

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia mempunyai serba-serbi cita rasa kuliner yang tersebar dari seluruh daerah (Ningtyas, 2011). Kuliner merupakan hasil olahan yang berupa masakan berbentuk lauk pauk, makanan, ataupun minuman. *Culinary* atau serapan bahasa inggris dari kuliner yang berarti berkaitan dengan memasak. Kuliner tidak jauh dari aktivitas masak-memasak yang erat hubungannya dengan hidangan makanan sehari-hari (Kanal Informasi, 2015).

Noor (2021) mengatakan, pesatnya perkembangan kuliner di Indonesia disertai adanya media sosial.

Kudapan Indonesia yang diperjualbelikan di pasar, khususnya pasar-pasar tradisional ialah jajanan pasar. Dalam arti lain yaitu kue dengan berbagai jenis yang diperdagangkan di pasar tradisional. Sejumlah alasan jajanan pasar masih tetap diminati, antara lain beraneka ragamnya pilihan yang disediakan juga rasa yang lezat dengan harga yang relatif ekonomis (Sora, 2015).

Menurut Huda (2018), nemun sekarang sudah beranjak menjadi hidangan yang bisa ditemui di pusat perbelanjaan masa kini. Kudapan pasar yang terdapat di Indonesia mewujudkan ciri khas tradisi beraneka ragam, baik berwujud kudapan kering ataupun kudapan basah berikut modifikasinya. Bersama perkembangannya, jajanan pasar saat ini menjadi populer. Hidangan ini sudah menjamah luas, di tepi-tepi jalan, di pasar itu sendiri juga terlebih sampai ke gerai-gerai swalayan.

Haryanto (2015) memaparkan, camilan pasar dapat ditampilkan menjadi lebih “kekinian”. Akan tetapi terdapat syarat dalam memodifikasi jajanan pasar, salah satunya kesan tradisional makanan tak boleh hilang. Supaya kesan tradisional tersebut tetap ada, semestinya modifikasi jangan dilakukan pada seluruh aspek.

Kudapan menjadi salah satu jajanan kaki lima kesukaan masyarakat di Indonesia. Salah satunya yang begitu digemari adalah risoles. Jajanan ini menjadi favoritnya orang Belanda, dan ada di Eropa sejak abad ke 13. Setelah itu Indonesia mulai meniru resep risoles, juga akhirnya sajian tersebut menjadi favorit dan banyak didagangkan di pasar Indonesia (Prasetyaningrum, 2021).

Pada mulanya kudapan ini dibuat di Prancis, diberi nama yang berasal dari bahasa latin “Russeolus” dengan arti “kemerahan”. Dalam sebutan kuliner Prancis, kata rissole mempunyai arti “menjadikan coklat”. Sebuah rissole mesti dibungkus dengan kulit pastry atau sejenisnya, diisi dengan daging cincang, ragout, sampai sayuran dan telur. Umumnya digoreng, tetapi sewaktu-waktu dipanggang dalam oven (Rohmitriasih. 2022).

Prasetyo, Istiadi, dan Marisa (2021) mengungkapkan, pendistribusian ataupun penjualan barang merupakan nyawa bagi seluruh *industry* perdagangan. Aktivitas distribusi merupakan aktivitas penyaluran produk barang maupun jasa yang dilaksanakan dari produsen kepada konsumen dengan maksud menyebarkan. Dalam membantu mendistribusikan produk, maka diperlukan suatu tempat untuk menjualnya.

Melansir dari laman creohouse (2017), umumnya *booth* merupakan sebuah *stage* kecil yang menjadi ajang promosi untuk barang ataupun jasa sampai *branding* suatu

perusahaan dimana bermacam aksesoris sebagai pelengkap. Biasanya booth ditampilkan di *exhibition* atau pameran, tapi untuk saat ini *booth* juga bisa dipakai dalam berbisnis seperti *food booth* atau pojok makanan.

