

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan bisnis *Food and Beverages* di Indonesia memiliki perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan tersebut menjadi sebuah kesempatan bagi wirausahawan untuk berlomba-lomba membuat inovasi untuk membuat usaha dalam bidang *Food and Beverages*, dan menjadikan itu hal positif untuk melakukan persaingan yang sehat untuk setiap wirausahawan.

Hal itu juga menjadi sebuah hal positif bagi negara Indonesia, karena kemajuan dan perkembangan bisnis *Food and Beverages* akan membuat perkembangan kewirausahaan di Indonesia. Bisnis *Food and Beverages* di Indonesia masih peluang yang sangat besar, hal itu karena usaha dalam bidang *Food and Beverages* yang menjual makanan atau minuman adalah sebuah produk yang digunakan atau dikonsumsi oleh setiap orang. Oleh karena itu, bisnis dalam bidang *Food and Beverages* akan terus tetap berjalan dan berkembang.

Dengan berjalanya waktu, perkembangan yang terjadi dan perubahangaya hidup masyarakat Indonesia yang cenderung memiliki gaya hidup yang serbag praktis dan cepat. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya restoran siap saji ataupun kafe yang menjual minuman praktis siap diminum dan diminati oleh semua kalangan

Minuman siap saji kemasan seperti Sprite, Coke yang memiliki dampak berbahaya bagi tubuh dan kesehatan manusia karena kandungan pada minuman siap saji kemasan tersebut banyak mengandung gula yang tinggi dan juga mengandung zat pengawet yang dapat menimbulkan dampak negatif bagi tubuh manusia. Selain itu kopi menjadi minuman yang banyak dicari oleh kalangan tertentu. Namun kopi memiliki kandungan kafein yang dapat meningkatkan produksi asam lambung pada tubuh manusia, terutama bagi yang memiliki penyakit asam lambung tinggi ataupun maag.

Banyak terjadi perkembangan di bidang teknologi yang membuat perubahan gaya hidup, dan kebiasaan masyarakat menjadi konsumtif. Melihat hal itu, perkembangan ekonomi pun berjalan dan berkembang dengan banyaknya pendirian kafe-kafe atau restoran yang tersebar diberbagai daerah terutama dikota-kota besar. Seperti dipulau jawa. Hal itu terjadi karena masyarakat provinsi Jawa Barat memiliki gaya hidup dan kebiasaan baru yang menjadikan kafe atau restoran tempat untuk bisa melakukan semua kegiatan.

Tabel 1. 1
Jumlah Restoran atau Café Provinsi Jawa 2021

No	Nama	Nilai / Unit
1	Jawa Barat	13.034
2	Jawa Tengah	7.548
3	Jawa Timur	7.06

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) 2021

Dapat dilihat pada table 1.1, Jawa barat adalah provinsi dengan jumlah restoran atau café dengan jumlah paling banyak di antara provinsi jawa lainnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), total restoran atau café mencapai 13.034 unit pada tahun 2021. Maka dari itu Jawa barat adalah provinsi yang memiliki kesempatan besar untuk terus mengembangkan bisnis *Food and Beverages*.

Bisnis *Food and Beverages* menjadi salah satu bisnis yang memiliki peluang besar di Jawa Barat, karena perkembangan teknologi yang terjadi di Jawa Barat dan juga pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat mendukung terjadinya perubahan gaya hidup dan kebiasaan masyarakat yang konsumtif. Hal ini membuat Jawa Barat menjadi pusat Bisnis *Food and Beverages* di Indonesia.

Kota Bandung merupakan kota yang memiliki pertumbuhan paling tinggi pada industrial Food and Beverage di provinsi Jawa Barat. Menurut data yang di ambil dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Barat,

Tabel 1. 2
Data Jumlah Industri Foond and Beverage di Kota Bandung

No.	Tahun	Jumlah	Satuan
1.	2019	889	Unit
2.	2020	1.339	<u>Unit</u>
3.	2021	1.234	Unit

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) 2021

Menurut data yang diambil dari Badan Pusat Statistik (BPS) provinsi Jawa Barat, kota Bandung memiliki jumlah restoran atau café terbanyak dibanding dengan kota lainnya di Jawa Barat. Pada tahun 2019 kota Bandung memiliki 889 unit

restoran atau café. Dengan pertumbuhan industri Food and Beverage di kota Bandung, pada tahun 2020 jumlah restoran atau café bertambah menjadi 1.339 unit. Lalu pada tahun 2021, mengalami penurunan menjadi 1.234 unit. Hal itu terjadi karena adanya wabah covid-19 pada tahun 2021, membuat dampak yang luar biasa untuk Industri food and beverage di kota Bandung.

Maka dari itu terjadinya penurunan pada tahun 2021, banyak usaha yang mengalami penurunan bahkan gulung tikar.

