

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kuliner merupakan suatu bidang usaha yang selalu berkembang dari masa ke masa. Disebutkan bahwa industri kuliner adalah salah satu industri kreatif di Indonesia. Nilai tambah industri kuliner terlihat dari kreatifitas yang dibuat oleh seorang pelaku usaha industri kuliner, mulai dari kreasi produk yang dijual sampai dengan kreasi pelayanan dan penyajian produk. Kuliner di identikan dengan pendirian restoran yang memiliki definisi sebagai “Suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamu, baik berupa kegiatan makan ataupun minum”(Marsum,2005). Banyak masyarakat di Indonesia menjadikan bisnis kuliner sebagai peluang untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan pasal 14 disebutkan bahwa daya tarik wisata salah satunya adalah usaha makanan dan minuman. Masakan kuliner yang disajikan tidak hanya masakan lokal saja melainkan masakan asing seperti masakan Jepang yang cukup populer di kalangan masyarakat Indonesia.

Menurut data JETRO tahun 2014 peminat masyarakat Indonesia yang mengkonsumsi masakan Jepang ditemukan bahwa Kota Jakarta berada di posisi dibawah Bangkok yang berada di posisi pertama dalam memilih masakan Jepang sebagai makanan asing favorit. Dari pernyataan yang telah dikeluarkan oleh JETRO penulis juga memperkuat pernyataan JETRO tersebut dengan penulis melakukan kuisisioner mengenai peminat masyarakat Indonesia khususnya penduduk yang berada

di Jakarta Selatan pada masakan Jepang. Dinyatakan bahwa sekitar 71,3% dari masyarakat yang mengkonsumsi masakan Jepang perbulannya sebanyak 2-3 kali. Dari hasil penyebaran kuisisioner yang penulis lakukan didapatkan bahwa dari 101 orang yang mengisi kuisisioner ini 100% dari mereka mengkonsumsi makanan Jepang dan masakan Jepang yang paling banyak di konsumsi ada *Sushi* dan *Ramen*. Ini juga dapat diperkuat dengan kuisisioner yang menanyakan ketertarikan masyarakat Jakarta Selatan terhadap makanan Jepang dengan persentase 66,3% cukup tertarik dan 33,7% sangat tertarik dan dapat diartikan bahwa makanan Jepang cukup digemari di wilayah Indonesia terlebih dari Jakarta Selatan. Dengan adanya pernyataan bahwa masakan Jepang memiliki minat yang cukup tinggi di Indonesia maka para pembisnis membuka usaha restoran Jepang yang biasa kita jumpai di berbagai *mall* atau bahkan berdiri sendiri. Beberapa restoran Jepang yang ada di Indonesia khususnya di Jakarta yaitu (1) Sushi Tei (2) Sushi Yay (3) Ramen Ya (4) Kimukatsu (5) Shaburi & Kintan Buffet.

Menduduki urutan pertama Sushi Tei merupakan restoran Jepang yang paling di minati bagi semua kalangan karena memiliki harga yang bervariasi dan juga kualitas makanan yang baik. Variasi menu yang ditawarkan juga beragam mulai dari pilihan *Sushi*, makanan utama hingga makanan penutup yang dimiliki. Sushi Tei ini juga mudah ditemukan dimana saja karena restoran ini sudah memiliki cabang yang cukup banyak di berbagai kota. Menurut observasi yang dilakukan penulis di ketahui bahwa Sushi Tei melakukan penanganan sampah makanan dengan membuang seluruh makanan sisa dan ini menyebabkan kenaikan angka sampah makanan.

Tak hanya Sushi Tei yang membuang seluruh sisa bahan makanan di Jepang juga masih melakukan hal serupa. Dilihat dari festival makanan yang mana menjajhkan masakan Jepang mulai dari makanan berat hingga makanan ringan. Hal ini menjadi salah satu penyebab Jepang memiliki sampah makanan sebanyak 27,59 ton menurut Badan Urusan Konsumen Pemerintah Jepang. Dengan permasalahan ini Jepang akhirnya membuat sebuah aplikasi untuk mengurangi sampah makanan. Aplikasi ini bekerja sama dengan toko roti kecil, lalu yang aplikasi ini lakukan adalah menjual sisa roti yang mendekati tanggal kadaluarsa dengan harga promosi sehingga pengurangan sampah makanan berkurang.