Pojok makanan melahirkan sebuah daya tarik pelanggan dalam berbelanja suatu barang, baik makanan atau hidangan. Ke higienisan dan menariknya tempat berdagang yang *eye-catching* akan membuat pelanggan maupun calon pelanggan tergiring. Dalam bidang advertensi produk, booth banyak sekali manfaatnya. *Booth* yang diketahui sebagai gerobak modern karena ke-eksklusifan bentuk yang banyak sekali desain di dalamnya. Gerobak modern ini mewujudkan *brand awareness* kepada pelanggannya bahwa produk ini tak lagi menjadi jajanan pinggir jalan, namun sudah merupakan makanan tradisional setara dengan hidangan masa kini (Anam, Wida R, 2017).

Seperti yang dipaparkan oleh [mediaindonesia.com](http://mediaindonesia.com), para pelaku usaha di bidang kuliner dituntut untuk terus berinovasi pada produknya, produk yang unik pasti mempunyai *value* dan peluang yang lebih besar untuk dilirik. (Fernandez, 2016) dengan keunggulan dalam tampilan, kepraktisan, dan proses pengolahan yang unik membuat makanan modern menjadi tren masa kini. Makanan praktis dengan tampilan, rasa, penyajian, dan tempat berjualan yang modern kini banyak dicati dan diminati oleh masyarakat.

Dari pernyataan diatas, kalimat tersebut merupakan elemen dari teori *Value Proposition Canvas* yang disebut "*Gain*". [Sis.binus.ac.id](http://Sis.binus.ac.id) (2020) memaparkan, "*gains* merupakan manfaat yang diharapkan atau yang menjadi keinginan dari konsumen."

Kuliner pinggir jalan kerap menjadi opsi jajanan yang ekonomis dan banyak macam serta mudah ditemukan di penjuru-penjuru kota, hampir tiap hari jajanan kaki lima bisa didapatkan mulai pagi hari, siang hari, sampai malam hari (Pramono, 2021).

Selaku kota mandiri, kota Garut dengan kawasan pemukiman yang luas, sentral jajanan merupakan suatu keharusan. Kehadiran wisata kuliner sederhana bagi masyarakat menjadi sesuatu yang esensial. Terlebih di daerah yang sebagian besar adalah pekerja kantoran juga biasanya tidak punya banyak waktu untuk mengolah makanan sehingga mereka cenderung memilih untuk membeli makanan siap santap (matang) saat mereka pulang kerja (Firzandy, 2017).

Meilani dan Florentina (2015) mengatakan, kesibukan menjadi faktor yang membuat masyarakat cenderung memilih alternatif makanan yang gampang dan tidak banyak membuang banyak waktu untuk mengolah dan menyajikan.

Berdasarkan hasil riset penulis yang merupakan penduduk asli Garut, mulai berkembangnya *lifestyle* pada masyarakat yang menjadikan masyarakat Garut tertarik akan makanan cepat saji, serta tingginya pula minat masyarakat Garut terhadap jajanan pasar atau jajanan kaki lima yang memiliki rasa asin dan gurih. Terlihat dari para pelaku usaha kuliner di Garut yang “*viral*” yaitu cenderung makanan yang asin dan gurih. Begitu juga atas berkembangnya wisata kuliner malam yang berlokasi di Lapangan Sarana Olahraga Kerkhof Kecamatan Tarogong Kidul Garut dimana hampir 80% menjual makanan yang memiliki rasa asin. Namun, masih jarangunya jajanan pasar yang dimodifikasi menjadi modern dengan tujuan mempertahankan jajanan pasar akan tetapi dari penampilan, rasa, penyajian, dan tempat berjualan menjadi lebih modern, padahal jajanan pasar sampai sekarang masih sangat diminati oleh masyarakat.

Maka dari itu berdasarkan paparan latar belakang diatas, penulis berencana membuat sebuah perencanaan bisnis yang berjudul **“PERENCANAAN BISNIS FOOD BOOTH “RISOULES” DI KOTA GARUT”**.

## **1.2 Gambaran Umum Bisnis**

Pengertian bisnis ialah suatu wadah yang menjual produk ataupun layanan pada pelanggan untuk memperoleh keuntungan (Kamaluddin, 2017). Menurut para ahli dalam buku yang berjudul Administrasi Bisnis (2017: 7), Peterson dan Plowman mengemukakan penjelasan bisnis yaitu serangkaian aktivitas yang berkaitan dengan pembelian atau penjualan produk dan layanan yang dilakukan secara berulang.

