

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dari tahun ke tahun, bisnis di Indonesia semakin berkembang, terkhususnya di bisnis makanan dan minuman. Dikutip dari www.kominfo.go.id, Kementerian Perindustrian mencatat, kinerja industri / bisnis makanan dan minuman selama periode 2015 – 2022 rata – rata tumbuh 8.16% ini menjadi salah satu trend yang akan di manfaatkan sebagai awal dari perencanaan usaha *kafe* di Kota Cirebon. Ditambahnya terdapatnya trend mengenai ngafe. Sesuai dengan yang dikutip oleh www.mldspot.com, penulis menyimpulkan bahwa pada saat ini terdapat kalangan anak muda yang memiliki keinginan untuk datang ke sebuah kafe yang memiliki suasana santai dan lebih kondusif dibanding dengan kafe-kafe pada umumnya.

Bisnis merupakan organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud agar mendapatkan laba (Griffin dan Ebert, 2007: 4). Dari pengertian diatas penulis menyimpulkan bahwa bisnis bertujuan untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Sedangkan bisnis makanan dan minuman merupakan salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, karena selain menghasilkan pendapatan yang tinggi, makanan juga menjadi sumber kebutuhan pokok bagi setiap orang (Widjoyo, 2014). Dari definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa bisnis dalam bidang makanan dan minuman merupakan bisnis yang tidak akan mati.

Di era modern ini jenis usaha dalam bidang makanan dan minuman khususnya kafe banyak diminati, karena memiliki daya tarik tersendiri baik itu untuk para kalangan ekonomi menengah kebawah sampai menengah ke atas sehingga memiliki pangsa pasar yang luas.

Sejak zaman dahulu kafe sudah banyak dijumpai di Indonesia. Kafe merupakan tempat menjual minuman diantaranya kopi. Seiring berkembangnya waktu kopi sudah bukan minuman yang hanya dinikmati oleh orang dewasa saja, tetapi sudah menjadi sebuah gaya hidup bagi kaum muda. Fenomena ini akhirnya membuat para pelaku usaha menghadirkan kafe modern dengan desain yang kekinian dan tentunya unik. Lokasi yang akan dipilih oleh penulis sebagai tempat usaha yaitu kota Cirebon. Cirebon adalah salah satu kota yang berada di dalam kepulauan Jawa yang tepatnya berada di Provinsi Jawa Barat. Kota Cirebon berada dipesisir Utara pulau Jawa biasa dikenal juga dengan jalur pantura yang menghubungkan beberapa kota dengan berbeda Provinsi. Kota Cirebon memiliki jumlah penduduk sekitar 343.497 pada tahun 2021 menurut Wikipedia. Disamping itu pula permintaan pasar pun terus berkembang, berdasarkan analisis pasar terkait kafe di Kota Cirebon yang sudah penulis lakukan, penulis mendapatkan 52,3% dari 86 orang yang mengkonsumsi sering menghabiskan waktunya di kafe, sehingga penulis mengambil kesimpulan bahwa terdapat 52,3% masyarakat yang menghabiskan waktunya di sebuah kafe.

Aturan dalam pendirian café/coffee shop diatur didalam UU No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata Pasal 14 huruf e yaitu jasa makanan dan minuman. Tata cara pendirian diatur dalam peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata No. PM/87/HK.501/MKP/2010 tentang tata cara pendaftaran usaha jasa makanan dan minuman. Dalam peraturan UMKM di kota Cirebon, pelaku usaha wajib untuk menyampaikan data industry yang akurat, lengkap dan tepat melalui system *Online Single Submission Risk Based Approach* atau OSS RBA. Sementara usaha yang memiliki risiko rendah, Pemerintah Kota Cirebon hanya mewajibkan pelaku usaha melakukan pendaftaran dan selanjutnya akan mendapatkan Nomor Induk Berusaha

(NIB). UU Cipta Kerja menunjukkan keberpihakan pemerintah kepada pelaku UMKM sebagai penggerak sekaligus tulang punggung perekonomian Indonesia.

