

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Saat ini Indonesia menduduki urutan ke – 7 produsen teh terbesar di dunia dengan varietas teh hitam dan teh hijau yang paling populer. Teh menjadi salah satu minuman yang sangat disukai oleh banyak orang di seluruh dunia, mulai dari anak kecil sampai dengan lansia menyukai minuman yang berbahan dasar teh. Rasa teh yang netral tidak mempunyai rasa pahit seperti kopi membuat teh cocok untuk dijadikan salah satu minuman untuk disantap dalam segala suasana.

Berdasarkan pada data dinas pertanian tahun 2016 – 2020, Jawa Barat menjadi daerah yang memproduksi teh terbanyak yaitu 70 % dibandingkan daerah lainnya di Indonesia dengan luas lahan sebesar 93.316 Ha. Jawa barat mempunyai banyak daerah pegunungan yang mempunyai iklim dan tanah yang cocok untuk tanaman teh. Perkebunan teh di Jawa Barat tidak hanya luas namun juga menghasilkan kualitas teh yang bagus dan tidak kalah dengan teh premium dari daerah lainnya. Jawa Barat sebagai salah satu produsen teh terbanyak di Indonesia seharusnya mampu meningkatkan harga jual teh dengan memaksimalkan produksi teh.

Kualitas rasa dari teh dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor iklim mulai dari angin, cahaya matahari, suhu udara dan curah hujan, hal ini sangat berpengaruh untuk kandungan katekin dari teh tersebut. Selain dari iklim yang merupakan faktor alam kualitas teh juga dapat dipengaruhi oleh cara perawatan dari petani itu sendiri.

Kabupaten Bandung Barat mempunyai perkebunan teh yang cukup luas, yaitu perkebunan teh Sukawana. Perkebunan teh yang berada di Desa Karyawangi Kecamatan Parongpong ini menjadi salah satu penghasil teh terbesar di Kabupaten Bandung Barat. Walaupun tidak seluas dan terkenal seperti perkebunan teh Ciwalini namun kualitas teh dari perkebunan Sukawana ini tidak perlu diragukan lagi. Perkebunan teh yang berada di bawah naungan PTPN VIII ini mempunyai pabrik yang mengolah secara langsung hasil tehnya. Berdasarkan data yang penulis dapatkan dari Badan Pusat Statistik Jawa Barat, luas perkebunan teh milik rakyat di Kabupaten Bandung Barat sebesar 1.548 hektar dengan hasil produksi sebanyak 2.131 ton sedangkan luas perkebunan teh milik perusahaan besar swasta sebesar 46 hektar dengan hasil produksi sebanyak 104 ton dan luas perkebunan teh milik perusahaan besar Negara sebesar 1.490 dengan hasil produksi sebanyak 1.943 ton.

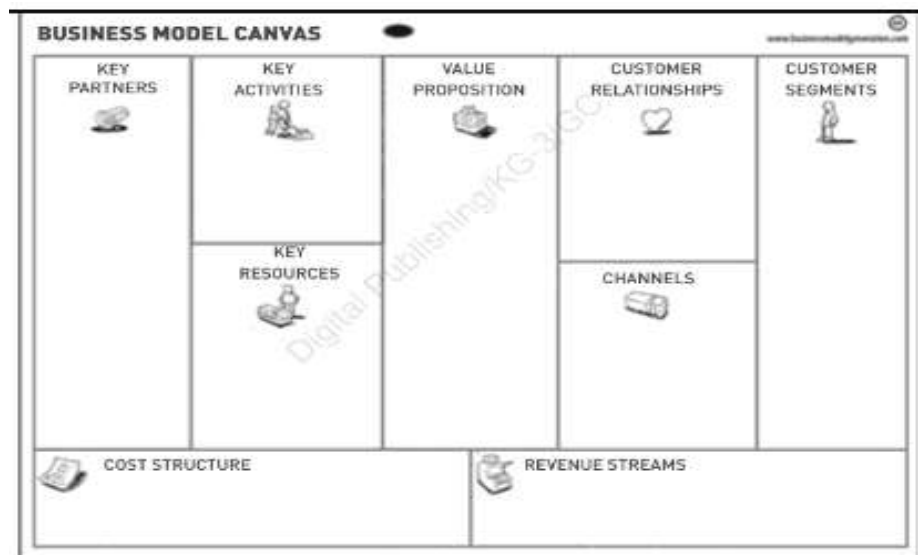
Dengan hasil produksi teh yang cukup banyak ini penulis menemukan ide untuk membuat suatu bisnis yang menjadikan teh sebagai menu unggulannya. Namun untuk membuat bisnis teh penulis harus memperhatikan rasa, kualitas dan karakter teh dari berbagai jenis. Terdapat jenis teh Indonesia yang mendunia yaitu teh melati, teh hitam, teh hijau, teh kayu aro, teh putih dan teh oolong. Namun jenis teh yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia adalah teh hitam.