Merujuk pada pendapat para ahli diatas, penulis membuka bisnis makanan risoles diberi nama Risoules dengan tujuan untuk melestarikan dan mengembangkan jajanan pasar dengan menambahkan cita rasa yang modern agar tidak bosan dan jajanan pasar tetap ada.

Bisnis makanan ini berkonsep *street food* dengan media penjualan menggunakan *booth/gerobak* modern/pojok makanan yang saat ini menjadi tren karena keeksklusifan desainnya yang *eye-catching* dan fleksibel atau mudah dipindahkan dan penyajian *a la minute* agar rasa dan kualitas produk tetap terjaga.

Kemudian ada pula jam operasional Food Booth RISOULES yaitu dari pukul 10.00 pagi hingga pukul 19.00 malam hari. Berlokasi di Jl. Cimanuk, No. 167, Kelurahan Haurpanggung, Kecamatan Tarogong Kidul, Kabupaten Garut, Jawa Barat, 44151.

### 1.2.1 Deskripsi Bisnis

Risoules menjual produk makanan cepat saji yang *simple* dan mengenyangkan, tidak hanya menjual produk makanan matang (siap santap), tetapi para pelanggan bisa juga mendapatkan produk berbentuk *frozen* untuk stok camilan atau makanan alternatif yang cepat disajikan di rumah. Dibuatnya cita rasa baru, konsumen akan mendapatkan rasa yang tidak biasa seperti risoles pada umumnya. Dari segi penampilan (bentuk), Risoules tidak mengubahnya sama sekali, akan tetapi dalam segi rasa (isian) Risoules membuat 4 rasa yang berbeda, pertama yaitu isi *smoked beef mayonnaise egg and cheese*, kedua isi *grilled chicken dan creamy mushroom*, ketiga isi *fish curry*, dan keempat isi *dark chocolate banana and s'mores*, ketiganya memiliki tekstur renyah diluar dan lumer di dalam.

Dengan keunggulan tampilan, kepraktisan, proses pengolahan, dan sistem penjualan yang modern, para pelanggan tidak hanya bisa membeli langsung ke tempat, tetapi pelanggan bisa memesan *online* dan menggunakan layanan pesan antar juga.

### 1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama

Dikemukakan oleh Sularko (2008), meskipun logo tidak secara langsung “menjual” akan tetapi logo bisa menjadi tanda atau identitas dalam media komunikasi pemasaran yang begitu menentukan opsi pelanggan atas produk yang akan mereka gunakan.

**Gambar 1.**  
**Logo RISOULES**



Sumber: Desain Penulis (2022)

Pemilihan nama produk yang sederhana dan tidak jauh dari nama aslinya agar tetap mudah diingat dan disebutkan. RI[SOUL]ES dengan kata “Soul” di tengah kata yang berarti jiwa, karena merupakan produk yang dibuat dengan sepenuh jiwa dan selalu berusaha memenuhi ekspektasi para pelanggan demi kepuasannya sendiri.

1. Alasan dipilihnya bentuk lingkaran yaitu karena lingkaran tidak memiliki sudut atau akhir, yang berarti ada sebuah harapan akan usaha ini berjalan dan berkembang tidak ada akhirnya.
2. *Background* logo berwarna putih yang memiliki makna kesederhanaan, sama seperti produk yang dibuat merupakan jajanan yang sederhana.
3. Pemberian beberapa gambar animasi yang merupakan gambar komponen dari isian Risoules itu sendiri, berfungsi untuk memberi warna sedikit mencolok agar logo menjadi *eye-catching*.

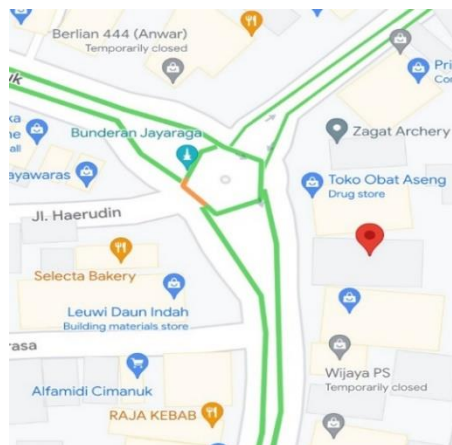
4. Tulisan berwarna putih dengan *border* coklat muda yang memberi kesan *simple* dan *aesthetic*.
5. Pemilihan *font* Futura-CondenseExtraBold yang merupakan *font* tegak lurus dan tebal agar terlihat rapi dan jelas dibaca oleh banyak orang.
6. Memiliki tekstur renyah di luar dan meleleh di dalam, maka dari itu diberikannya *tagline* “Crunch Outside Melt Inside” dengan *font* IowanOldStyle-Italic yang miring karena *tagline* tersebut merupakan Bahasa asing.

