sehingga para pembelinya dapat menikmati Endog Kampus kapanpun dan di mana pun.

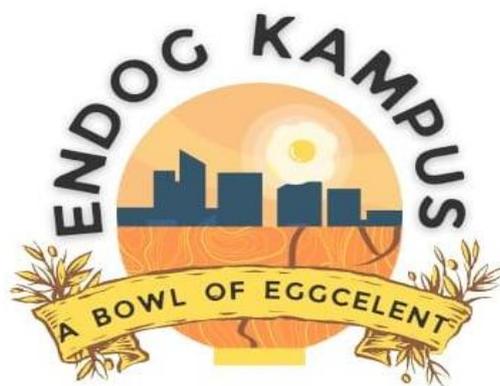
### **1.2.1 Deskripsi Bisnis**

Seperti namanya, Endog Kampus adalah bisnis kuliner *rice bowl* dengan menggunakan komoditi telur sebagai bahan baku utama di setiap menu yang di jual dan memberikan kebebasan kepada konsumennya untuk menentukan lauk pendamping yang ingin dipilih dengan harga yang bersaing. Tujuan utama dari bisnis ini adalah sebagai solusi penyedia jasa makanan dari para masyarakat terutama mahasiswa yang berdomisili di Kota Bandung yang membutuhkan

makanan yang cepat, mudah dan praktis guna menunjang aktivitas dalam kesehariannya. Usaha bisnis kuliner Endog Kampus akan direncanakan akan beroperasi di Kota Bandung, yang berlokasi pada Jalan Lamping No. 16, Pasteur, Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat. Alasan pemilihan lokasi usaha pada tempat ini dikarenakan Jalan Lamping memiliki posisi yang strategis serta merupakan salah satu akses jalan yang padat dilintasi oleh pengendara yang menuju arah Lembang.

### 1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama

Logo merupakan bentuk dari sebuah tulisan, sketsa, maupun gambar yang memiliki makna atau arti tersendiri yang di mana berfungsi sebagai suatu bentuk entitas, seperti lembaga, organisasi, perusahaan, daerah, negara, maupun produk (accurate.id, 2022). Artinya secara tidak langsung logo bisa disebut sebagai sebuah garda terdepan dari jati diri sebuah *brand* maupun perusahaan karena logo mewakili nama hingga gambaran umum tentang *brand* atau perusahaan tersebut.



Gambar 1. 1 Logo Endog Kampus

(Sumber : Olahan Penulis, 2022)

Penamaan “Endog Kampus” diambil dari dua kata yaitu “Endog” yang artinya telur dalam Bahasa Jawa dan “Kampus” yang memiliki arti lingkungan tempat di mana kegiatan belajar mengajar berlangsung. Yang artinya “Endog Kampus” merupakan usaha kuliner berbasis telur yang diciptakan oleh mahasiswa, di mana usaha tersebut diharapkan dapat menggambarkan hasil - hasil dari pembelajaran pada saat di kampus dalam sebuah sajian, serta dapat menggambarkan harga yang dijual pada produk ini ramah di kantong sejalan dengan rata - rata kehidupan mahasiswa/pelajar yang belum memiliki penghasilan sendiri.

Logo Endog Kampus adalah sebuah mangkuk berwarna oranye dan kuning yang didalamnya terdapat bangunan – bangunan dan memiliki telur mata sapi sebagai mataharinya, serta terdapat sebuah pita dengan *tagline* “*A Bowl of Egg Cellent*” . Maksud dari logo tersebut yaitu, Endog Kampus hadir sebagai sebuah merek *rice bowl* yang menyajikan telur dengan kemasan fleksibel dan dapat hadir di tengah – tengah kesibukan konsumennya.

### **1.2.3 Identitas Bisnis**

Dalam proses pembuatan sebuah usaha terdapat banyak hal yang perlu di pertimbangkan, salah satu hal penting yang harus dipertimbangkan adalah lokasi. Menurut Alma (2003) dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa” Lokasi merupakan tempat beroperasi atau tempat perusahaan melakukan aktivitas untuk menghasilkan barang serta jasa yang mengutamakan segi ekonominya. Lokasi usaha yang tepat akan sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha pada masa yang akan datang.