Untuk merealisasikan ide yang telah penulis temukan ini maka harus dibuat suatu perencanaan bisnis. Bisnis model canvas dinilai lebih cocok pada zaman sekarang, hal ini karena metode yang lebih mudah dipelajari dan memuat banyak point penting dalam setiap stepnya.

“Osterwalder dan Pigneur, menawarkan sebuah metode yang nantinya disebut dengan model bisnis model kanvas. Mereka menggambarkan kanvas tersebut sebagai selembar kertas bagi seorang penulis, kanvas bagi seorang pelukis atau layar komputer bagi seorang desainer. Kanvas ciptaan Osterwalder dan Pigneur ini digunakan untuk memvisualisasikan gagasan, logika berpikir, atau kerangka kerja para desainer. Dalam hal ini, desainer adalah pelaku bisnis, wirausaha, dan para manajer di organisasi bisnis maupun organisasi nirlaba.” (Frans M. Royan, 2014:12). Berdasarkan kepada penjelasan diatas maka penulis menyimpulkan bahwa bisnis model kanvas dapat menggambarkan secara rinci gagasan ide bisnis. Gagasan ide ini dapat digambarkan kembali dengan ke dalam 9 elemen bisnis model kanvas.

Gambar 1.1

Contoh Bisnis Model Kanvas



Sumber : Buku bisnis model kanvas distributor, 2014

Ada sembilan elemen penting dalam bisnis model kanvas yang dapat mengemukakan ide gagasan suatu bisnis yaitu :

1. *Value Proposition* yaitu suatu keunggulan dari produk serta manfaat apa yang ditawarkan oleh perusahaan untuk target pasarnya.
2. *Customer Segment* yaitu suatu cakupan antara kebutuhan pembeli dan penjual yang harus bisa saling memenuhi.
3. *Channels* yaitu suatu media untuk memasarkan produk kita bisa berupa media sosial, brosur dan lainnya.
4. *Customer Relationship* yaitu menjaga hubungan dengan customer agar tetap membeli produk yang ditawarkan.
5. *Key Resources* yaitu sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan yang merupakan salah satu elemen dalam *business model canvas* terdiri atas daftar rencana dari sumber daya yang dimiliki perusahaan. Tujuannya agar dapat mewujudkan *value proposition*.
6. *Key Activities* yaitu semua aktivitas yang terhubung dengan produktivitas bisnis sehingga berkaitan dengan sebuah produk. Dengan tujuan menghasilkan proposisi nilai agar barang atau jasa lebih diterima dan dikenal banyak orang.
7. *Key Partnership* yaitu elemen yang berfungsi untuk mengorganisasikan suatu barang atau jasa sesuai dengan fungsinya, posisi partner bermanfaat untuk efisiensi dan efektivitas siklus bisnis.
8. *Revenue Stream* yaitu cara pengolahan data suatu perusahaan untuk mendapatkan *revenue* atau keuntungan dari kegiatan *key activities* yang berjalan sesuai dengan *value proposition*.
9. *Cost Structure* yaitu semua hal yang meliputi jenis biaya mulai dari *fixed cost*, *variable cost* dan *semi variable cost* yang dikeluarkan

ketika bisnis tersebut mulai berjalan. Pengolahan data yang tepat sangat berpengaruh penting bagi perusahaan tersebut, mulai dari perhitungan pengeluaran dan pemasukannya agar bisnis berjalan lebih efisien dan terhindar dari resiko rugi.

Dengan adanya 9 elemen penting dari *business model canvas* maka dapat dijadikan patokan dalam pembuatan bisnis. *Business model canvas* menyajikan gambaran simple sebuah ide yang dituangkan dalam sebuah perencanaan dengan memuat data penting lebih detail. Berdasarkan kepada penjelasan mengenai *business model canvas* maka penulis akan menuangkan ide bisnisnya dengan menggunakan *business model canvas*.

Sebuah usaha Bisnis yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman menjadi salah satu hal yang banyak di kembangkan oleh masyarakat. Hal ini karena makanan dan minuman adalah suatu kebutuhan wajib yang harus dipenuhi setiap harinya. Tempat yang menjual makanan dan minuman mempunyai berbagai jenis seperti restoran, kafe, kedai, warteg dan lain sebagainya. Kedai adalah salah satu tempat usaha yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman. Menurut kamus besar bahasa Indonesia kedai berarti sebuah bangunan untuk berjualan. Kedai sangat identik dengan suasana pedesaan karena lebih banyaknya kedai yang berlokasi di pedesaan. Dengan begitu penulis berencana membuat sebuah usaha bisnis yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman yang berkonsep kedai dan menyajikan teh lokal Indonesia sebagai menu utamanya.