### 1.2.3 Identitas Bisnis

Suatu aspek yang sangat penting untuk dipenuhi dalam bisnis ialah identitas. Perencanaan usaha Food Booth Risoules berlokasi di Jl. Cimanuk, No. 167, Kelurahan Haurpanggung, Kecamatan Tarogong Kidul, Kabupaten Garut, Jawa Barat. 44151. No. Telepon: 082127522096.

#### *Gambar 2.*

#### *Lokasi Penjualan*



Sumber: Google Maps



Penulis memilih lokasi tersebut karena lokasi tersebut merupakan lahan milih pribadi yang berbentuk ruko dan berada di pusat perkotaan yang ramai penduduk, serta pusat pertokoan atau perbelanjaan dan tidak jauh dari pusat perkantoran, sehingga konsumen tidak kesulitan untuk mendapatkan produk tersebut karena memiliki akses yang mudah dilewati. Maka dari itu peluang yang cukup besar bagi Risoules untuk mendapatkan pelanggan.

### **1.3 Visi dan Misi**

#### **Visi**

Menjadikan Risoules sebagai bisnis penyedia jajanan pasar dengan rasa baru dan penyajian modern di Kota Garut.

#### **Misi**

- Mengembangkan jajanan pasar menjadi produk yang lebih modern dari segi rasa, tampilan, dan penjualan.
- Mengembangkan produk camilan yang cocok untuk dikonsumsi dari mulai anak-anak hingga orang dewasa.
- Membuat alternatif rasa dari jajanan pasar yang tidak biasa.

### **1.4 Analisis SWOT**

Suatu cara dalam menaksir sebuah kondisi disebut dengan analisis SWOT atau *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Cara ini dirasa cukup ampuh dalam mengidentifikasi produk secara global dari banyak sisi (Calvalie, Warjoyo, Harjani, 2021).

#### **1.4.1 Strength**

Kekuatan dari perencanaan bisnis Food Booth “Risoules” adalah jajanan pasar yang memiliki keunikan dari varian rasanya yang kekinian dan jarang ditemukan pada risoles biasanya di daerah Kota Garut. Keunikan yang kedua media penjualan yaitu *pop up booth* yang bersifat portable sehingga bisa berpindah tempat, misalnya jika ada suatu event kuliner Risoules bisa berjualan dengan *booth* sendiri.

#### **1.4.2 Weakness**

Kelemahan dari produk Risoules sendiri yaitu produk tidak bisa disimpan terlalu lama, ketahanan risol matang yaitu tidak lebih dari 6 jam sedangkan ketahanan risol mentah jika diluar ruangan yaitu tidak lebih dari 24 jam dan jika di dalam lemari es tidak lebih dari 7 hari karena Risoules sama sekali tidak menambahkan bahan pengawet. Produksi masih terbatas dan dalam skala kecil namun berkala agar setiap pelanggan selalu mendapatkan produk *fresh*.

#### **1.4.3 Opportunity**

Setelah dilakukannya riset di daerah sekitar, saat ini belum ada penjual risoles dengan media food booth di Kota Garut, dan produk Risoules banyak diminati masyarakat sekitar. Ini menjadi peluang untuk penulis agar mendapatkan daya jual yang tinggi.

#### **1.4.4 Threat**

Ketidak stabilan harga bahan baku pada saat ini menjadi suatu ancaman bagi Risoules karena akan mempengaruhi jumlah pemasukan dan pengeluaran yang berubah-ubah. Ancaman selanjutnya yaitu tersedianya risoles hampir di setiap toko kue di Garut Kota yang berjualan sudah lebih lama.

Berikut tabel analisis SWOT RISOULES dan merupakan hasil dari penulis melakukan riset.

