

BAB I

Pendahuluan

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia kuliner saat ini sangat berkembang pesat dikalangan masyarakat. Banyak makanan dan minuman yang sudah dimodifikasi sehingga lebih menarik minat pembeli, contohnya kue tradisional atau biasa disebut jajanan pasar. Kue tradisional umumnya disajikan dengan daun pisang, memiliki rasa dan bahan yang mirip dan tidak jarang hanya orangtua saja yang menyukai kue tradisional. Pada saat ini masyarakat sudah mengenal media elektronik dan mudah untuk mengakses internet sehingga membuat penyebaran gaya makanan minuman meningkat sangat cepat. Beraneka makanan dan minuman dari berbagai negara yang hadir ke Indonesia menjadi faktor berkembangnya dunia kuliner.

Suatu gambaran mengenai pertumbuhan makanan dan minuman dikalangan berbagai publik saat ini dikenal dengan sebutan *fusion food*. Pengertian *fusion food* menurut para ahli **Sarioglan, M., (2014:64)**: *Fusion Food* adalah mencampurkan dan mengkombinasikan berbagai teknik dan racikan bahan dari berbagai negara untuk dicampur dan digabungkan dalam satu piring dengan sengaja. Sedangkan menurut **Evangelista, M.T (2013:12)**: dibagi menjadi tiga macam yaitu *sub-regional fusion*, *regional fusion*, dan *continental fusion*.

Berdasarkan observasi peneliti *fusion food* sudah banyak diterapkan di dunia kuliner khususnya di hotel, dimana makanan dan minuman disajikan dalam bentuk dan penyajian yang unik dengan tujuan lebih mengenalkan makanan dan minuman khususnya tradisional secara luas. Pada bidang *pastry and bakery* seni *fusion food* dapat menuangkan kreatifitas serta keterampilan. Bentuk dari kue tradisional yang sudah dimodifikasi juga semakin beragam seperti dadar gulung *mousse*, cendol layer cake, onde-onde nutela dan masih banyak lagi. Dibawah ini merupakan contoh-contoh makanan tradisional yang di *fusion food*.



Gambar I.1 (Dadar Gulung Mousse)

Sumber: Google, Diolah (2020)



Gambar I.2 (Cendol Layer Cake)

Sumber: Google, Diolah (2020)

Dalam hal ini penulis telah melakukan riset dengan membuat *polling* pada *instagram* dengan rentang umur 18-25 tahun, dan riset menunjukkan bahwa 400 orang teman di *instagram* lebih memilih kue tradisional dengan bentuk fusion food atau sebanyak 67% dan sebanyak 33% memilih kue tradisional dengan bentuk asli, hal ini untuk segi penampilan. Sedangkan untuk segi rasa, sebanyak 70% memilih rasa original dari kue tradisional dan 30% memilih kue tradisional yang kekinian dengan contoh klepon *dessert box*. Dibawah ini merupakan hasil *polling* pada *instagram*



Gambar I.3 (Hasil *Polling*)

Sumber: Diolah Penulis, (2020)



Gambar I.4 (Hasil *Polling*)

Sumber: Diolah Penulis, (2020)

Hasil dari *polling* ini menunjukkan bahwa kalangan remaja masih menyukai kue tradisional tetapi dengan sentuhan *fusion food* sebagai penambah daya tarik pada kue tersebut. Demikian banyak yang menafikan *fusion food* karena diduga memodifikasikan rasa otentik dari kue tradisional.

Alasan melakukan riset ini yaitu ingin mengetahui minat *fusion food* pada kalangan remaja sebagai suatu ide bisnis dan mengembangkan kue tradisional menjadi sesuatu yang menarik dan memiliki daya jual. Maka dalam kesempatan kali ini penulis membuat “PERENCANAAN BISNIS KAFE *SWEET PÂTISSERIE & COFFEE*” dengan segmen pasar remaja usia 18-30 tahun dan menjual produk yang sesuai untuk kalangan remaja melalui seni *fusion food*.