Industry teh akan terus tumbuh hal ini ditandai dengan permintaan pasar global yang kian meningkat seiring dengan naiknya pendapatan masyarakat dan tumbuhnya gaya hidup sehat. Hal ini merupakan hasil dari proyeksi kelompok

kerja tentang teh FAO. Sampai tahun 2027 produksi teh hitam diproyeksikan tumbuh rata - rata 2,2 persen pertahun hingga mencapai 4,42 juta ton di tahun 2027. Kenaikkan produksi teh seiring dengan pertumbuhan konsumsi teh hitam yang di proyeksikan tumbuh rata – rata 2,5 persen per tahun hingga mencapai 4,17 juta ton di tahun 2027. Berdasarkan hal tersebut maka penulis sangat tertarik untuk mendirikan suatu bisnis kedai teh.

Bisnis minuman yang berbahan teh saat ini belum sepopuler kedai – kedai kopi yang sudah hampir di setiap daerah ada, dengan begitu tingkat konsumsi kopi oleh masyarakat pun sudah jauh meningkat. Hal ini tidak menutup kemungkinan untuk bisnis teh agar dapat perhatian yang tidak kalah dengan kopi, karena teh pun bisa dinikmati dalam berbagai keadaan dan suasana. Bisnis teh yang terkenal sekarang lebih banyak mencampurkan teh dengan bervariasi rasa, seperti teh yang dicampur dengan susu dan boba atau lebih dikenal dengan milk tea. Minuman teh yang dicampurkan dengan beberapa rempah bisa menjadi salah satu inovasi yang selain enak namun juga menyehatkan.

Berikut penulis telah melakukan survey kepada 50 orang yang berdomisili di daerah Bandung dan sekitarnya, dengan judul kuesioner “Pendirian kedai teh lokal Indonesia di Kabupaten Bandung Barat”. Tujuan dari kuesioner ini agar mengetahui apakah dengan membuat perencanaan bisnis yang menjadikan teh sebagai menu utamanya dapat diterima oleh masyarakat serta berapa banyak penikmat teh yang berada di daerah Kabupaten Bandung Barat dan sekitarnya.

Tabel 1.1

Kuesioner Mengenai Pendirian Kedai Teh lokal Indonesia di Kabupaten Bandung Barat.

Pendirian kedai teh lokal Indonesia di Kabupaten Bandung Barat			
No	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Jumlah penikmat teh	39 (78%)	11 (22%)
2.	Jumlah orang yang meenyukai teh	40 (80%)	10 (20%)
3.	Jumlah orang yang tertarik mengunjungi kedai teh	43 (86%)	7 (14%)
4.	Jumlah orang yang menyukai konsep teh lokal Indonesia yang disajikan	43 (86%)	7 (14%)

Sumber : olahan penulis, 2020

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa di daerah Kabupaten Bandung Barat terdapat sebanyak 78% penikmat teh, dan sebanyak 80% menyukai minuman teh. Selain itu para responden menyatakan tertarik untuk mengunjungi kedai teh dan menyukai konsep bisnis yang mengangkat teh lokal Indonesia sebagai menu utamanya dengan persentase sebanyak 86%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masyarakat tertarik dengan ide bisnis kedai teh, dengan ini penulis menjabarkan ide bisnisnya kedalam sebuah *business model canvas* untuk menjabarkan 9 elemen utama dalam membuat suatu bisnis. Berikut adalah *business model canvas* yang telah penulis buat.

Tabel 1.2

Business Model Canvas Kedai Swastea

<p><i>Key Partners</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Distributor bahan baku • Supplier teh lokal • Gojek dan Grab • Distributor makanan 	<p><i>Key Activities</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Quality check untuk menjaga kualitas bahan baku. • Menjaga hygiene dan sanitasi tempat usaha 	<p><i>Value Proposition</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kedai teh dengan suasana pedesaan • Menyediakan bahan – bahan berkualitas • Melayani dine in atau take away • System open bar yang membuat pengunjung dapat berinteraksi dengan peracik minuman. • Terdapat wifi 	<p><i>Customer Relationships</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat membership untuk pelanggan dengan tujuan mengumpulkan poin untuk mendapatkan diskon • Promo di setiap bulannya 	<p><i>Customer Segments</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Remaja – Dewasa • Masyarakat berpenghasilan menengah kebawah • Pecinta minuman teh • Menyediakan Wifi • Harga terjangkau • Tempat yang nyaman untuk berkumpul.
<p><i>Cost Structure</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fixed Cost (gaji pegawai, pajak, maintenance) • Variable Cost (biaya produksi, gas, air) • Semi Variable Cost (promotion) 		<p><i>Revenue Streams</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Daily sales • Product sales 		

Sumber : Olahan Penulis, 2020

Kondisi pandemic covid – 19 yang sedang terjadi di seluruh dunia termasuk Indonesia, mengharuskan para pelaku usaha bisnis dapat beradaptasi dengan

keadaan tanggap darurat yang terjadi saat ini. Berdasarkan pada kebijakan Pemerintah yang mengatur dengan ketat mengenai penyebaran *virus covid-19*, maka protokol kesehatan harus diterapkan dengan sangat ketat. Pemberlakuan jaga jarak untuk *dine in*, mencuci tangan sebelum memasuki suatu tempat, serta penggunaan masker pun akan menjadi peraturan penting untuk para pengunjung dapat memasuki sebuah tempat. Tempat usaha yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman pun harus menjalankan kebijakan *new normal*, mulai dari pengolahan makanan dan minuman, penyajian kepada tamu, sampai dengan pemberlakuan jaga jarak untuk *dine in*. Maka dari itu untuk membuat sebuah bisnis kedai teh memerlukan kebijakan *new normal* dalam pengaplikasiannya. Hal ini untuk dapat memberikan kepercayaan kepada para pelanggan agar tidak khawatir untuk mengunjungi kedai Swastea karena dalam operasional kami menjaga prosedur protokol kesehatan dengan sangat ketat.