Nama Usaha : Endog Kampus  
Alamat : Jalan Lamping No. 16, Bandung  
Kontak : 081933116391  
Media Sosial : @endog.kampus

Usaha bisnis kuliner Endog Kampus akan direncanakan akan beroperasi di Kota Bandung, yang berlokasi pada Jalan Lamping No. 16, Pasteur, Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat. Lokasi ini merupakan sebuah pujasera yang berada di Kawasan jalan lamping, pengertian pujasera sendiri adalah sebuah singkatan dari “pusat jajanan serba ada” dimana tempat tersebut merupakan tempat makan yang terdiri dari gerai – gerai makanan yang menyajikan menu yang variative.

### **1.3 Visi dan Misi**

Dalam melaksanakan bisnis tentu diperlukan sebuah landasan dan strategi agar dapat terwujudnya sebuah bisnis yang dapat berjalan sebagaimana yang diharapkan.

#### **a. Visi**

“Menjadikan Endog Kampus sebagai bisnis *franchise* kuliner *rice bowl* pertama yang menjadikan telur sebagai bahan utamanya dengan mengutamakan kemudahan, cepat dan praktis serta memberikan kualitas yang terbaik dengan harga yang bersaing.”

**b. Misi**

1. Memberikan kemasan yang praktis dan mudah untuk dibawa kemana – mana.
2. Mengeluarkan inovasi menu – menu telur baru secara berkala
3. Memberikan makanan dengan bahan berkualitas terbaik.
4. Memberikan harga terbaik pada kelasnya.

**1.4 SWOT Analisis**

Banyaknya usaha kuliner yang beredar saat ini membuat persaingan bisnis kuliner sangat ketat. Ketatnya persaingan bisnis kuliner membuat para pelaku bisnis di bidang ini berlomba - lomba untuk menghasilkan produk pembeda dan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk mewujudkan produk yang dapat bersaing di pasaran membutuhkan strategi yang tepat agar dapat mengurangi resiko terjadinya kegagalan. Salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari produk yang akan kita buat adalah dengan melakukan sebuah analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan sebuah Analisa yang didasari oleh empat elemen utama yaitu :

**a. *Strength***

*Strength* memiliki arti kekuatan. Pada Analisa ini kita harus menganalisa apa saja yang menjadi kekuatan atau keunggulan dari produk yang kita miliki.

**b. *Weakness***

*Weakness* memiliki arti kelemahan. Disini kita harus melihat secara seksama dan mendetail apa yang menjadi sumber kelemahan dari produk yang kita miliki,

sehingga kita dapat mengantisipasi sumber yang menjadi kelemahan dari produk kita.

*c. Opportunity*

Elemen yang berawalan dari huruf “O” ini memiliki arti *Opportunity* atau peluang. Pada elemen ini kita harus melihat seberapa jauh peluang yang dimiliki dan peluang yang akan tercipta pada usaha kita. Sehingga dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk mendorong penjualan dari produk kita.

*d. Threats*

Elemen yang terakhir yaitu *threats* atau ancaman. Pada poin ini kita harus memahami faktor apa saja yang menjadi ancaman dari usaha yang dijalankan.

Berikut analisis Endog Kampus yang sudah di Analisa dengan analisis SWOT.

### **1. Strength**

Endog Kampus menggunakan komoditi telur sebagai bahan utama dari bisnis ini yang ketersediaannya terjamin sepanjang tahun menurut Badan Pusat Statistik (2022). Penggunaan *rice bowl* sebagai kemasan dari produk Endog kampus juga menambahkan kekuatan dari bisnis ini dengan memberikan kepraktisan dan kemudahan kepada konsumen dalam proses menyantap makanan dari produk Endog Kampus. Selain bisa datang langsung untuk memesan, Endog Kampus juga menyediakan pemesanan melalui aplikasi online yang sudah tersedia seperti

*GoFood*, *Grabfood* dan *ShopeeFood* serta sistem *pre-order* atau pemesanan yang dilakukan sehari sebelumnya.

## **2. Weakness**

Kekurangan atau kelemahan dari bisnis ini adalah bisnis ini dirancang untuk target pasar pemuda pemudi generasi z dan generasi milenial seperti mahasiswa dan pelajar, sehingga bisnis ini dirasa kurang cocok untuk target pasar selain yang telah disebutkan.

## **3. Opportunity**

Sedikit adanya jenis usaha sejenis yang menggunakan telur sebagai bahan utama sehingga menjadikan Endog Kampus memiliki persaingan yang tidak terlalu ketat.