B. Gambaran Umum Bisnis

Bisnis atau berniaga adalah kegiatan memperjualbelikan barang ataupun jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Bisnis terbagi dalam beberapa macam jenis dan tipe, oleh karena itu bisnis dapat dikelompokkan dengan cara yang berbeda-beda.

a. Deskripsi Bisnis

Bisnis plan adalah sebuah rancangan yang menjelaskan tentang bagaimana bisnis akan dibangun, bisnis plan juga memuat tujuan dan cita-cita yang akan perusahaan raih, serta strategi untuk memastikan tujuan tersebut bisa tercapai secara baik. Pada bidang kuliner banyak bisnis yang bisa dibuat seperti restoran, katering, kedai, foodtruck, kafe dan masih banyak lagi.

Bisnis kafe sudah menjamur diberbagai kota-kota besar, kafe dengan tema yang instagramable banyak dicari oleh kalangan remaja karena tempat nya yang menarik juga terdapat banyak spot untuk foto . Pengertian kafe menurut **(Surjanto, 2003, p. 66)**: Kafe adalah restoran dengan menu terbatas. Kafe merupakan istilah lain dari *coffee* yang biasa dipakai untuk penyebutan *Coffee Shop*. Artinya tempat makan dan minum yang menyediakan menu cepat dan sederhana serta menyediakan minuman ringan untuk orang yang santai atau menunggu sesuatu.

Dengan semakin berkembang nya zaman manusia dituntut dengan teknologi yang canggih juga praktis. Tujuan nya adalah mempermudah pekerjaan dan mempersingkat

waktu. Begitupun dengan dunia kuliner, pada saat ini sudah ada teknologi bernama *drive thru* .

Pengertian *drive thru* menurut para ahli (Soekresno, 2000): “*Drive Through*” atau “*Drive Thru*” adalah suatu bisnis atau restoran yang melayani konsumen yang masih berada didalam kendaraan mereka. Pesanan dipesan dan layanan diberikan melalui jendela khusus, sementara konsumen tetap berada didalam kendaraan mereka.

Dewasa ini penulis memilih kafe sebagai sarana untuk menyalurkan kreatifitas dalam membuat *pastry and bakery*, serta memperkenalkan kepada masyarakat melalui produk yang berkualitas premium dan halal. Fasilitas *drive thru* menjadi salah satu keunggulan kafe, karena pada umumnya kafe tidak memiliki *drive thru* dan hanya mengandalkan penjualan dine in. Selain itu tempat yang sediakan untuk *dine in* akan cocok untuk kalangan remaja karena dengan konsep *semi outdoor* yang memberikan kesan nyaman untuk bersosialisasi tanpa terganggu oleh cuaca.

Tidak hanya itu kafe ini menjual berbagai produk yang diminati para pecinta kue yang dikemas dengan *modern*, memiliki produk unggulan yang terdapat di kafe ini yaitu Taromisu dan Martabak Cake. Taromisu merupakan perpaduan tiramisu dengan rasa talas ungu (taro), sedangkan martabak cake adalah kombinasi antar vanilla sponge cake dengan topping ala martabak.

a. Deskripsi Logo dan Nama



Gambar I.5

Sumber: Diolah Penulis, (2020)

Logo adalah suatu simbol untuk mewakili karakter dan menjadi sebuah identitas bagi perusahaan, karena logo merupakan perwakilan atau wajah bagi perusahaan untuk memberikan efek yang positif terhadap citra perusahaan secara menyeluruh. Logo yang dibuat harus mempunyai filosofi atau arti yang kuat sebagai ciri dari perusahaan, salah satunya warna.

1. Pemilihan Warna

Penulis memilih pastel sebagai warna dasar dari logo, warna pastel memiliki makna psikologis seperti ketenangan. Terdapat warna orange yang merupakan warna yang ramah dan hangat yang membuat orang merasa nyaman, serta kombinasi warna lain yang seirama dengan warna dasar untuk menghasilkan suasana yang unik, tetapi tetap cantik.