Dengan berbagai penjelasan yang telah penulis uraikan diatas, dan data yang diterima oleh penulis, maka dapat disimpulkan bahwa ada peluang bisnis kedai teh dengan menu teh lokal dari perkebunan Sukawana yang menjadi menu utama dan suasana dari pedesaan yang menjadi ciri khasnya di daerah Kabupaten Bandung Barat. Dengan membuat perencanaan *business model canvas* kedai teh lokal Indonesia di Kabupaten Bandung Barat dengan nama Swastea. Selain itu penulis juga berharap perencanaan ini dapat menjadi referensi bisnis bagi para pembaca dalam membuka bisnis dengan mengangkat tema teh lokal asli Indonesia. Kabupaten Bandung Barat yang dipilih sebagai lokasi pendirian *business model canvas* Swastea, diharapkan dapat memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia setempat agar dapat memberikan penghasilan

yang lebih baik. Berdasarkan pada penjelasan latar belakang dan teori – teori pendukung, maka penulis tertarik untuk membuat usulan penelitian dengan judul **“PERENCANAAN BMC KEDAI SWASTEIA DI KABUPATEN BANDUNG BARAT”**

B. GAMBARAN UMUM BISNIS

1. Deskripsi Bisnis

Penjelasan bisnis menurut Hughes dan Kapoor dalam bukunya Sugiyono menerangkan bahwa, Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapat keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. (Sugiono, 2003, p. 20) Berdasarkan pada penjelasan tersebut penulis menyimpulkan bahwa suatu bisnis akan dianggap berhasil jika sudah menghasilkan keuntungan serta bisnis tersebut dapat memberikan dampak yang cukup baik dalam meningkatkan penghasilan masyarakat setempat. Hal ini selaras dengan tujuan dari penulis membuat perencanaan pendirian *business model canvas* Kedai Swasteia di Kabupaten Bandung Barat dengan nama Swasteia.

Swasteia adalah suatu bisnis yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman dengan mengusung teh lokal hasil perkebunan Sukawana yang terletak di Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat sebagai menu unggulannya. Tujuan dari pendirian Swasteia yaitu memanfaatkan peluang usaha bisnis teh lokal Indonesia agar dapat memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia masyarakat setempat, sehingga dengan berjalannya waktu dapat meningkatkan minat masyarakat untuk meminum teh lokal Indonesia.

Konsep dari tempat usaha ini adalah sebuah kedai dengan arsitektur yang akan dipakai bertemakan *rustic modern* dengan beberapa *furniture* yang digunakan akan banyak terbuat dari kayu, hal ini akan sesuai dengan lokasi yang penulis pilih. Tema *rustic modern* dapat menciptakan suasana nyaman dan hangat dengan dominan warna alami material seperti coklat dan warna putih untuk menimbulkan kesan elegan dan modern. Dengan tema *rustic modern* akan cocok untuk konsumen yang ingin menghabiskan waktu bersantai dengan anggota keluarga, teman ataupun rekan kerja. Konsep *open bar* akan diterapkan untuk dapat menarik pengunjung dan membedakan kedai teh ini dengan yang lainnya. Dimana pengunjung dapat melihat secara langsung proses pembuatan minuman teh, berbincang langsung dengan pembuat minuman.

Mengingat dengan adanya kondisi tanggap darurat penyebaran virus *covid – 19* di Indonesia, maka pemasaran dan usaha bisnis ini akan lebih menyediakan sistem pesan antar. Jasa pesan antar ini bisa melalui *whatsapp* ataupun bekerjasama dengan sistem pembelian di berbagai aplikasi online. Selain itu juga tempat usaha ini akan melayani *dine in* dengan menerapkan protokol kesehatan yang sangat ketat, pemberlakuan jaga jarak dan *social distancing* akan diberlakukan. Para pengunjung juga diwajibkan menggunakan masker dan mencuci tangan serta akan disediakan *hand sanitizer* disetiap mejanya.

2. Deskripsi Logo dan Nama

“Logo adalah identitas dari sebuah produk. Produk terkenal dapat diidentifikasi melalui logonya. Melalui sentuhan, bentuk, dan warna yang khas dari sebuah logo sebuah produk dapat memberikan emosional benefit.” (Ees, 2007, p. 79) Berdasarkan pada penjelasan tersebut maka penulis menyimpulkan

bahwa logo adalah salah satu identitas sebuah perusahaan untuk menjadi salah satu tanda kepemilikan untuk mencegah untuk peniruan.