**Tabel 1.**

**Matriks Analisa SWOT RISOULES**

<b>SW</b>          <b>OT</b>	<b>STRENGTH</b>  1. Pilihan menu memudahkan konsumen memilih berbagai rasa. 2. Satu-satunya risoles yang memiliki isian dengan rasa kekinian di Kota Garut	<b>WEAKNESS</b>  1. Produksi masih dalam skala kecil/terbatas. 2. Produk tidak bisa disimpan terlalu lama.
<b>OPPORTUNITY</b>  1. Produk diminati masyarakat. 2. Belum ada penjual risoles di Garut yang menjual menggunakan <i>pop-up booth</i> .	<b>Strategi S/O</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Variasi menu bisa disesuaikan dengan keinginan pasar.</li> <li>• Menjadi pionir usaha jajanan pasar (risoles) dengan rasa, dan penjualan dengan media <i>pop-up booth</i> yang modern.</li> </ul>	<b>Strategi W/O</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penyajian <i>a la minute</i> demi menjaga kualitas rasa.</li> <li>• Adanya sistem pre-order untuk pemesanan jumlah banyak agar kualitas tetap terjaga.</li> </ul>
<b>THREAT</b>  1. Tersedia risoles di berbagai toko kue. 2. Harga bahan baku tidak stabil.	<b>Strategi S/T</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menawarkan produk dengan menggunakan sistem <i>word of mouth marketing</i> saat dipasarkan.</li> <li>• Membuat kesepakatan harga dengan <i>supplier</i>.</li> </ul>	<b>Strategi W/T</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan kualitas SDM dan alat agar produksi optimal.</li> <li>• Menyediakan stok bahan baku dalam jumlah banyak.</li> </ul>

Sumber: Olahan Penulis (2022)

**Tabel 2. Bisnis Model Canvas RISOULES**

<p>Nama bisnis dan merek produk: RISOULES                  Deskripsi problem: Bagaimana kita mengakomodir keinginan warga Garut akan jajanan atau makanan alternatif yang sedang mengikuti tren kuliner.                  Deskripsi bisnis dan solusi yang ditawarkan: Jajanan pasar dengan modifikasi rasa kekinian dan menggunakan media jual food booth.</p>				
<p><b>Key Partners</b></p> <p>Model: Buyer-suppliers relation</p> <p>Motivation: Optimization dan economic</p> <p>Penjelasan singkat: Kerjasama mencari supplier untuk mendapatkan efisiensi harga pokok penjualan dengan standar kualitas yang sama.</p>	<p><b>Key Activities</b></p> <p>Model: Production</p> <p>Penjelasan singkat: Menjual jajanan pasar sebagai makanan alternatif sesuai dengan kebutuhan warga Garut dengan media jual pop-up booth yang modern.</p>	<p><b>Value Proposition</b></p> <p>Model: 1. Customization 2. Price</p> <p>Penjelasan singkat: Food booth jajanan pasar dengan modifikasi rasa dan penyajian cepat untuk warga Garut.</p>	<p><b>Customer Relationships</b></p> <p>Model: 1. Personal Assistance 2. Co-creation</p> <p>Penjelasan singkat: Melayani langsung pembeli yang berminat terhadap produk dan menyebarkan kuisioner untuk mengetahui kekurangan/kelebihan produk yang mempengaruhi ekspektasi dan minat pelanggan.</p>	<p><b>Customer Segments</b></p> <p>Model: Multi-sided platform</p> <p>Penjelasan singkat: Produk makanan menyesuaikan dengan tren dan keinginan warga garut, segala usia yang cenderung homogen (terkait selera dan lifestyle).</p>
<p><b>Key Resources</b></p> <p>Physical: Kepemilikan lahan (booth) dan peralatan.                  Human: SDM dengan skill memasak dan mengelola jual beli.                  Intellectual: Brand                  Financial: Dana untuk membeli booth dan marketing budget.</p>		<p><b>Channels</b></p> <p>Milik sendiri.                  Awareness channel: Sosmed (IG, WA, FB), spanduk, flyer.                  Evaluation channel: Sosmed (IG, WA, FB), menu, channel online marketplace.                  Purchasing channel: online market place, sosmed (IG, WA, FB).                  Delivery channel: Ojek online.                  After sales channel: Sosmed (WA, IG, FB)</p>		
<p><b>Cost Structure</b></p> <p>Model: Cost driven, economic of scale.                  Penjelasan singkat:                  Fixed cost: biaya pembangunan, peralatan, gaji karyawan.                  Variable cost: biaya perawatan, bahan baku, marketing, listrik.</p>		<p><b>Revenue Stream</b></p> <p>Streams model: Asset sale.                  Penjelasan singkat: Penjualan produk.</p>		