Dengan melihat jabaran diatas penulis merasa adanya peluang bisnis yang dapat dijalankan dengan mendirikan usaha masakan Jepang yang mengusung pengurangan sampah makanan dengan cara reservasi. Reservasi adalah kegiatan untuk pengaturan atau pemesanan tempat untuk seseorang atau kelompok dalam waktu tertentu. Tujuannya untuk pelaku usaha adalah memberikan prediksi kehadiran tamu yang akan datang. Musa Amir (2018) memberikan contoh dalam kebanyakan restoran mengatur limbah yang dihasilkan dengan memastikan teknik yang digunakan oleh tenaga pekerja efektif dan efisien, perencanaan pembelian yang efektif, serta dengan melakukan *demand forecasting*. Selain itu dalam literatur lain disebutkan bahwa ada 3 langkah kritical dalam isu limbah makanan adalah (1) komunikasi dan transparansi pemasok lokal dan anatar departemen dalam restoran, (2) melakukan prediksi dan memeriksa kehadiran tamu, dan (3) frekuensi pembelian dan penyajian makanan. Sehingga secara garis besar, penggunaan metode reservasi secara tidak langsung dapat membantu memprediksi jumlah tamu dan keperluan penyajian dalam satu hari pelayanan restoran.

Kepastian jumlah pengunjung dapat mempermudah manajemen dalam menentukan proporsi bahan makanan yang diperlukan dalam satu kali penyajian. Selain itu pula, reservasi yang dibuat dengan selang waktu yang lebih lama dapat mempermudah komunikasi dengan pemasok dan *inventory* yang lebih baik, sebab kedua hal itu juga dapat berdampak terhadap manajemen limbah makanan meskipun memang bukan satu satunya, melainkan salah satu cara untuk menanggulangi faktor terjadinya limbah makanan sisa.

Bukan dilihat dari sisi konsep yang akan ditawarkan usaha ini juga memiliki beberapa perbedaan jenis masakan yang disajikan dengan restoran Jepang lain yaitu *Shibui* resto ini memiliki sebuah *Sashimi* yang berbahan dasar Bulu Babi Hitam dan juga Teripang yang mana di restoran lain belum menjual dengan bahan dasar ini. Serta dengan membuat sebuah recipe minuman yang menggunakan sake atau alkohol yang berasal dari Jepang membuat pembeda antara *Shibui* dengan restoran Jepang lainnya. Tak hanya menyajikan makanan dan minuman khas Jepang bisnis ini akan dibangun menjadi restoran Jepang minimalis yang berkonsep eksklusif dan menggunakan sistem *omakase* di kota Jakarta Selatan yang akan diberi nama "*Shibui*". Restoran Jepang ini akan memberikan suasana intim kekeluargaan dan suasana yang nyaman untuk bersama orang terdekat, sehingga pengunjung yang ingin mengunjungi tempat ini harus melalui proses *Booking* dengan tujuan untuk memastikan bahwa tamu yang akan datang memiliki kursi yang disediakan dan menikmati hidangan tanpa terganggu dengan orang yang ramai. Restoran ini juga akan memberikan pengalaman berkuliner dengan memberikan pelayanan eksklusif dengan mempercayakan hidangan apa yang akan dimakan dari mulai makanan pembuka sampai makanan penutup kepada juru

masak yang sudah berpengalaman. Sehingga dengan ide yang ada penulis tertarik untuk membuat “PERENCANAAN BISNIS *SHIBUI JAPANESE FOOD* DI KEMANG, JAKARTA SELATAN“

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Dari penjelasan yang sudah dipaparkan di sub bab sebelumnya, penulis mengusulkan perencanaan bisnis yang akan direncanakan dibangun di Kemang, Jakarta Selatan.