Tabel 1. 3
Jumlah Restoran , Rumah Makan dan Café/Bar Kota Cirebon 2021

Jumlah Bisnis Food and Beverage di Cirebon		
Uraian	Satuan	Jumlah
1. Jenis Usaha Jasa Makanan/Minuman	unit	240
1.1 Jumlah Restoran	Unit	62
1.2 Jumlah Cafeteria/Cafe	Unit	56
1.3 Jumlah Kantin	Unit	-
1.4 Jumlah Coffee Shop	Unit	-
1.5 Jumlah Pub/Bar	Unit	-
1.6 Jumlah Warung/Kedai Makan	Unit	119

Sumber: Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Cirebon 2021

Berdasarkan table 1.3 diatas jumlah usaha jasa Makanan atau minuman yang biasa disebut *Food and Beverage* ada 240 usaha. Setelah itu diikuti dengan warung atau kedai makan dengan jumlah 119 warung atau kedai makan. Diikuti dengan restoran yang berjumlah 62 restoran di kota Cirebon. Setelah itu café atau cafeteria di kota Cirebon ada 56 café atau cafeteria. Dapat dilihat dari tabel 1.2, di kota Cirebon belum ada sebuah Kantin, Coffee Shop, Pub atau bar. Dengan demikian, hal itu dapat

menjadi peluang besar bagi masyarakat dan pengusaha di kota Cirebon untuk mengembangkan bisnis kuliner kreatif di kota Cirebon.

Marsum (2005) Café adalah tempat untuk makan dan minum sajian cepat saji dan menyuguhkan suasana santai dan tidak resmi, selain itu juga merupakan suatu tipe dari restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk didalam dan diluar restoran. Café merupakan suatu restoran kecil yang biasanya berada diluar hotel. Café biasanya menyajikan minuman dari varian kopi, teh, dan minuman lainnya.

Café juga menjual makanan ringan dan biasanya untuk pilihan makanan terbatas dan lebih focus menjual minuman dan makanan ringan. Café adalah sebuah tempat makan bersekala kecil yang biasanya menjual berbagai minuman dan makanan ringan, dengan tempat yang memiliki suasana yang dapat membuat nyaman pengunjung untuk beristirahat dan menikmati minuman dan makanan yang dibeli.

Mocktail adalah sebuah jenis minuman yang tidak mengandung alcohol dan terbuat dari campuran jus buah, sirup, kopi, teh, dan lainnya. Selain itu, ada juga pembuatan mocktail menggunakan *soda*, dan *infused water* Menurut Merriam-Webster (1916) Istilah "*Mocktail*" pertama kali muncul pada tahun 1916. Mocktail ternyata diambil dari istilah "mock", artinya meniru atau tiruan. Maksudnya,

Mocktail meniru Cocktail, dengan rupa yang sama tetapi berbeda komponen atau isinya. Mocktail disebut sebagai "*temperance drink*" atau juga minuman sederhana pada buku yang berjudul "Cocktail" Amerika tertua tahun 1862.

Pada pembuatan Mocktail bersifat fleksibel dan juga tidak ada Batasan atau standar dalam pembuatan Mocktail, oleh karena itu semua orang bisa menikmati

mocktail sesuai selera dan seleranya. Mocktail adalah minuman yang dibuat dari perpaduan buah-buahan, rempah-rempah, kopi, susu, teh dan lain-lainnya yang dibuat dan disajikan disebuah gelas yang cantik dan beragam untuk membuat mocktail lebih menarik, seperti cocktail dengan perbedaan tanpa menggunakan bahan alkohol didalam pembuatan minuman mocktail tersebut.

Mocktail juga merupakan perkembangan dalam dunia Food and Beverages, utamanya dalam bidang kopi yang tidak banyak orang kurang menyukai kopi karena rasanya yang pahit. Kini banyak orang membuat inovasi dengan adanya sentuhan buah-buahan, teh dan bahan lainnya. Mocktail adalah solusi untuk orang yang ingin menikmati minuman tanpa ada kandungan alkohol didalam minuman yang ingin dinikmatinya, banyak orang tidak mengkonsumsi alkohol dikarenakan beberapa alasan seperti tidak baik untuk kesehatan tubuh dan dilarang dalam agama yang dianutnya oleh karena itu,

Mocktail menjadi solusi untuk hal itu dengan perkembangan yang terjadi dalam bidang Food and Beverages pada saat ini, Mocktail sudah menjadi salah satu minuman yang sering dicari dan dikonsumsi oleh masyarakat saat ini, dan kejenuhan akan kopi susu membuat Mocktail semakin dilirik pebisnis Food and Beverage tahun ini menurut Mikael Jasin (2021).

Bahan tradisional merupakan bahan yang digunakan secara turun temurun, berupa bahan dari tumbuhan, hewan, dan bahan mineral yang memiliki khasiat dan manfaat untuk tubuh manusia baik sebagai obat dan juga khasiat yang baik. Farmasi UGM (2020) Obat tradisional adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (galenik) atau campuran dari

bahan tersebut, yang secara turun-temurun telah digunakan untuk pengobatan berdasarkan Jamu adalah salah satu bentuk obat tradisional.