2. Pemilihan Nama

Pemilihan nama *Sweet* memiliki arti yang luas seperti manis, cantik, wangi dan baik hati. Banyak yang menjadikan *sweet* sebagai panggilan kasih sayang untuk seseorang yang dianggap special dan mudah diingat. Begitupun dengan “*Sweet Patisserie and Coffe*” yang memiliki arti manis seperti sepotong kue yang dihias cantik dengan berbagai ornament, yang membuat seseorang kagum akan keindahan kue tersebut.

3. Pemilihan Gambar

Cupcake memiliki sejarah yang berkembang di Amerika pada abad ke-19. *Cupcake* memiliki ukuran mini dan dalam pembuatannya ditakar menggunakan cup (mangkok) bukan ditimbang. Pemilihan gambar *cupcake* karena keunikan bentuknya yang mungil dan dihias dengan cantik. Semua orang akan mudah mengingat gambar *cupcake* sebagai kue yang manis seperti “*Sweet Patisserie and Coffee*” dan merupakan ikon utama kafe. Terdapat juga gambar *honeycomb* yang artinya sarang madu, serta menambah kesan manis yang alami seperti madu.

b. Identitas Bisnis

Kafe ini beralamatkan di JL. Raya Pajajaran, RT.01/RW.04, Kelurahan Babakan, Kecamatan Kota Bogor Tengah, Bogor Jawa Barat, 16128. Berikut adalah tampilan dari google maps



Gambar 1.6

Sumber: Google Maps Diolah, (2020)

Sebagai penulis memilih lokasi tersebut dikarenakan daerahnya yang strategis dan dekat dengan sekolah, universitas juga beberapa perkantoran. Juga daerah yang mudah dijangkau jika menggunakan kendaraan umum. Untuk nomer telepon yang dapat dihubungi ialah +62 85823431108

C. Visi dan Misi

Pengertian visi dan misi menurut **(D.Wibisiono, 2006, pp. 46-47)**: Visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan, sedangkan Misi merupakan rangkaian

kalimat yang menyatakan tujuan atau alasan eksistensi organisasi, yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik berupa produk ataupun jasa.

a. Visi

Menjadikan *Sweet Patisserie and Coffee* sebagai kafe yang menawarkan produk dengan sentuhan rasa kue tradisional yang banyak dicari dan dinikmati oleh masyarakat hingga dikenal ke seluruh Indonesia.

b. Misi

1. Menjual produk menggunakan bahan-bahan yang berkualitas premium
2. Lebih mengedepankan kue tradisional melalui penampilan dan rasa yang *modern* agar dapat bersaing dengan kue-kue internasional dan *modern*
3. Mempertahankan kualitas dan terus berinovasi dengan menerapkan standarisasi resep yang terbaik

D. SWOT Analysis

Analisa peluang dan hambatan sangat penting bagi perusahaan untuk memulai suatu usaha sehingga dapat mengurangi resiko yang akan terjadi. Dalam melakukan peluang dan hambatan ini, penulis menggunakan analisis SWOT sebagai patokan untuk menganalisa peluang dan hambatan bisnis yang akan dibuat. Berdasarkan teori yang disampaikan (**Kotler, 2008**) merupakan suatu penilaian menyeluruh terhadap peluang,

kekuatan, kelemahan, serta ancaman bagi perusahaan. Maka dapat dijelaskan bahwa analisis SWOT ini adalah strategi analisi yang baik untuk membangun suatu perusahaan dan mengembangkan bisnis yang akan ditawarkan. Berikut analisis SWOT bagi bisnis yang akan dibuat :

a. Kekuatan (*Strenght*)

- Rasa tradisional yang dikemas dalam tampilan *modern*
- Menggunakan bahan yang halal, berkualitas dan higienis
- Memiliki beberapa fasilitas penunjang salah satunya sistem *drive thru*
- Memiliki konsep *semi outdoor* agar pelanggan tetap nyaman tanpa terganggu oleh cuaca, serta lokasi strategis dan mudah diakses dengan kendaraan umum

b. Kelemahan (*Weakness*)

- Modal besar untuk penyediaan bahan-bahan, sewa tempat, serta pengadaan promo
- Produk harus disimpan dalam suhu tertentu supaya menjaga kualitas nya tetap baik
- Proses *delivery* juga dapat menjadi faktor yang membuat kualitas kurang baik karena perjalanan, suhu dan hal tidak terduga lain nya.