Sebagai pendiri perencana *business model canvas* (BMC) kedai teh, penulis memberikan nama Swastea pemilihan nama ini terinspirasi bahasa sunda kuno yaitu swasti yang berarti makmur dan bahagia. Dengan nama Swastea diharapkan tempat usaha dapat memberikan kebahagiaan bagi semua karyawan dan pengunjung. Selain itu juga dengan nama Swastea diharapkan bisa memakmurkan semua pihak yang terlibat dalam usaha bisnis ini. Penulis beranggapan bahwa dengan nama Swastea kedai teh lokal ini dapat dikenal oleh masyarakat luas dan menjadi identitas perusahaan yang berbeda dengan bisnis teh lainnya. Penulis berharap dengan pemberian nama Swastea akan memberikan kesan tersendiri di masyarakat, serta menjadi daya tarik untuk masyarakat datang ke tempat ini.

Gambar 1.2

Desain Logo Swastea



Sumber : olahan penulis, 2020

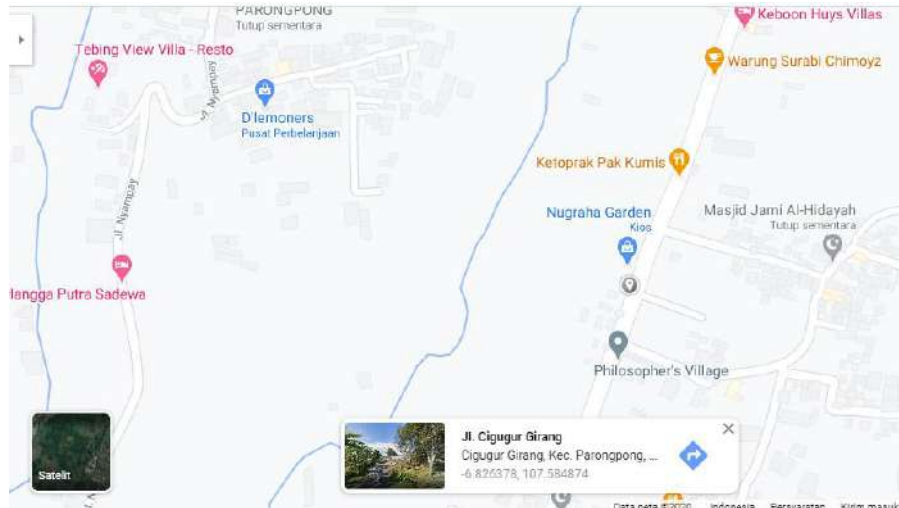
Logo yang sudah penulis desain ini mempunyai beberapa arti, mulai dari Poci beserta gelasnya mempunyai arti bahwa Swastea menjadikan teh sebagai menu unggulannya, didukung dengan adanya elemen daun teh di bawah tulisan Swastea. Warna latar logo ini *dusty pink* dengan arti bahwa Swastea selalu menyajikan segala minuman dan makanannya dengan kualitas yang bagus dan dengan sepenuh hati, selaras dengan tulisan kecil yang berada di bawah yaitu *serve with heart* yang berarti melayani dari hati. Hal ini bertujuan agar Swastea mendapatkan kesan yang mendalam di hati konsumen, mereka akan merasakan ketulusan dari pelayanan yang diberikan oleh Swastea.

3. Lokasi Bisnis

Pendirian *business model canvas* Kedai Swastea penulis akan memilih lokasi di jalan Cigugur Girang, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40559 dengan jarak tempuh kurang lebih 30 menit dari pusat kota Bandung. Lokasi ini dipilih karena berada di lingkungan pedesaan dengan udara belum banyak tercemari oleh polusi sehingga sangat cocok untuk dijadikan tempat bersantai dengan keluarga, teman dan rekan kerja. Akses jalan menuju tempat ini juga cukup bagus dan mudah untuk di cari karena berada di jalan Kabupaten Bandung Barat dan sering kali dijadikan para wisatawan di akhir pekan sebagai jalan pintas menuju destinasi wisata di daerah lembang. Akses jalan yang menuju kedai Swastea ini pun tidak sulit serta mudah untuk dicari walaupun berada di pedesaan namun tetap berada di pinggir jalan utama desa tersebut.