Dikutip dari buku Profil Struktur, Bumbu, dan Bahan dalam Kuliner Indonesia yang ditulis oleh Murdijati-Gardjito, dkk (2018: 122), Cirebon memiliki berbagai jenis minuman segar dingin yang wajib dicoba ketika berkunjung ke daerah tersebut. Berikut adalah macam-macam minuman khas Cirebon yang menyegarkan.

1. Es Campur Cirebon

Minuman es pertama yang wajib kamu coba ketika pertama kali tiba di Cirebon adalah es campur. Minuman ini berisi potongan agar-agar, timun suri, kelapa muda, alpukat, nangka, bubur mutiara, dan tidak lupa dengan es serutnya.

2. Es Cuing Cirebon

Es cuing merupakan minuman khas dari Cirebon. Minuman ini memiliki arti cincau, yang mana isinya cukup komplis ada potongan cincau, bubur sumsum hijau, es serut, dan juga tambahan santan serta gula merah sebagai pemanis.

3. Es Kopyor 4848

Minuman kopyor 4848 sangat diminati oleh berbagai orang karena menyegarkan. Minuman ini sudah termasuk dengan kelapa yang masih muda, susuk kental manis, sirup merah, dan es batu.

4. Es Tape Ketan Bakung

Minuman es lainnya adalah es tape ketan bakung. Pasalnya minuman ini berasal dari desa Bakung. Minuman ini dibuat dengan beras ketan yang difermentasi dan diberi campuran air daun katuk sebagai pewarna alami.

Pemerintah Daerah Kota Cirebon (2021) Kota Cirebon merupakan salah satu kota yang terkenal panas yang tentu memiliki beberapa pilihan kuliner dan minuman

segar yang dapat menghilangkan dahaga ketika sedang berpergian di kota Cirebon. Dengan keberagaman kuliner baik makanan maupun minuman di kota Cirebon, kota Cirebon menjadi salah satu kota destinasi wisata yang dikunjungi oleh banyak wisatawan dengan tujuan berkuliner di kota Cirebon.

Tabel 1. 4
Data Hasil Kuesioner Perencanaan Mocktail House
N:40

Pertanyaan	Respon
Faktor apa yang mempengaruhi anda untuk berkunjung ke sebuah restoran atau cafe?	Harga = 2,5% Suasana an Konsep = 75% Kualitas produk = 22,5% Fasilitas = 0%
Berapa harga minuman yang cocok untuk anda ?	15.000-20.000 = 15% 20.000-30.000 = 72,5% 30.000-40.000 = 12,5%
Apa yang menjadi tujuan anda mengunjungi sebuah sebuah Café ?	Hangout bersama teman = 60% Untuk Refreshing = 32,5% Mengerjakan Tugas 7,5%
Apakah anda mengkonsumsi minuman beralkohol ?	Ya = 10 Tidak = 55% Jarang = 32,5 Sering = 2,5%
apakah anda mengetahui tentang mocktail ?	Ya = 95% Tidak = 5%

Tabel 1. 5 (LANJUTAN)
Data Kuesioner Perencanaan Mocktail House

<p>Pendapat anda tentang industri Food and Beverage di kota Cirebon ? (Open Question)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Perkembangan yang baik • Harus dikembangkan • Biasa saja • Masih kurang ber variant sperti dikota Bandung • Biasa saja • Perlu pengembangan ide baru • Kurang inovatif • belum berkembang • Perlu di buat • Masih belum seramai kulineran Bandung jadi mungkin masih perlu masyarakat yang berinovasi mengenai food and beverage di kota tersebut • Menarik • Baik
<p>Apa yang membuat anda bosan ketika mengunjungi sebuah café ? (Open Question)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kurang inovasi • Kurang inovatif • Pilihan menu yang itu" saja • Tempat • Kurang inovatif • Menu tidak inovatif • Suasana

Sumber : Olahan Penulis, 2022

Pada table 1.4 yang diambil dari Kuesioner yang dilakukan oleh penulis, factor yang akan mempengaruhi tamu untuk mengunjungi sebuah restoran atau café adalah suasana dan konsep yang dimiliki oleh sebuah tempat dengan jumlah presentase 75% dari 40 orang. Dengan berkembangnya industri *Food and Beverage* di Indonesia, tamu mencari pengalaman baru terhadap suatu restoran atau café dengan konsep dan suasana yang dimilikinya.

Setelah itu, diikuti dengan kualitas produk sebagai faktor kedua sebanyak 22.5% yang mempengaruhi tamu berkunjung ke sebuah restoran atau café. Dengan berjalannya waktu manusia sudah mulai peduli dan mengerti tentang kesehatan tubuhnya, dan mulai peduli terhadap bahan dari makanan atau minuman yang dikonsumsi.