Untuk konsep usaha penulis sendiri memilih konsep usaha *Korean minimalis house cafe*. Konsep minimalis kafe ini sendiri sangat populer di negara Korea Selatan. Kafe yang menawarkan makanan dan minuman yang populer di Korea Selatan dan interior desain tempat yang simple dan menggunakan warna-warna yang cerah pastel agar konsumen dapat merasakan kenyamanan saat berkunjung ke kafe tersebut. Konsep minimalis berkaitan dengan elemen sederhana dan terbatas untuk efek dan kesan terbaik. Lebih jauh lagi, minimalis identik dengan kesederhanaan, fungsionalitas, dan kerapian, yang semuanya berjalan seiring dengan kemajuan teknologi.

Tabel 1.1

Data Kuisisioner

n = 86

No	Pertanyaan	Hasil dan Keterangan
1	Usia	Usia 17-20 : 23.5% Usia 20-25 : 22.4% Usia 25-30 : 38.8% Usia 30-35 : 10.6%
2	Profesi	Pelajar/mahasiswa : 44.6% Pekerja kantoran : 43.3% Ibu rumah tangga : 15.8%

3	Apakah anda suka menghabiskan waktu di sebuah kafe?	Ya : 55.3% Tidak : 38.4%
4	Apakah anda tertarik dengan kafe berkonsep <i>Korean Minimalist House Café</i> ?	Ya : 89.5% Tidak : 10.5%
5	Berapakah pengeluaran anda untuk membeli minuman di sebuah kafe?	20.000-25.000 : 42.5% 25.000-35.000 : 37.6% 40.000 ke atas : 15.3%
6	Produk minuman apa yang suka anda pesan?	Kopi : 18.8% Mocktail : 75.5%
7	Apakah anda tertarik dengan Toast Bread dengan topping yang beragam?	Ya : 88.4% Tidak : 10.5%

Sumber : Olahan Penulis (2022)

Dari tabel di atas dapat dilihat 89,5% dari 86 orang tertarik kafe berkonsep *Korean Minimalist House Cafe*. Hal ini pun sangat dapat menjadikan peluang usaha yang dapat dilaksanakan di Kota Cirebon terutama di bidang bisnis makanan dan minuman khususnya kafe dengan memfokuskan kepada penjualan makanan dan minuman yang populer di Korea Selatan.

Dengan ini penulis mempunyai harapan usaha kafe ini menjadi *trendsetter* bagi konsumen dan kafe-kafe lainnya di kota Cirebon dan sekitarnya. Berdasarkan paparan diatas, penulis tertarik untuk melakukan sebuah bisnis kafe sebagai bisnis dalam bidang makanan dan minuman. Penelitian ini akan diangkat oleh penulis untuk memenuhi tugas akhir dengan judul “*Perencanaan Bisnis Kafe Uri-Jib di Kota Cirebon*”

B. Gambaran Umum Usaha

1. Deskripsi Bisnis

Menurut Madura (2002:1) Rencana bisnis adalah dokumen yang menjelaskan bisnis Anda secara rinci, termasuk jenis pelanggan yang ingin Anda tarik, seperti apa persaingannya, dan fasilitas apa yang Anda perlukan untuk menjalankan bisnis Anda. Sedangkan pengertian bisnis adalah menurut Suryana (2003:95) Rencana bisnis adalah cetak biru tertulis yang berisi misi, proposal, operasi, dan strategi perusahaan. Dimana berguna untuk mencapai tujuan akhir perusahaan. Saat menjalankan usaha inilah sangat membutuhkan perencanaan usaha Bisnis harus berjalan lancar dan memenuhi target yang ditetapkan. Perencanaan usaha yang penulis akan dirikan adalah sebuah kafe yang berkonsep *minimalis house cafe* yang menyajikan inovasi minuman campuran tanpa alkohol, minuman kopi dan makanan pendamping *toast bread*.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Dalam sebuah usaha logo dan nama merupakan sebuah identitas usaha agar konsumen lebih mudah mengingatnya, hal ini merupakan unsur penting untuk memasarkan sebuah usaha. Logo sangat berpengaruh dalam strategi pemasaran usaha, hal tersebut harus menggambarkan konsep dan produk yang akan dijual. Menurut teori Suwardikun (2000:7) Logo dapat menjadi representasi nyata dari budaya dan kepribadian sebuah perusahaan. Misalnya, mereka dapat

menunjukkan bagaimana sebuah perusahaan berperilaku, berpikir, dan merasa. Dalam teori tersebut bahwa logo perusahaan harus menggambarkan visi dan misi dan juga konsep perusahaan tersebut. Berdasarkan teori-teori tersebut nama dari kafe ini yaitu URI-JIB, dan berikut adalah logo dari usaha kafe URI-JIB.