Penggunaan nama usaha “Endog Kampus” dengan mengusung tema telur yang memberikan ciri khas sendiri bagi usaha ini, akan menjadi bisnis makanan yang menarik, dengan keunggulan lainnya yaitu harga yang ramah untuk kantong pelajar.

## **4. Threats**

Jalan lamping merupakan jalan yang berdekatan dengan Jalan Jurang. Pada sepanjang lokasi Jalan Jurang terdapat beberapa tempat yang juga memiliki usaha pada bidang kuliner, hal ini tentu dapat menjadi salah satu ancaman bagi bisnis usaha Endog Kampus.

## 1.5 Spesifikasi Produk

Endog Kampus sebagai bisnis kuliner *rice bowl* berbasis telur yang mengutamakan kemudahan, cepat dan praktis serta memberikan kualitas yang terbaik dengan harga yang bersaing. Endog Kampus menawarkan menu – menu makanan dengan menggunakan telur sebagai bahan utamanya. Berikut beberapa contoh menu dari Endog Kampus

1. Endog Naik Kelas
2. Endog Spesial NTT
3. Endog Sapu Tahu

Menu yang menjadi produk unggulan dari Endog Kampus adalah menu Endog Naik Kelas. Yaitu semangkok nasi dengan telur goreng, yang bisa dipilih untuk diolah dalam bentuk telur mata sapi atau telur dadar kemudian disiram dengan kuah gulai padang yang disajikan dengan konsistensi saus yang tidak kental dan juga tidak cair (*nappe consistency*), lalu di taburi dengan bawang goreng dan irisan daun kucai, serta dilengkapi dengan irisan timun segar dan daun selada air.

## 1.6 Jenis/Badan Usaha

Menurut Dominick Salvatore dalam bukunya yang berjudul “*Managerial Economics*” Badan usaha merupakan sebuah organisasi yang memanifestasikan kombinasi dan koordinasi dari bermacam – macam sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi atau menghasilkan barang – barang atau jasa untuk dijual. Endog Kampus sebagai sebuah merek dagang yang bergerak pada bidang kuliner tentu membutuhkan badan usaha, hal ini karena terjadinya sebuah pergerakan

produksi yang menghasilkan barang dalam Endog Kampus. Melihat karakteristik yang dimiliki oleh bisnis ini, Endog Kampus memilih CV (*commanditaire vennootschap*) sebagai badan usaha yang digunakan untuk menaungi bisnis ini.

Merujuk pada situs [gamedia.com](http://gamedia.com) pengertian CV sendiri berasal dari Bahasa Belanda yaitu *commanditaire vennootschap* yang memiliki pengertian bentuk badan usaha yang dibentuk oleh dua orang atau lebih yang kemudian mempercayakan modal yang dimiliki kepada dua orang atau lebih. Hal itu dilakukan untuk menjalankan perusahaan tersebut sekaligus dipercaya untuk memimpin perusahaan. Tujuannya agar tercapainya cita-cita bersama dengan tingkat keterlibatan masing-masing anggotanya berbeda. Jadi CV merupakan persekutuan dagang yang terdiri dari dua orang atau lebih untuk menjalankan sebuah badan usaha dalam satu nama yang sama, dimana setiap anggotanya bertanggung jawab atas segala keputusan atau perikatan yang dibuat atas nama persekutuan dagang tersebut.

### **1.7 Aspek Legalitas**

Aspek legalitas merupakan salah satu faktor utama dalam mendirikan sebuah badan usaha sebagai tanda sah atau pengakuan secara hukum berdirinya sebuah usaha. Merujuk dengan badan usaha yang sesuai Endog Kampus yaitu CV, berikut merupakan syarat aspek legalitas yang dibutuhkan untuk mendirikan CV.

1. Didirikan oleh paling tidak 2 orang, sekutu aktif dan sekutu pasif.  
Selanjutnya, harus memiliki akta notaris berbahasa Indonesia.
2. Berkewarganegaraan Indonesia.

3. 100% kepemilikan WNI.
4. Dokumen berupa FC KTP sekutu pasif dan sekutu aktif, FC NPWP pribadi yang bertugas sebagai penanggung jawab perusahaan, keterangan domisili dengan materai, surat pernyataan KBLI bermaterai, email dan nomor telepon perusahaan.
5. Selain itu, apabila perusahaan dikuasakan, maka wajib menyerahkan dan surat kuasa serta notulen yang dibubuhi materai dan KOP.