Dari table diatas dijelaskan bahwa 72.5% dari data yang diambil memilih jangkauan harga dari 20.000 sampai 30.000 sesuai dengan taraf ekonomi masyarakat di Indonesia. Diikuti dengan 15% untuk jangkauan harga 15.000-20000 dan juga 12.5% untuk harga 30.000-40.000. Dapat dilihat dari pengumpulan data yang diambil oleh penulis harga yang cocok untuk masyarakat kota Cirebon adalah sekitar 20.000-30.00 untuk membeli sebuah minuman. Hal itu menjadi perhatian khusus untuk para pelaku bisnis menentukan harga yang terjangkau untuk masyarakat kota Cirebon.

Pada data selanjutnya, pada table diatas menyatakan bahwa 60% dari data yang memilih *hangout* Bersama teman ketika mengunjungi sebuah café. Setelah itu diikuti oleh 32.5% yang memilih untuk refreshing ketika mengunjungi sebuah café. 7.5% memilih untuk mengerjakan tugas ketika mengunjungi sebuah café. Dapat diambil kesimpulan bahwa masyarakat sebagian besar memiliki gaya hidup yang barudengan menjadikan café sebagai salah satu tempat untuk bisa melakukan banyak kegiatan.

Pada data selanjutnya yang diambil oleh penulis, sebanyak 95% masyarakat Cirebon sudah memiliki pengetahuan yang luas tentang minuman Mocktail. Dengan kemajuan teknologi dan perkembangan zaman di Indonesia, masyarakat mendapatkan

banyak edukasi tentang industri *food and beverage* dari internet. Hal itu menjadi dorongan untuk para pelaku usaha dalam bidang *food and beverage* melakukan inovasi.

Dapat dilihat dari data selanjutnya yang penulis ambil, sekitar 55% masyarakat tidak mengkonsumsi alkohol, dan diikuti oleh 32.5% jarang mengkonsumsi alkohol. Setelah itu 10% untuk masyarakat yang mengkonsumsi alkohol dan terakhir hanya 2.5% masyarakat yang sering mengkonsumsi alkohol.

Dapat dilihat dari data tersebut, mayoritas masyarakat tidak mengkonsumsi alkohol dengan beragam alasan. Alasan utamanya adalah karena dampak negatif dari mengkonsumsi alkohol dan juga larang mengkonsumsi alkohol oleh beberapa agama dan pemerintah. Oleh karena itu Mocktail dapat menjadi alternatif untuk masyarakat mengkonsumsi kreasi minuman tanpa kandungan alkohol.

Pada data selanjutnya, penulis mengumpulkan data dengan menggunakan sistem *open question* atau dapat disebut juga pertanyaan terbuka yang dapat diisi oleh *responses* sesuai dengan jawaban yang ingin diberikan. Pada pernyataan pertama, dengan pertanyaan apa pendapat anda tentang industri *food and beverage* di kota Cirebon? dengan pengumpulan data yang diambil oleh penulis kepada masyarakat kota Cirebon dengan kisaran usia 20-30 tahun, ada banyak pendapat yang di sampaikan oleh *responses* pada pertanyaan tersebut.

Pada pertanyaan kedua, yang penulis buat untuk pengumpulan data. Dengan pertanyaan, apa yang membuat anda bosan ketika mengunjungi sebuah café? Sebagian besar *responses* memberikan pendapat bahwa yang membuat bosan ketika

mengunjungi sebuah café adalah kurang inovatif pada menu, konsep, dan suasana yang dibuat oleh café yang dikunjungi.

Dibangun berdekatan dengan beberapa bisnis kuliner yang hadir lebih dulu menyebabkan persaingan bisnis kuliner semakin ketat. Hal itu dapat menjadi tantangan tersendiri bagi D'forty dalam mengembangkan bisnisnya.

Tabel 1.1 Omset rata - rata perbulan Cafe dan Resto di kota Cirebon

No Nama Rata-Rata Omset Dalam Sebulan :

1. Spesial Sambal Resto Rp. 180.000.000 – 300.000.000

2. D'forty Resto and Cafe Rp. 100.000.000 – 200.000.000

3. Cafe Rasa Sayang Rp. 80.000.000 – 200.000.000

4. Ola – Ola Cafe Rp. 50.000.000 – 100.000.000

5. Merah Putih Cafe Rp. 70.000.000 – 180.000.000

Dari tabel data di atas dapat diketahui bahwa D'forty memiliki beberapa kompetitor yang cukup kuat sehingga, membuat D'forty harus lebih pintar dan cerdas dalam membuat strategi promosi agar langsung menasar ke target sasaran. Maka dari itu diperlukanya strategi promosi yang inovatif agar tidak tertinggal oleh restoran lainnya.

Dengan demikian, hal ini dapat menjadi sebuah kesempatan yang besar untuk membuat sebuah perencanaan usaha dalam bidang *Food and Beverage* dengan memberikan pengalaman berbeda dengan tempat lain dengan menu, konsep, dan suasana yang dibuat.