Gambar 1. 1 Logo Kafe



Sumber: Olahan Penulis (2022)

Penulis menggunakan nama URI-JIB untuk mempresentasikan kafe tersebut dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya. Kata URI-JIB sendiri diambil dari bahasa Korea, Uri yang memiliki arti “kita” dan Jib memiliki arti “rumah” yang artinya bila digabungkan adalah “rumah kita”. Pemberian nama ini didasari dari konsep yang digunakan yaitu *Korean minimalist house café*. Yang mana tempat yang digunakan merupakan sebuah rumah yang dijadikan kafe sederhana yang diharapkan dapat menjadi tempat yang nyaman bagi konsumen yang datang untuk menikmati produk yang dijual dan menghabiskan waktu santainya seperti di rumah sendiri.

3. Identitas Bisnis

Menurut Wikipedia, identitas perusahaan mengacu pada representasi atau perwujudan yang terlihat dan fisik yang menunjukkan identitas organisasi untuk membedakannya dari entitas perusahaan lainnya.

Nama perusahaan : Uri-Jib

Alamat : Jl. Pancuran No.91 Kel. Sukapura Kec. Kejaksan, Kota
Cirebon

No. Telp : 082116219711

E-mail address : uri-jibcafe@gmail.com

Usaha ini terletak tengah Kota Cirebon. Lokasinya terletak di belakang supermarket Yogya Junction. tempat yang digunakan adalah rumah pribadi pengusaha.

Gambar 1. 2 Rumah Usaha



Visi:

Menjadikan kafe Uri-Jib sebagai kafe ternama di Kota Cirebon.

Misi :

- Memproduksi produk-produk berstandar tinggi dengan harga terjangkau yang menjamin kebersihan dan pelayanan terbaik.
- Memberikan kenyamanan bagi tamu dalam menikmati produk yang dijual
- Memberikan pelayanan prima bagi tamu

D. SWOT Analysis

Identifikasi

Analisis SWOT menurut Philip Kotler (2009:63) diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT merupakan salah satu instrument analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

Dalam perencanaan sebuah bisnis, pelaku usaha harus memiliki pemikiran yang kreatif untuk meningkatkan daya saing dalam pasar bisnis, metode perencanaan yang digunakan untuk mengevaluasi usaha yang dibuat, yang terjadi dalam usaha bisnis, atau mengevaluasi perkembangan bisnis sendiri maupun pesaing.

a. *Strength* (kekuatan)

- Kekuatan internal dari kafe Uri-Jib adalah dari inovasi pada minuman yang dibuat yaitu menyajikan minuman dengan kekonsistenan kualitas dan rasa terbaik.

- Memiliki konsep *Korean minimalist house café* yang belum banyak digunakan di lokasi usaha
 - Berada di lokasi yang strategis
- b. *Weakness* (kelemahan)
- Kafe ini terletak di rumah pribadi akan sedikit sulit untuk tamu *walk in* mengetahui lokasi kafe ini. Sehingga kafe ini harus memiliki promosi pemasaran yang kuat di sosial media.
 - Kafe ini merupakan bisnis baru jadi belum dikenal oleh masyarakat
- c. *Opportunity* (peluang)
- Belum adanya pesaing kafe yang bertemakan *Korean minimalist house cafe* di lokasi usaha. Hal tersebut memberi peluang usaha yang besar di kota Cirebon
 - Produk yang dijual lebih berfokus ke minuman yang sedang populer di Korea Selatan, berbeda dengan kafe lainnya yang biasanya menjual *basic* kopi.
- d. *Threat* (ancaman)
- Setiap bisnis yang dibuat pasti memiliki ancaman yang harus dihadapi. Ancaman untuk kafe Uri-Jib ini sendiri adalah terdapatnya tempat kuliner yang sudah ada di dekat lokasi usaha dengan harga yang terjangkau.