Gambar 1.3

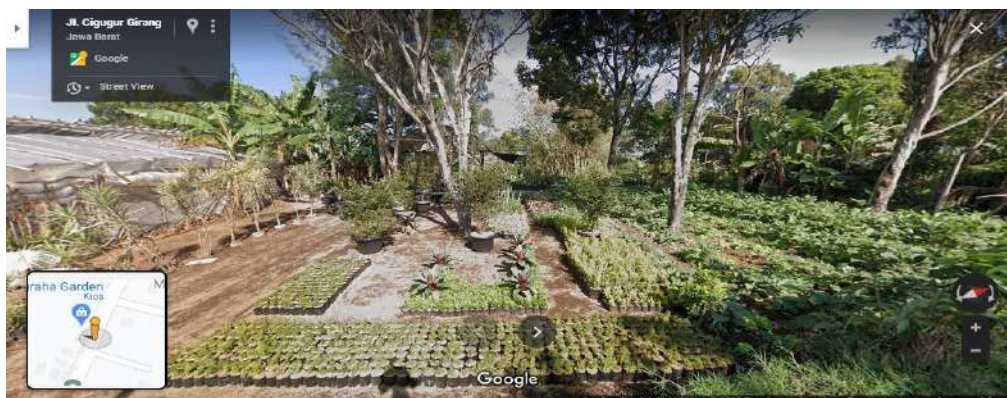
Lokasi Peta



Sumber : Google maps, 2020

Berdasarkan pada lokasi peta diatas dapat terlihat bahwa di sekitar lokasi yang dipilih penulis untuk dijadikan tempat pendirian Kedai Swastea karena belum ada bisnis yang memiliki konsep yang sama yaitu menyajikan teh dengan unsure tradisionalnya. Luas dari tanahnya yaitu lebar 15 meter dan panjang 25 meter persegi Kompetitor dari daerah yang ada di lokasi ini pun cukup rendah karena berada di pedesaan yang belum banyak berdiri cafe ataupun restoran.

Gambar 1.4
Lokasi Tanah Penelitian



Sumber : Google maps, 2020

C. VISI DAN MISI

Visi dan misi menurut Wibisono yang di kutip oleh Ali Hamdan dalam artikelnya menerangkan : “Visi merupakan rangkaian kalimat yang menciptakan cita – cita atau sebuah impian organisasi maupun perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. Sedangkan misi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan tujuan atau alasan eksistensi perusahaan, yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik berupa produk ataupun jasa.” (Hamdan, 2018) Dengan penjelasan tersebut penulis menyimpulkan, untuk membuat sebuah bisnis harus mempunyai visi dan misi yang kuat agar dapat mencapai tujuan utama bisnis itu sendiri yaitu menghasilkan *profit* yang cukup untuk pemilik usaha tersebut.

1. Visi

Seperti apa yang sudah dipaparkan oleh penulis di atas maka Swastea juga diharuskan mempunyai visi agar dengan adanya bisnis ini maka dalam pelaksanaannya dapat berjalan dengan lancar. Visi Swastea yaitu memanfaatkan peluang bisnis yang ada di daerah Kabupaten Bandung Barat selain itu juga memaksimalkan pemakaian sumber daya alam maupun sumber daya manusia sehingga dengan berjalannya waktu Swastea dapat menaikkan minat minum teh lokal Indonesia. Dengan adanya visi ini diharapkan dapat menumbuhkan standar kerja yang terbaik dengan berkomitmen dan semangat yang tinggi.

2. Misi

Untuk mewujudkan visi maka harus disusun misi agar menjabarkan apa yang harus dikerjakan oleh sebuah perusahaan. Misi yang penulis susun untuk Swastea meliputi :

- a. Menjaga kualitas dari bahan baku yang akan disajikan kepada tamu, dengan melewati tahap *quality check* setiap ada barang yang datang dari *supplier*.
- b. Menjaga tempat pelayanan maupun tempat pengolahan untuk selalu dijaga *hygiene* dan sanitasinya agar kualitas dari makanan dan minumannya selalu terjaga dengan baik.
- c. Melayani tamu yang datang dengan sepenuh hati serta selalu memprioritaskan kepuasan tamu yang datang.
- d. Menyediakan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan.
- e. Menjaga *hygiene* dan sanitasi mulai dari pengolahan bahan baku sampai makanan atau minuman tersebut dihidangkan kepada tamu.

D. ANALISIS SWOT

“Analisis SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasi berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) sekaligus meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Dengan demikian, hasil dari analisis dapat membentuk perencanaan strategi berdasarkan hasil analisis terhadap faktor - faktor strategis perusahaan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.” (Nuraini, 2016, p. 8) Berdasarkan pada hal tersebut penulis menyimpulkan analisis SWOT adalah suatu penjabaran mengenai sebuah kekuatan dalam perusahaan dan kelemahannya, kemudian harus di seimbangkan dengan peluang dan ancaman yang berasal dari luar perusahaan.

1. *Strength* (kekuatan)

Produk teh lokal yang belum banyak dikembangkan untuk menjadi sebuah bisnis dapat menjadi salah satu ciri dari usaha bisnis ini, karena masih belum banyaknya usaha bisnis yang bergerak dalam bidang teh lokal Indonesia. hal ini dapat menjadi salah satu kelebihan dari usaha bisnis ini karena bisa menarik minat konsumen dengan produk yang ditawarkan. Konsep tempat yang bertemakan *rustic* juga menjadi salah satu daya tarik didukung dengan suasana pedesaan yang mempunyai udara sejuk sehingga cocok untuk tempat berkumpul dengan keluarga, teman ataupun rekan kerja.

