

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang biasa disingkat menjadi UMKM, akhir – akhir ini semakin marak bermunculan mulai dari kuliner, pakaian, kerajinan tangan, agrobisnis dll. Dari perspektif global Usaha Mikro Kecil dan Menengah memainkan peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi karena memberikan kontribusi yang besar dalam Produk Domestik Bruto (Tambunan, 2021). Salah satu jenis Usaha Mikro Kecil Menengah yang tidak pernah sepi pembeli adalah pada bidang kuliner. Menurut data dari kementerian pada tahun 2020 terdapat sekitar 64,2 juta UMKM, dimana 59,18% antaranya adalah UMKM kuliner.

Salah satu alasan mengapa begitu banyak usaha kuliner karena dalam bisnis kuliner presentase transaksi pembelian ulang oleh konsumen sangatlah tinggi oleh sebab itu industri kuliner merupakan salah satu bisnis yang stabil dan menjanjikan. Disamping itu, untuk membuka bisnis kuliner modal yang diperlukan tidak terlalu besar sehingga memiliki resiko yang rendah ditambah lagi dengan adanya program Kementerian Perindustrian dan Perdagangan yang sedang memfokuskan pengembangan industri makanan dan minuman melalui penerapan standar dan untuk bisa menciptakan inovasi produk, terutama dalam menghadapi era ekonomi digital.

Dengan berkembangnya teknologi banyak sekali pelaku usaha kuliner yang berjualan secara online, seperti menggunakan layanan aplikasi Go Food, Grab Food dan Shopee Food, hal ini begitu berdampak besar dalam hal pendapatan perusahaan, sekitar 75-80% penjualan berasal dari penjualan secara online (Walia, 2017). Menurut lembaga riset We Are Sosial pada tahun 2022 sebanyak 19,85 juta warga Indonesia menggunakan layanan pemesanan makanan secara online dan angka tersebut selalu mengalami kenaikan sekitar 16,5 % setiap tahunnya.. Sedangkan menurut survei yang dilakukan Nielsen Singapore Report alasan mengapa masyarakat Indonesia semakin sering memesan makanan secara *online* karena efisiensi waktu serta dapat menghemat tenaga, serta adanya diskon yang ditawarkan juga menjadi salah satu alasan mengapa semakin banyak yang menggunakan jasa dari aplikasi tersebut

Pada zaman sekarang banyak sekali perubahan pada pola hidup masyarakat salah satunya perubahan dalam pola konsumsi. Dengan kesibukan serta padatnya aktifitas mendorong masyarakat untuk mencari dan mengkonsumsi makanan yang praktis, memiliki rasa yang lezat dan berpenampilan menarik. Akibat dari perubahan pola konsumsi makanan, terutama pada kalangan menengah ke atas, roti menjadi kian populer di Indonesia (Mudjajanto & Yulianti, 2013). Walaupun roti bukan makanan pokok orang Indonesia namun pada setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Berdasarkan Badan Pusat Statistik pada tahun 2014 - 2017 saja produksi roti di Indonesia :

Tabel 1. 1Produks Roti pertahun

Tahun	Jumlah Produksi (Ton)
2014	29.656
2015	31.514
2016	33.488
2017	35.586

Sumber : Badan Pusat Statistik,2017

Tingkat produksi roti yang setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan tentunya hal ini terjadi karena tidak terlepas dari gaya hidup masyarakat yang berubah. Roti menjadi makanan yang praktis serta mudah untuk dijumpai, dalam perkembangannya pun roti semakin bervariasi menjadi salah satu alasan roti semakin banyak dikonsumsi. Menurut Badan Pusat Statistik untuk konsumsi perkapita seminggu roti dikota – kota besar terbilang cukup besar :