Restoran Jepang yang ada di daerah Kemang rata-rata berkumpul di kawasan *mall* yang terletak di Kemang Village dan dari data ini berpotensi untuk penulis membuat usaha bisnis *Japanese Food* yang berada di daerah Kemang. Tak hanya akan memiliki konsep yang berbeda restoran ini juga berinovasi untuk meminimalisir *food waste* saat persiapan masakan yang akan disajikan dengan cara melakukan *Reservation* supaya juru masak akan memesan bahan masakan hanya sesuai reservasi yang ada sehingga bahan yang dipesan akan langsung diolah saat itu juga dan tidak terjadi penyimpanan berkepanjangan untuk menjaga kesegaran bahan baku dan juga akan meminimalkan pembuangan sisa makanan dan sampah bahan baku. Produk yang dapat terbuang tidak hanya produk makanan, bahan dasar dari pembuatan juga dapat terbuang jika terbuang contohnya seperti :

- a. *Puree*
- b. *Syrup*
- c. *Juice*

d. *Kind of seafood*

e. Nasi cuka

Bahan minuman yang disebutkan memiliki tanggal kadaluarsa yang cukup singkat menyebabkan jika tidak terjadi perputaran penjualan maka bahan tersebut akan terbuang. sedangkan macam dari hidangan laut dan nasi cuka dapat di simpan di lemari pendingin tetapi ini menyimpang dari misi penulis untuk menjaga kesegaran bahan baku yang digunakan. Sehingga penulis akan meminimalis kan penyimpanan atau pengawetan bahan baku masakan.

Didalam usaha ini juga akan menggunakan sistem omakase. Omakase adalah sistem pelayanan yang menawarkan cara menyantap dengan dilakukan proses pengolahan di depan tamu. Cara penyajian makanannya juga eksklusif, karena tamu akan duduk di depan langsung juru masak dan melihat langsung proses pembuatan makanan yang akan dinikmati. Pelayanan ini juga bukan hanya memasak apa yang akan dihidangkan tetapi juru masak juga akan menjelaskan masakan yang dibuatnya.

2. Deskripsi logo dan nama

Logo adalah identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual. (David E. Carter. 1986)

Gambar 1
Logo Usaha



Sumber: olahan penulis,2022

Sebuah usaha pasti memiliki desain logo untuk menjadi sebuah ciri khas usaha tersebut dan biasanya sebuah logo pasti memiliki sebuah filosofi tersendiri yang di dalamnya memiliki arti dan harapan tersendiri untuk usahanya. Logo yang digunakan *SHIBUI* juga memiliki filosofi yang dapat di jabarkan menjadi :

- a. Berbentuk persegi empat karena penulis berharap usaha yang dibangun akan berdiri dengan kokoh dan lingkaran ditengah bertujuan agar kehangatan dan kenyamanan yang diberikan dari pelayanan *Shibui* selalu berputar dan berkesan di hati pada tamu.
- b. Pemilihan warna pada logo bermaksud merepresentasikan bendera Jepang dan Indonesia yang berwarna merah dan putih.
- c. Lambang *sashimi* tak hanya melambangkan sebuah masakan Jepang, melainkan *sashimi* adalah masakan yang dapat dibuat dengan menggunakan konsep pelayanan *omakase* yang menjadi salah satu sorotan di dalam bisnis ini.

- d. Kanji Jepang yang tertera di logo berarti hanya ikan terbaik yang disajikan di restoran ini. Dari slogan ini pun penulis menjamin masakan yang dihidangkan menggunakan bahan baku ikan yang segar.
- e. Dan arti kata *SHIBUI* adalah *cool and minimalist* yang terlihat dari desain tempat yang akan dibuat minimalis simple tradisional Jepang.

Dengan perencanaan usaha ini juga akan berkaitan dengan program studi Tata Hidang yang berkenaan dengan *inventroy* bahan baku dan juga tentu pelayanan suatu restoran.

3. Identitas Bisnis

Lokasi merupakan faktor penentu apakah produk yang kita jual dapat diterima oleh masyarakat setempat dan melihat dari pesaing yang ada di lokasi tersebut. Penulis telah menentukan sebuah lokasi yang kiranya cukup strategis untuk membangun usaha *Shibui* di daerah Kemang, Jakarta Selatan. Alasannya adalah Kemang merupakan daerah yang tepat untuk membangun usaha *Japanese food*.