Dengan berjalannya waktu, kota Cirebon berkembang dan menjadi target

wisata oleh wisatawan asing dan mancanegara untuk berlibur di akhir pekan dan juga berkuliner di kota Cirebon, melihat hal itu bisa menjadi kesempatan dan peluang besar untuk membuat sebuah bisnis dalam bidang Food and Beverages. Perkembangan bisnis minuman di kota Cirebon saat ini sedang berkembang sangat pesat.

Hal ini dapat dilihat dari banyaknya kedai, Café, Coffee Shop yang bermunculan dikarenakan menongkrong sudah menjadi *lifestyle* masyarakat Cirebon dari semua kalangan umur. Dengan tempat yang menyediakan konsep dan desain yang membuat orang tertarik dan nyaman untuk berdiskusi dan melakukan kegiatan ditempat tersebut. Oleh karena itu, pada zaman sekarang manusia memiliki *lifestyle* tersebut.

Oleh karena itu, penulis dalam kesempatan ini ingin membuat sebuah perencanaan bisnis sebuah rumah mocktail menggunakan bahan tradisional di kota Cirebon, Jawa Barat. Dengan tujuan menyajikan pengalaman baru dengan

mengadopsi konsep tradisional yang memiliki hubungan erat dengan sejarah dan budaya di kota Cirebon.

Tujuan lainnya adalah untuk menyajikan minuman tradisional khas dari Indonesia dengan diberi sebuah inovasi agar masyarakat Cirebon dapat merasakan kembali cita rasa minuman tradisional dengan pengalaman berbeda. Inovasi yang diangkat oleh penulis adalah mengangkat metode baru seperti menggunakan *inject soda*, *cream maker*, *teknik infused* dan lain-lain.

Berusaha mewarisi budaya dan sejarah Lokal dengan mengadaptasi perkembangan jaman yang sekarang terjadi. Yossawat (2012) Konsep Homey bisa menjadi alternatif anda dalam mendesain interior kafe, tampilan yang seperti di rumah sendiri akan membuat suasana yang nyaman untuk tempat berkumpul Bersama-sama teman dan orang terkasih.

Dengan konsep Homey yang diambil dengan harapan dapat membuat pengunjung nyaman dan mendapatkan pengalaman baru, dan juga juga berharap dapat terus diingat oleh pengunjung sehingga datang kembali. Dengan latar belakang konsep mocktail house serta data hasil kuesioner yang telah penulis sebariskan, dan juga teori yang mendasari pada penyusunan tugas akhir dengan bentuk perencanaan bisnis berjudul **“PERENCANAAN BISNIS MOCKTAIL HOUSE BERBAHAN TRADISIONAL DI KOTA CIREBON”**.

B. GAMBARAN UMUM BISNIS

a. Deskripsi Bisnis

Pada kesempatan ini, penulis membuat perencanaan bisnis mocktail house berbahan tradisional dikota Cirebon. Mocktail house adalah konsep sebuah tempat menjual minuman mocktail dengan suasana *homey*. Bambang Wibowo (2018) Homey merupakan kata lain dari komelike, yang berarti suasana rumah yang terasa nyaman bagi para pengunjungnya dengan kata lain bahwa definisi homey adalah suasana nyaman yang terasa seperti dirumah sendiri.

Pada perencanaan ini akan Menjual mocktail Menggunakan bahan tradisional yang memiliki manfaat untuk tubuh manusia dan cita rasa yang khas dan juga memperkenalkan bahan-bahan tradisional Indonesia kepada masyarakat di kota Cirebon, dan dikemas dengan baik agar dapat di konsumsi dan disukai oleh anak muda di kota Cirebon.

b. Deskripsi logo dan nama

Pada sebuah perencanaan bisnis atau usaha, ada banyak aspek yang harus diperhatikan agar dapat optimal dalam menjalankan bisnis yang dibuat. Nama dan logo adalah salah satu aspek penting yang harus di perhatikan, karena nama dan logo adalah identitas dari sebuahbisnis atau usaha. Menurut David E. Carter (1986) 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 trademark identitas suatu badan usaha dan merupakan ciri khas perusahaan. Logo dapat menggunakan banyak elemen seperti tulisan, logo gram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain.

Berdasarkan teori yang penulis dapat, penulis akan membuat perencanaan bisnis mocktail house dengan nama *Nuraga Mocktail House*. Pada nama ini diambil dari kata *Nuraga* yang memiliki arti simpati atau berbagi rasa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Pada suatu usaha atau bisnis, logo adalah suatu identitas yang harus di buat untuk menggambarkan sebuah usaha yang didirikan. Logo dapat menentukan identitas dan juga entitas kepada tamu atau pengunjung. Logo juga memiliki tujuan untuk memberikan keunikan pada sebuah bisnis yang membedakan bisnis tersebut dengan bisnis lain atau pesaing. Berikut mengenai logo dari café *Nuraga Mocktail House* :



Gambar 1. 1
Logo Nuraga Mocktail House

Sumber : Olahan Penulis, 2022.