### 1.5 Spesifikasi Bisnis

Risoules merupakan sebuah pembaruan dalam usaha kuliner yang umumnya hanya satu ragam rasa, lain halnya dengan risoles satu ini, jajanan pasar yang di modifikasi rasabya. Ada berbagai macam rasa “kekinian” yang bisa konsumen dapatkan. Dijual dengan harga Rp. 30.000/pax (isi 5 pcs).

Terdapat 4 varian rasa, yaitu:

1. Risol smoked beef mayonnaise egg and cheese.
2. Risol grilled chicken with creamy mushroom
3. Risol fish curry.
4. Risol choco banana s'mores.

**Tabel 3.**

***Spesifikasi Produk RISOULES***

<b>Jenis Makanan</b>	<b>Nama Makanan</b>	<b>Komposisi</b>
Pelapis Risol	Kulit Risol	Terigu, air, telur, margarin, tepung tapioka, susu bubuk, garam.
Isian Risol	Smoked Beef Mayo	Smoked beef, mayonnaise, telur rebus, keju.
	Creamy Chicken Mushroom	Grilled chicken, jamur champignon, susu, tepung. Bawang Bombay, bawang putih, garam, lada bubuk.
	Fish Curry	Seared dory fillet, curry paste, wortel, kentang.
	Choco Banana S'mores	Dark chocolate, pisang, marshmallow.

Sumber: Olahan Penulis (2022)

Adapun 2 macam kemasan yang akan digunakan

**Gambar 3.**

***Kemasan RISOULES (matang) dine in/take away***



Sumber: Desain Olahan Penulis (2022)

**Gambar 4.**

***Kemasan RISOULES (mentah) Frozen***



Sumber: Desain Olahan Penulis (2022)

**Gambar 5.**  
**Contoh Desain Booth RISOULES**



Sumber: Desain Penulis (2022)

## 1.6 Jenis Badan Usaha

Moechtar (2016) mengatakan, badan usaha merupakan kesatuan hukum, teknis, dan ekonomi yang memiliki tujuan mencari keuntungan. Badan usaha tidak sama dengan perusahaan, perusahaan ialah tempat terjadinya aktivitas produksi dan distribusi dan dikelola oleh badan usaha.

Badan usaha “Risoules” merupakan UMKM yang dibuat oleh penulis dan memiliki beberapa pegawai untuk menjalankan usaha. “Risoules” merupakan UMKM yang memiliki tujuan untuk terus berinovasi dan berkembang sesuai dengan permintaan pasar, akan tetapi tidak akan keluar dari inti usaha jajanan pasar “Risoules” tersebut.



## 1.7 Aspek Legalitas

(Purnawan, Adillah, 2020) Unsur terpenting dalam suatu bisnis yaitu legalitas. Legalitas menjadi sebuah jati diri yang mengesahkan suatu badan usaha di dalam masyarakat. Dalam suatu bisnis, faktor legalitas merujuk kepada kepemilikan izin usaha yang dimiliki.

Setiap daerah mempunyai kebijakan sendiri-sendiri dan peraturan-peraturan sendiri di daerahnya yang mana pengusaha harus menyesuaikannya. Kebijakan tersebut terbagi menjadi dua sumber, yaitu masyarakat dan pemerintah.

Badan usaha yang akan didirikan sesuai dengan jenis badan hukum, jenis barang dagangan, dan kegiatan operasional merupakan faktor untuk mengetahui kelayakan rencana bisnis.

Maka dari itu penulis menyimpulkan, jenis badan hukum yang sesuai dengan badan usaha “Risoules” adalah Perseorangan. Bisnis “Risoules” didirikan oleh penulis sendiri. Makanan merupakan produk yang akan dijual oleh Risoules.