Gambar 2

Lokasi Usaha



Sumber: google, 2022

Alamat : 63, Jl. Kemang Selatan VIII. RT.7/RW.2, Bangka, Kec. Mampang
Prpt., Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12730

Maps : https://maps.app.goo.gl/ZFWmUVRu56j2DRCd6?g_st=iw

No tlp. : +62 21 7942103

C. Visi Misi

Segala sesuatu pasti memiliki sebuah visi misi untuk menentukan arah dan tujuan dari sebuah usaha. Menurut Wibisono (2006) Visi merupakan sebuah rangkaian kalimat yang mengungkapkan impian atau cita-cita dari suatu perusahaan atau organisasi di masa mendatang.

Visi dari *SHIBUI* ini adalah membangun restoran Jepang yang berkonsep minimalis dengan sistem *Omakase* terbaik di Jakarta Selatan serta membantu untuk meminimaliskan sampah makanan yang dihasilkan.

Misi menurut Wibisono (2006) pula merupakan sebuah penetapan sasaran atau tujuan perusahaan dalam jangka pendek antara 1 sampai dengan 3 tahun kedepan.

Adapun misi dari *SHIBUI* yaitu:

1. Membuat inovasi baru terhadap produk dan pelayanan.
2. Memberikan pelayanan yang eksklusif dan penyajian yang terbaik sehingga dapat menjaga kualitas produk.
3. Mengutamakan kualitas bahan dasar yang baik.

D. SWOT Analisis

Analisis SWOT dapat diartikan sebuah teknik perencanaan usaha maupun penyelesaian masalah yang dapat digunakan dalam kehidupan. Cara ini juga sebuah alat bantu yang dapat membantu untuk mengembangkan bisnis mulai dari *Strenght* (Kekuatan), *Weakness* (Kekurangan), *Opportunities* (Kesempatan) dan *Threats* (Ancaman) (Albert S Humphrey. 2005)

Table 1
Analisis SWOT

	<p>STRENGTH</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan eksklusif - Memiliki suatu produk berbeda 	<p>WEAKNESS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak melayani <i>Take away</i> - Hanya memiliki <i>Limit Seat Capacity</i>
<p>OPPORTUNITY</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak banyak restoran Jepang yang berkonsep sama 	<p>ANALISA S/O</p> <p>Memaksimalkan pelayanan dan produk ditengah kurangnya pesaing.</p>	<p>ANALISA W/O</p> <p>Menyajikan <i>entertainment cooking</i> sehingga konsumen</p>



<ul style="list-style-type: none"> - Dengan mengusung tema <i>non food wasted</i> maka ini menjadi cara untuk melindungi lingkungan bumi. 		<p>menyelesaikan hidangan di tempat.</p>
<p>TREATS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Banyak restoran dengan produk yang sama. - Menggunakan sistem booking sehingga kurangnya pengunjung. 	<p>ANALISA S/T</p> <p>Dengan banyaknya produk yang sejenis memaksimalkan konsep yang berbeda.</p>	<p>ANALISA W/T</p> <p>Melakukan promosi untuk meningkatkan reservasi yang terus berjalan.</p>


E. Spesifikasi Produk


Menurut Stanton (1996:222) definisi produk adalah suatu kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merk ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya.

Shibui adalah bisnis yang berjalan dengan tema makanan Jepang. Tentu Produk yang ditawarkan oleh penulis di restoran ini adalah makanan dan minuman yang berbahan dasar khas Jepang dan makanan khas Jepang itu sendiri penulis mendeskripsikan produk yang dijual menggunakan visualisasi gambar yang ada di internet.

Table 2
Daftar Produk

No.	Nama Produk	Deskripsi Produk	Visualisasi
1.	Sushi	Kombinasi nasi cuka, ikan dan digulung dengan nori.	
2.	Sashimi	Irisan ikan segar disajikan dengan keadaan mentah.	
3.	Nigiri	Merupakan kombinasi antara sushi dan sashimi.	
4.	Tamagoyaki	Dadar telur ayam digulung lalu diberi gula dan garam.	
5.	Miso Soup	Terbuat dengan kaldu dasar Dashi dengan sedikit tambahan sayuran dan tahu Jepang.	