Pada gambar 1.1, Penulis membuat sebuah Logo untuk perencanaan usaha Nuraga Mocktail House. Pada Logo tersebut, didominasi oleh warna coklat dengan nuansa nusantara. Sulasmi Darma Prawira (1989) warna termasuk salah satu unsur keindahan dalam seni dan desain selain unsur-unsur visual yang lain. Pengambilan warna coklat yang mendominasi pada logo tersebut, karena warna coklat adalah warna bumi yang memberikan kesan nyaman, hangat dan aman. Oleh karena itu, penulis membuat log

dengan dominasi warna coklat untuk melambangkan bahwa harapan penulis untuk perencanaan usaha yang dibuat dapat memberikan kenyamanan untuk pengunjung dan juga memberikan kehangatan dengan produk yang ditawarkan kepada pengunjung.

Pada Logo yang dibuat oleh Penulis, menggunakan gambar gapura. Sebagaimana yang dikatakan oleh KBBI, Gapura memiliki makna pintu besar untuk masuk pekarangan rumah (jalan, taman, dan sebagainya) dan Gapura juga memiliki makna sebagai tanda atau pernyataan hormat (untuk menghormati tamu, peristiwa penting dan sebagainya). Oleh karena itu, penulis membuat logo menggunakan ikon gapura dengan corak batik dengan tambahan kiasan keberagamanseni nusantara Indonesia. Pada ikon gapura tersebut menggambarkan keberagaman seni dan budaya Indonesia yang diangkat kedalam konsep perencanaan usaha yang penulis buat.

c. Identitas Bisnis

Perencanaan usaha atau bisnis yang akan penulis buat berlokasi pada Jl.Sukasari No.57, Sukapura, Kec. Kejaksan, Kota Cirebon, Jawa Barat 45122. Pemilihan lokasi yang diambil oleh penulis untuk perencanaan bisnis ini dikarenakan memiliki lokasi strategis, berada di tengah kota Cirebon yang berdekatan dengan mall, hotel, dan tersedianya infrastruktur yang baik didaerah tersebut memudahkan

pelanggan untuk berkunjung ke Mocktail House yang ingin penulis dirikan.



Gambar 1. 2
Perencanaan Nuraga Mocktail House

Sumber : *Google Maps, 2022.*

C. VISI DAN MISI

Pada perencanaan bisnis visi dan misi adalah syarat wajib yang harus dibuat. Setiap perusahaan akan memiliki visi dan misi yang dapat membangun

perusahaannya dan terus berkembang. Pada setiap perusahaan memiliki visi dan misi yang berbeda dengan tujuan yang berbeda untuk tujuan yang akan dicapai oleh setiap perusahaan atau bisnis.

Indrakalaresa (2007) Visi adalah suatu bentuk pencerminan dari beberapa keyakinan dan asumsi dari semua pihak yang terlibat dalam suatu perusahaan atau organisasi mengenai masalah masalah ilmu, kemanusiaan, politik, ekonomi, budaya, dan etika. Untuk misi adalah rangkaian kalimat dengan tujuan dan alasan eksistensi sebuah organisasi, yang berisi penyediaan oleh perusahaan untuk masyarakat.

Visi :

Menjual beragam minuman berbahan tradisional dengan konsep homey di Kota Cirebon.

Misi :

- Menjual produk minuman dengan bahan tradisional dari Indonesia, yang memiliki manfaat dan cita rasa yang luar biasa.
- Melakukan promosi tentang mocktail dan manfaat dari bahan tradisional Indonesia.
- Memberikan pelayanan dan pengalaman terbaik untuk masyarakat kota Cirebon dari setiap produk minuman yang di tawarkan.
- Menjadikan tempat usaha yang konsisten dengan bahan tradisional khas Indonesia dan konsep *homey*

D. SWOT Analysis

Analisis SWOT adalah salah satu Teknik untuk perencanaan usaha yang memiliki manfaat untuk mengevaluasi sebuah perencanaan usaha. SWOT memiliki arti *Strength, Weakness, Opportunities, Threats*. Metode analisis ini memiliki arti kekuatan, kelemahan untuk *internal* dan juga kesempatan dan ancaman dari luar bidang bisnis atau *external*.

- *Strength*

Kelebihan atau kekuatan pada usaha ini :

1. Menjual konsep dan produk yang unik di kota Cirebon.
2. Memperkenalkan minuman dengan bahan tradisional khas Indonesia. dengan harga yang terjangkau.
3. Memiliki tempat yang nyaman untuk tamu.
4. Menjual produk yang dapat dikonsumsi oleh semua orang.