c. Peluang (*Opportunities*)

- Mendapat bantuan pinjaman modal usaha dengan bunga yang rendah

- Tren gaya hidup remaja saat ini yang menjadikan kafe sebagai tempat berkumpul dan bersosialisasi
- Perkembangan teknologi khususnya di media sosial yang membantu memasarkan informasi dengan lebih cepat

d. Ancaman (*Threat*)

- Banyaknya *competitor* dengan bisnis usaha sejenis
- Penawaran dari *competitor* dengan harga yang lebih murah tanpa memikirkan kualitas bahan
- Ketersediaan bahan atau bahan yang langka sampai impor menjadikan bahan susah ditemukan

E. Spesifikasi Produk / Jasa

Pada suatu bisnis dibidang FnB produk haruslah mementingkan kepuasan pelanggan, dimulai dari pelayanan yang baik, karyawan yang memenuhi kriteria, serta makanan dan minuman yang akan dijual. Pada setiap restoran tentunya memiliki spesial menu yang akan menjadi nilai jual bagi restoran tersebut. Menu spesial terbuat dari bahan yang terbaik dan tentunya memiliki cita rasa yang tidak biasa, atau menciptakan suatu inovasi terbaru.

Spesial menu yang dimiliki oleh *Sweets Patisserie and Coffe* menggunakan bahan-bahan yang mudah untuk didapatkan. Menggunakan bahan yang berkualitas, serta

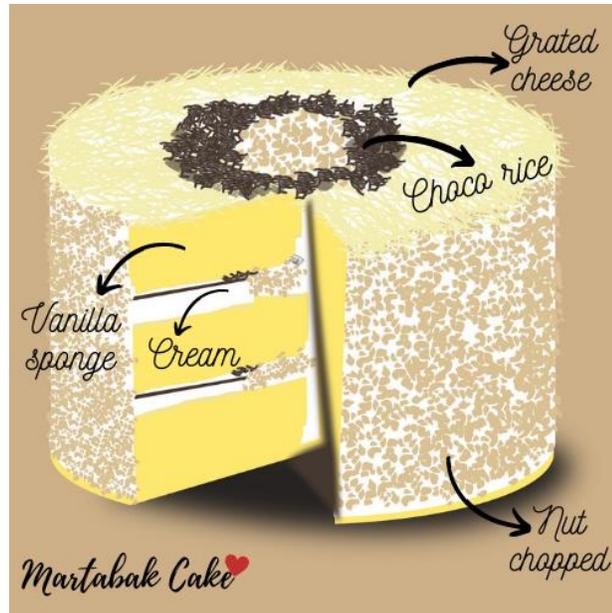
dibuat dalam jumlah yang tidak terlalu banyak agar dapat menjaga kualitas dari bahan tersebut. Bahan tersebut salah satunya menggunakan talas ungu yang mudah didapatkan khususnya dikota bogor. Talas ungu akan menjadi special menu pada *pastry* produk dengan nama Taromisu, yaitu tiramisu talas ungu. Pada setiap *section* akan memiliki spesial menu tersendiri yang akan menjadi *best seller* untuk penjualan. Pada *bakery section* memiliki *Roti Goreng Abon Moza* dengan cita rasa abon khas kota Boyolali yang dipadukan mozzarella, dan untuk *coffe section* mempunyai *Smores Coffee* yang menggabungkan kopi susu dengan *finishing* marshmellow *touch* diatasnya.

Spesial menu tersebut dibuat sebagai ciri khas dari *Sweets Patisserie and Coffe* sebagai nilai jual yang dapat membedakan dengan kafe lain. Untuk menu lain nya terdapat *martabak cake*, *colenak panacotta*, *croissant*, *smores coffe*, *cappuccino*, *americano* dan *telang blue tea*. Dibawah ini adalah gambar produk.



Gambar I.7 (Taronisu)

Sumber: Diolah Penulis, (2020)



Gambar I.8 (Martabak cake)

Sumber: Diolah Penulis, (2020)