6.	Namagashi	Hidangan penutup yang dibuat dari bahan buah dan isi pasta kacang.	
7.	Daifuku	Merupakan hidangan penutup yang dibuat dari <i>mochi</i> dengan isian buah dan krim kocok.	
8.	Tanchozuru	Minuman ini memiliki komposisi vodka, sake, blackberry puree, lavender syrup dengan metode pembuatan <i>shake and single strain</i> .	
9.	Hana ni arashi	Minuman yang terbuat dari gin yang di infused oleh daus the geisha dengan campuran yuzu jc dan rose syrup dengan metode <i>stir</i>	
10.	Shinki-itten	Minuman yang dicampur antara sake dengan tequila ditambah dengan <i>pineapple jc, lime jc</i> dan menambahkan cita rasa	

		gurih serta menjadikan minuman ini menjadi tekstur <i>creamy</i> ditambah dengan santen dan menambah rasa manis dengan ditambah susu kental manis. Dengan metode pembuatan <i>shake</i> .	
11.	Ocha	Merupakan teh hijau khas Jepang yang akan di sajikan dalam wadah teko khas.	

Dari deskripsi produk diatas dilihat bahwa minuman yang disajikan adalah menu cocktail yang dibuat oleh penulis. Cocktail ini merupakan produk yang membedakan dari restoran Jepang yang ada di Kemang. Salah satu dari menu cocktail diatas dapat dibuat menjadi mocktail jika tamu yang datang tidak mengkonsumsi minuman beralkohol.

Sayangnya ushaa ini tidak membuka layanan *take away* baik pemesanan online atau membawa makanan yang tidak habis, karena memiliki tujuan meminimalisir pembuangan sampah makan dan juga untuk menjaga kualitas makanannya.

F. Jenis Badan Usaha

Penulis sudah rencanakan nantinya akan dibentuk dengan badan usaha CV karena badan usaha ini terbilang mudah, cepat dan sederhana. Dengan memiliki kelebihan lainnya yaitu; modal yang lebih fleksibel, pengambilan keputusan yang cepat, dan dapat mengambil *prive* tanpa terkena pajak.

Dasar Hukum pendirian CV diatur dalam beberapa sumber hukum sebagai berikut:

1. Kitab Undang-undang Hukum dagang, khususnya pasal 19 - pasal 21 yang mengatur tentang persekutuan komaditer.
2. Peraturan Menteri Hukum dan HAM nomor 17 Tahun 2018 tentang Pendaftaran CV.
3. Berdasarkan pasal 23 KUHD, pedaftaran CV, Firma dan Persekutuan Perdata dilakukan di kepaniteraan pengadilan negeri.
4. KUHD pasal 31 dan Kitab Undang Undang Hukum Perdata (KUHPer) Pasal 1647 dan 1649 yang membahas tentang pemubaran CV.

G. Aspek Legalitas

Aspek Hukum Bisnis adalah peraturan yang mengatur bidang perdagangan agar bisnis dijalankan secara adil sehingga kemungkinan munculnya permasalahan, resiko atau kerugian dikemudian dapat dihindari. Dalam membuka suatu usaha restoran, hal yang diperlukan adalah Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP). Aturan mengenaik perizinan usaha restoran diatur oleh Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 18 Tahun

2016 tentang pendaftaran Usaha Priwisata dan dikeluarkan oleh Kantor Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) di kecamatan tempat usaha restoran berada. Berikut merupakan dasar hukum yang akan diperoleh dari pendirian usaha SHIBUI dalam keberlangsungan usaha.

1. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 76 Tahun 2018 mengatur tentang penyelenggaraan pendaftaran perusahaan.
2. UU 11/2020 dan PP 36/2021 tentang upah yang layak
3. Pasal 158 KUH Perdata tentang sewa menyewa.

Selain itu produk yang dijual juga harus memiliki legalitas produk seperti BPOM yang diatur dengan Peraturan Pemerintah No. 28 tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu, dan Gizi Pangan.