- *Weakness*

Kekurangan pada usaha ini :

1. Perencanaan bisnis ini baru dan belum ditemui di Kota Cirebon sehingga masih sedikit orang yang mengenal produk atau konsep ini.
2. Menjual produk minuman mocktail dengan bahan dasar tradisional Indonesia sehingga belum memiliki peminat tetap

- *Opportunity*

Peluang pada usaha ini :

1. Belum ada jenis usaha dengan produk dan konsep yang sejenis, sehingga persaingan untuk perencanaan usaha ini tidak terlalu ketat.
2. Belum banyaknya usaha Food and Beverage di kota Cirebon, sehingga masih besar peluang untuk memperkenalkan produk dan konsep usaha ini.
3. Menjadi solusi bagi masyarakat yang ingin menikmati minuman dengan manfaat yang baik untuk tubuh.

- *Threats*

Ancaman yang akan ada :

1. Produk dan konsep yang dapat atau mudah ditiru.
2. Harga bahan baku yang tidak stabil dari supplier

Tabel 1. 6
SWOT Analisis

	STRENGTH	WEAKNESS
	<p>1. Menjual konsep dan produk yang unik di kota Cirebon</p> <p>2. Memperkenalkan minuman dengan bahan tradisional khas Indonesia dengan harga yang terjangkau</p>	<p>1. Perencanaan bisnis ini baru dan belum ditemui di Kota Cirebon sehingga masih sedikit orang yang mengenal produk atau konsep ini.</p> <p>2. Menjual produk minuman mocktail dengan bahan dasar tradisional Indonesia sehingga belum memiliki peminat tetap.</p>
OPPORTUNITY	ANALISA S/O	ANALISA O/W
<p>1. Belum ada jenis usaha dengan produk dan konsep yang sejenis, sehingga persaingan untuk perencanaan usaha ini tidak terlalu ketat.</p> <p>2. Belum banyaknya usaha Food and Beverage di kota Cirebon, sehingga masih besar peluang untuk memperkenalkan produk dan konsep usaha ini.</p>	<p>1. Melakukan promosi dengan maksimal dan mengoptimalkan dengan produk yang unik dan pesaing disekitar lokasi yang rendah.</p>	<p>1. Membuat iklan yang menarik tentang produk dan konsep yang dijual</p> <p>2. Melakukan observasi kepada pesaing dan usaha serupa</p>
THREATS	ANALISA S/T	ANALISA T/W
<p>1. Menjual produk dan konsep yang dapat atau mudah ditiru.</p>	<p>1. Mempresentasikan ciri khas kota Cirebon pada konsep yang diberikan.</p> <p>2. Produk yang di patenkan</p>	<p>1. Memperhatikan konsumen dan pasar dan memperkenalkan produk dan konsep dengan baik</p>

Sumber: Olahan Penulis 202

E. SPESIFIKASI PRODUK

Dalam melakukan perencanaan suatu usaha dalam industri food and beverage, produk adalah yang akan dijual untuk disajikan kepada pengunjung atau tamu. Mulyadi (Musa, 2016) menyatakan bahwa penjualan adalah suatu kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, secara tunai ataupun kredit”.

Pada teori tersebut, penulis menyimpulkan bahwa pada sebuah usaha atau bisnis harus menyediakan produk atau jasa yang akan dijual kepada pengunjung atau tamu untuk memenuhi kebutuhan pengunjung atau tamu dengan menyesuaikan harga jual agar pengunjung dan penjual mendapatkan keuntungan.

Untuk penyediaan produk yang akan dijual pada perencanaan bisnis, Nuraga *mocktail house* menawarkan beragam varian minuman *mocktail* dan juga makanan ringan untuk dinikmati pengunjung atau tamu. Minuman yang dijual merupakan varian minuman *mocktail non-alcoholic* yang menggunakan bahan tradisional, dan untuk makanan ringan atau camilan khas Indonesia yang disajikan seperti serabi, risoles, kue putu.

Tabel 1. 7
Menu Makanan dan Minuman Nuraga Mocktail House

No.	Nama	Deskripsi	Gambar
1	Lemongrass Punch Flash Red Sunny Breeze Sparkling secang Jade island	Refreshing Mocktail Bahan-bahan: <ul style="list-style-type: none"> • Sereh • Kayu secang • Kunyit • Daun jeruk • Carica • Jeruk purut Markisa • Asam jawa Gelas yang digunakan: Cocktail Glass Kisaran Harga: Rp.20,000-25,000	
2	Virgin Violette Subeng Hijau Dark Melted White Blow Aromatic Ginger	Creamy Sweet Mocktail Bahan-bahan: <ul style="list-style-type: none"> • Sawo Duren • Pandan • Kayu manis • Biji wijen • Jahe • Kapulaga • Kencur • Bunga lawing Gelas yang digunakan: Old Fashioned Glass Kisaran Harga: Rp.20,000-25,000	
3	Surabi Smoke Beef Risoles Mozarella	Camilan asin Bahan-bahan: <ul style="list-style-type: none"> • Surabi polos • Smoke beef • Jamur Kancing • Risoles Mayo • Keju Mozarella Piring yang digunakan: Dessert Plate Kisaran Harga: Rp.10,000-15,000	

Tabel 1. 8 (LANJUTAN)

Menu Makanan dan Minuman Nuraga Mocktail House

4	Surabi Salted Caramel Putu Mayang Klepon Mandja	Camilan Manis Bahan-bahan: <ul style="list-style-type: none">• Surabi Polos• Saus Salted Caramel• Kue Putu• Gula Aren• Klepon kelapa• Saus keju Piring yang digunakan: Dessert Plate Kisaran Harga: Rp.10,000-15,000	
---	---	--	---

Sumber: Dokumentasi Penulis 2022.