Usaha yang akan menyajikan banyak teh lokal yang berasal dari perkebunan teh Sukawana yang berada di Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat dan para pengunjung dapat melihat dan mencium aroma dari teh yang belum diseduh dapat menjadi kekuatan dalam usaha bisnis ini. Melalui cara pemesanan teh yang menjalin pendekatan antara peracik teh dengan pengunjung, sehingga pengunjung dapat menanyakan langsung mengenai jenis teh, citarasa dan khasiatnya.

Makanan dan minuman tradisional yang disajikan sehingga harganya pun tidak mahal akan menjadi keunggulan tempat usaha ini. Dengan target pasar menengah ke bawah maka harga yang tidak terlalu tinggi maka dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung. Selain itu adanya sarana hiburan dengan menggunakan mainan seperti permainan kartu, papan catur dan permainan ular tangga dapat menjadi keunggulan lainnya.

2. Weakness (kelemahan)

Proses pembuatan produk teh yang memerlukan waktu kurang lebih 15 menit juga bisa menjadi suatu kelemahan dalam usaha bisnis ini. Proses penyeduhan yang memerlukan waktu ini karena disesuaikan dengan jenis teh yang diinginkan oleh pengunjung serta temperatur suhu air yang diperhatikan. Selain itu karakter teh yang sangat mudah berubah tanpa pengolahan yang benar dapat menjadi salah satu kelemahan dari bisnis kedai Swastea.

3. Opportunities (peluang)

Berada di kawasan pedesaan yang dimana sebagian mulai dari remaja sampai dewasa masih menjadikan teh sebagai minuman yang dapat dikonsumsi setiap hari, menjadi salah satu peluang bisnis teh ini. Para pengunjung tidak hanya bisa membeli produk teh yang sudah diseduh saja tapi usaha bisnis ini juga menyajikan berbagai teh dalam kemasan yang lebih ekonomis sehingga pengunjung bisa menyeduh teh tersebut di rumah.

Jalan Cigugur Girang yang dapat di akses secara mudah karena berada di antara kota Bandung, kota Cimahi dan Kabupaten Bandung Barat menjadikan lokasi yang dipilih kedai Swastea ini menjadi strategis. Lokasi Kedai Swastea dapat ditempuh dalam waktu 30 menit dari pusat kota Bandung bisa menjadi salah satu peluang dari usaha bisnis ini.

4. Threats (ancaman)

Pesaing usaha dapat menjadi ancaman nyata untuk usaha sebuah usaha bisnis. Pesaing usaha terdapat 2 macam yaitu pesaing langsung (*direct competitor*) dan pesaing tidak langsung (*indirect competitor*), dimana pesaing langsung itu adalah usaha sejenis yang sama bergerak di bidang menjual makanan

dan minuman namun penjualan minuman yang menjadi menu unggulannya. Sedangkan pesaing tidak langsung adalah usaha yang bergerak dalam bidang menjual makanan dan minuman seperti *cafe*, restoran maupun rumah makan. Dengan ini penulis menemukan data beberapa pesaing langsung untuk usaha bisnis di daerah Parongpong :

Tabel 1.3
Daftar pesaing langsung pada jarak 1 km

No	Nama Kedai	Alamat
1	Tea Experience room by SILA	Armour Kopi Badjoeri, Jln. Sersan Bajuri No.54, Cihideung, Kec.Parongpong
2	Chadoo Tea Room	Jl. Gegerkalong girang No. 97, Gegerkalong, Kec. Sukasari
3	Warkop Mojok	Perumahan Pondok Hijau Indah, Jln. Pinus raya No. 73B, Isola, Kec. Sukasari
4	Ammest Coffee	Jl. Ciwaruga No. 33, Kecamatan Parongpong
5	Armour kopi Bodjoeri	Jl. Sersan Bajuri N. 54, Cihideung, Kec. Parongpong

Sumber : olahan penulis, 2020

Selain dari pesaing, keadaan dari lingkungan sekitar yang jauh dari pemukiman warga berada di jalan pedesaan sehingga akan menjadi suatu ancaman jika tidak ada promosi yang bagus.

Berdasarkan kepada analisis SWOT yang telah penulis jabarkan maka dengan ini pemasaran Kedai Swastea akan menargetkan untuk kalangan menengah ke bawah serta melakukan promosi melalui media online ataupun offline.

E. SPESIFIKASI PRODUK / JASA

Produk yang dijual dalam usaha Kedai Swastea ini adalah minuman dan makanan. Menu yang ditawarkan adalah berbagai minuman berbahan dasar teh, kudapan asin maupun manis khas Indonesia dan beberapa makanan berat. Teh yang dipilih sesuai dengan keinginan pengunjung akan diseduh langsung dengan menggunakan teknik yang tepat.