E. Spesifikasi Produk

Uri-Jib adalah sebuah usaha dibidang makanan dan minuman. Produk yang ditawarkan kepada konsumen yaitu inovasi *mocktail*, kopi dan makanan pendamping seperti *Korean toast bread* dengan berbagai macam topping. Yang menjadi pembeda dari minuman yang dijual merupakan minuman yang sangat populer di Korea Selatan. Untuk *coffee based* café ini menggunakan *espresso machine*, biji kopi yang digunakan adalah dari jenis biji kopi robusta. Yang membuat minuman kopi yang dijual memiliki rasa kopi yang khas karena biji kopi yang

digunakan melalui 2x proses sortasi dari *green bean* dan *roasted bean*. Berikut adalah makanan dan minuman yang ditawarkan Uri-Jib.

F. Jenis Badan Usaha

Menurut Dominick Salvator, badan usaha adalah suatu organisasi yang menggabungkan dan mengkoordinasikan berbagai sumber daya untuk memproses atau menghasilkan barang atau jasa untuk dijual. Bentuk badan usaha Uri-Jib adalah perusahaan berbentuk perseorangan atau lebih spesifik yakni Usaha Kecil Mikro Kecil Menengah (UMKM). Pengertian UMKM sendiri adalah usaha yang dimiliki oleh perorangan maupun usaha yang telah memenuhi kriteria usaha mikro. Dalam undang-undang No.20 tahun 2008 UMKM dapat dibedakan menjadi tiga yaitu usaha mikro, Usaha kecil, dan usaha menengah. Berikut merupakan kriteria usaha masing-masing UMKM:

1. Usaha Mikro

Usaha yang masuk dalam kriteria usaha mikro yaitu usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp.50.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak Rp.300.000.000,-

2. Usaha Kecil

Usaha yang masuk dalam kriteria usaha kecil yaitu usaha yang memiliki asset bersih Rp. 50.000.000,- dengan maksimal dibutuhkan Rp. 500.000.000,- total revenue tiap tahunnya antara Rp. 300.000.000,- - Rp. 2,5.000.000.000,-

3. Usaha Menengah

Bisnis menengah biasa juga disebut sebagai bisnis besar dengan kriteria asset bersih lebih dari Rp. 500.000.000,- sampai Rp.10.000.000.000,- itu tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Total penghasilan tiap tahunnya mencapai Rp.2,5.000.000,- milyar sampai Rp.50.000.000.000,-

Dilihat dari kriteria di atas Uri-Jib masuk ke dalam kriteria usaha mikro. Usaha mikro dapat dimulai dengan modal kecil. Hal ini dikarenakan modal yang dikeluarkan oleh kafe Uri-Jib tidak lebih dari Rp. 1000.000.000 terlebih jumlah ini diluar harga tanah dan bangunan yang digunakan.

G. Aspek Legalitas

Aspek legalitas merupakan salah satu faktor utama dalam mendirikan sebuah badan usaha sebagai tanda sah atau pengakuan secara hukum berdirinya sebuah usaha. Menurut Amin Purnawan dan Siti Ummu Abdillah, legalitas perusahaan adalah sumber informasi resmi yang berisi informasi terkait perusahaan untuk memfasilitasi semua jenis informasi bisnis mereka yang membutuhkan identifikasi dan status semua orang sehubungan dengan kehidupan komersial dan pembentukan perusahaan. Merujuk dengan badan usaha yang sesuai dengan Uri-Jib perseorangan. Setiap badan usaha memiliki ketentuan, berikut merupakan ketentuan dari badan usaha perseorangan:

- Didirikan oleh satu orang (termasuk pemegang saham dan direktur, tidak ada komisaris)
- Memiliki usaha mikro
- pendiri harus memiliki surat pernyataan pendirian
- Mendaftarkan perseroan perseorangan melalui Menteri Hukum dan HAM RI

- NPWP
- NIB dan Izin usaha Perseroan Perseorangan