Pada Table diatas terdapat 10 menu minuman Mocktail yang mengangkat bahan tradisional. Dengan tambahan camilan atau makanan ringan khas Indonesia sebanyak 5 menu. Pada table diatas, penulis mengambil beberapa gambar dari beberapa sumber untuk menjadi sebuah gambaran dasar yang mendekati dengan produk yang ingin penulis jual pada perencanaan bisnis Nuraga Mocktail House di kota Cirebon. Setelah itu penulis memasukan bahan-bahan dasar sebagian besar yang ingin digunakan dalam produk yang ingin dijual, dengan menggunakan bahan dasar tradisional dari Indonesia. Selain itu, penulis memberikan kisaran harga produk yang akan dijual sesuai dengan pengambilan data kuesioner yang sudah penulis kumpulkan. Dengan demikian para pengunjung atau tamu dapat menikmati mocktail Indonesia dengan ditemani camilan atau makanan khas dari Indonesia.

F. JENIS/BADAN USAHA

Berdasarkan UU Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan, pengertian perusahaan adalah badan usaha yang didirikan dan beroperasi di wilayah Negara kesatuan Republik Indonesia (NKRI) dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Pada perkembangan perusahaan di Indonesia, ada yang sudah terdaftar pada pemerintah memiliki badan usaha dan ada yang tidak terdaftar. Pada badan usaha memiliki fungsi sebagai pertumbuhan perekonomian di Indonesia melalui penyediaan tenaga kerja dan ketersediaan barang ataupun jasa.

Pada perencanaan bisnis Nuraga Mocktail House, jenis badan usaha yang akan dijalankan oleh penulis adalah perseorangan. Perusahaan perseorangan dapat disebut juga sole trader atau sole proprietorship yang memiliki arti suatu bentuk perusahaan yang memiliki struktur paling sederhana dan hanya dimiliki oleh satu orang atau pemilik tunggal. menurut Murti Sumarai, Jhon Suprianto (2003) Perusahaan Perseorangan adalah perusahaan yang dimiliki, dikelola, dan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab penuh terhadap semua resiko dan aktivitas perusahaan. Pada pengelompokan Perusahaan Perseorangan berdasarkan skala terdapatdua, yaitu dengan skala besar berbentuk Badan Usaha Milik Swasta (BUMS)

sedangkan pdengan sekala yang lebih kecil disebut dengan Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Ciri-ciri pada perusahaan perseorangan:

- Sebuah perusahaan dengan kepemilikan individu atau keluarga
- Pada proses pendirian dan pengesahan yang mudah
- Skala modal yang tidak terlalu besar dan melibatkan uang atau harta pribadi
- Tugas dan tanggung jawab perusahaan yang tidak terbatas
- Memiliki jumlah tenaga kerja atau sdm yang sedikit

Pada aspek jenis atau badan usaha, dapat diambil kesimpulan Nuraga Mocktail House menggunakan jenis badan usaha Perusahaan Perseorangan. Dengan dilihat dari skala bisnis yang akan dibuat, aspek modal, dan lokasi usaha yang diambil. Namun dengan berjalannya waktu, Nuraga MocktailHouse akan terus berkembang dan akan menjadi bisnis yang diminati oleh masyarakat.

G. ASPEK LEGALITAS

Aspek legalitas pada suatu perusahaan adalah salah satu unsur terpenting, karena dengan legalitas suatu usaha menunjukkan jati diri yang mengesahkan dan juga melegalkan suatu badan usaha dengan diakui oleh masyarakat. Dapat dikatakan, legalitas suatu perusahaan harus sah

berdasarkan undang-undang dan juga peraturan. Sehingga suatu perusahaan dilindungi dan berada di bawah payung dengan berbagai pedoman dokumen, dan juga sah di mata pemerintah. Dalam aspek legalitas suatu perusahaan atau bisnis, ada beberapa bentuk legalitas yang melegalkan suatu usaha yaitu:

- Nama Perusahaan
- Merek
- Surat Izin Usaha Perdagangan
- Izin Usaha

Dengan demikian, dengan adanya aspek legalitas usaha pada sebuah usaha yang harus memiliki beberapa dokumen penting. Sehingga dapat mendirikan sebuah usaha dan dapat beroperasi dengan lancar. Namun pada lokasi usaha yang dipilih oleh Nuraga Mocktail House yang dimiliki oleh keluarga, oleh karena itu tidak memerlukan dokumen yang lainnya. Hanya saja dengan izin lokasi usaha dan izin warga sekitar