Teh yang akan menjadi unggulan dari usaha bisnis ini adalah teh yang berasal dari Perkebunan Teh Sukawana, Parongpong. Teh ini memiliki karakter yang harum dan rasa yang tidak terlalu dominan. Selain itu juga penulis ingin memperkenalkan Teh Sukawana yang memiliki kualitas bagus tidak kalah dengan teh yang dihasilkan oleh perkebunan teh besar lainnya di Jawa Barat. Usaha bisnis ini tidak hanya menjual teh yang sudah diseduh saja melainkan teh yang dalam bentuk kemasan pun akan dijual agar konsumen dapat menikmati teh tersebut di rumah. Jenis pelayanan yang akan digunakan adalah *open bar* sehingga para pengunjung dapat melihat secara langsung pembuatan teh, selain itu juga pengunjung dapat berinteraksi dengan pembuat minuman dan menanyakan langsung mengenai minuman yang dipesan.

F. JENIS BADAN USAHA

Menurut undang – undang ketentuan umum pajak badan usaha adalah kumpulan orang atau modal yang menjadi kesatuan baik untuk melakukan usaha ataupun tidak melakukan usaha. Bentuk – bentuk badan usaha antara lain terdiri dari perseroan komanditer, perseroan terbatas, Badan Usaha Milik Negara

(BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), firma, koperasi, dan bentuk lainnya. Berdasarkan pada penjelasan tersebut bentuk lain dari sebuah badan usaha adalah perusahaan perorangan.

Perusahaan perorangan adalah bentuk badan usaha yang hanya dijalankan oleh seorang pengusaha, dengan begitu lingkupnya pun lebih sempit dan sederhana. Oleh karena itu penulis mengambil bentuk jenis badan usaha perusahaan perorangan untuk rencana pendirian *business model canvas* Kedai Swastea di Kabupaten Bandung Barat. Hal ini berdasarkan pada penjualan produk yang belum mempunyai skala yang besar dan modal yang dimiliki sangat terbatas.

G. ASPEK LEGALITAS

Dalam UU No.03 Tahun 1982 pasal 1b tentang wajib daftar perusahaan menyebutkan, perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dan yang didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia, untuk memperoleh keuntungan dan atau laba. Berdasarkan pengertian perusahaan tersebut, maka penulis menyimpulkan bahwa semua jenis badan usaha yang didirikan dengan bertujuan untuk memperoleh keuntungan atau laba wajib mendaftarkan perusahaan mereka. Mendaftarkan perusahaan bertujuan untuk menjadi sumber informasi resmi bagi semua pihak yang berkepentingan, mulai dari identitas perusahaan sampai dengan data perusahaan, sehingga semua akan terjamin dalam menjalankan usahanya.

Bentuk badan usaha yang akan diterapkan untuk rencana pendirian *business model canvas* Kedai Swastea adalah perusahaan perorangan yang dimana

perusahaan ini pun harus didaftarkan kepada pihak pemerintah. Hal – hal yang wajib didaftarkan dalam pengelolaan perusahaan perorangan mulai dari akta pendirian, identitas perusahaan bahkan identitas dari pendiri perusahaan harus didaftarkan. Penulis berharap dengan didaftarkannya usaha bisnis yang akan didirikan dapat terjamin operasionalnya serta menjadi suatu badan usaha yang resmi tercatat oleh Negara.

Bedasarkan kepada Peraturan Bupati Bandung Barat No. 23 Tahun 2017 tentang petunjuk pelaksanaan pendaftaran usaha pariwisata, untuk mendaftarkan usaha Kedai Swastea agar resmi tercatat oleh Negara ada beberapa tahapan yang harus di tempuh yaitu :

1. Permohonan pendaftaran.

Pada tahap ini ada beberapa berkas yang harus di lengkapi sesuai dengan jenis perusahaannya. Karena Kedai Swastea telah menetapkan akan menggunakan badan usaha perusahaan maka dengan ini berkas yang harus disiapkan adalah fotocopy Kartu Tanda Penduduk (KTP), fotocopy NPWP, Ijin Mendirikan Bangunan (IMB), dan Surat Pernyataan Pengelolaan Lingkungan (SPPL). Semua berkas ini akan di serahkan dalam bentuk salinan atau fotocopy yang sudah dilegalisasi.

2. Pemeriksaan berkas permohonan

Dinas atau perangkat daerah yang membidangi PTSP melakukan Pemeriksaan kelengkapan berkas permohonan pendaftaran usaha pariwisata. Pada tahap ini berkas akan diperiksa kelengkapannya dalam waktu 2 hari

kerja, jika ada kekurangan dalam berkas maka pihak PTSP akan membuat pemberitahuan kekurangan dalam bentuk tertulis kepada pemohon. Jika tidak ada pemberitahuan kekurangan dalam berkas maka permohonan dapat dilanjutkan kepada tahap selanjutnya.

3. Penerbitan TDUP

Berkas yang telah diterima akan dilakukan pencatatan ke dalam daftar usaha pariwisata. Dinas atau perangkat daerah yang membidangi PTSP menerbitkan TDUP untuk diserahkan kepada pengusaha pariwisata setelah permohonan pendaftaran usaha pariwisata dinyatakan lengkap.