Tabel 1. 2 Perbandingan Tingkat Konsumsi

Kota	Rata – rata Konsumsi Perkapita Seminggu (kg/minggu)			
	Nasi Putih	Mie Instan	Roti	Bubur Ayam
Jakarta	1,3	0,5	3	2,1
Bandung	0,2	0,05	0,9	0,5
Surabaya	0,3	0,07	0,5	0,1
Yogyakarta	0,4	0,04	1	0,1
Medan	0,1	0,1	1,2	0,09

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2022

Roti yang cukup populer di Indonesia adalah *Toast Bread* atau biasa disebut dengan nama Roti Bakar oleh masyarakat Indonesia. Roti *toast bread* pertama kali ditemukan pada masa kekaisaran Romawi yaitu sekitar 17 abad yang lalu. Kata *toast* berasal dari bahasa latin yaitu “*tostum*” yang berarti *scorching* atau *burning* yang artinya terbakar. Di benua Eropa *toast bread* muncul ketika krisis pangan melanda pada abad 17 – 18, karena khawatir dengan roti menjadi cepat basi akhirnya masyarakat eropa pada saat itu mulai membakar roti. Ketika roti tersebut dibakar ternyata malah menimbulkan aroma yang harum dan sejak saat itulah *toast bread* menjadi populer.

Sedangkan di Indonesia sendiri masuk pada abad 20 ketika semakin banyak masyarakat Belanda yang datang ke Indonesia. Di Indonesia sendiri roti *toast bread* biasa disebut dengan roti bakar, pada awal kemunculannya roti bakar hanya dibakar dengan mentega saja namun, seiring berjalannya waktu roti bakar menjadi semakin memiliki varian rasa seperti cokelat, stroberi, keju disamping rasa yang manis roti bakar pun memiliki rasa yang asin seperti sosis, *smoked beef*, telur.

Berdasarkan pemaparan dan data – data dari paragraf sebelumnya penulis melihat adanya peluang untuk membuka usaha kuliner *bakery*. Dengan berfokus menjual *toast bread* dengan berbagai macam rasa yang disesuaikan dengan lidah orang Indonesia. Dengan melihatnya peluang ini penulis akan membuat Tugas Akhir *Business plan* dengan judul Perencanaan Bisnis Toast Bread “ Bakers Rules “ di Kota Bandung.

1.2 Gambaran Umum Bisnis

1.2.1 Deskripsi Bisnis

Bakers Rules adalah bisnis dalam bidang kuliner yang menjual *toast bread* dengan konsep *Take Away*. *Toast bread* adalah *slice* roti yang dipanggang hingga warna kecoklatan dan kering, bisa disajikan dengan atau tanpa topping. *Toast bread* yang disajikan *Bakers Rules* akan disajikan dalam beberapa varian rasa.

Bakers Rules akan membuat dapur dengan konsep *Open Kitchen* dengan adanya konsep ini pengunjung dapat melihat secara langsung proses pembuatan makanan sehingga menambah daya tarik dalam hal visual. Selain itu makanan akan selalu dimasak secara *a la minute* agar konsumen dapat memakan ketika masih dalam keadaan hangat serta aroma yang masih sangat kuat. Karena menggunakan konsep *open kitchen*, *Bakers Rules* akan selalu memperhatikan masalah kebersihan dan kenyamanan

Dalam pembuatan bahan – bahan untuk produksi mulai dari roti hingga saus *Bakers Rules* menjalin kerjasama dibuat oleh *suppliers*. Hal ini mengingat biaya investasi yang dikeluarkan akan begitu besar jika seluruh proses produksi dibuat sendiri, selain itu tempat yang dimiliki tidak terlalu besar. Dalam menjalin kerjasama *Bakers Rules* tetap yang menentukan standar resep dan kualitas yang harus dipenuhi oleh *suppliers*, hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa bahan – bahan yang digunakan memiliki kesesuaian dengan standar resep yang telah ditetapkan oleh *Bakers Rules*.

1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama



Gambar 1. 1 Logo Usaha

Sumber : Olahan penulis,2023

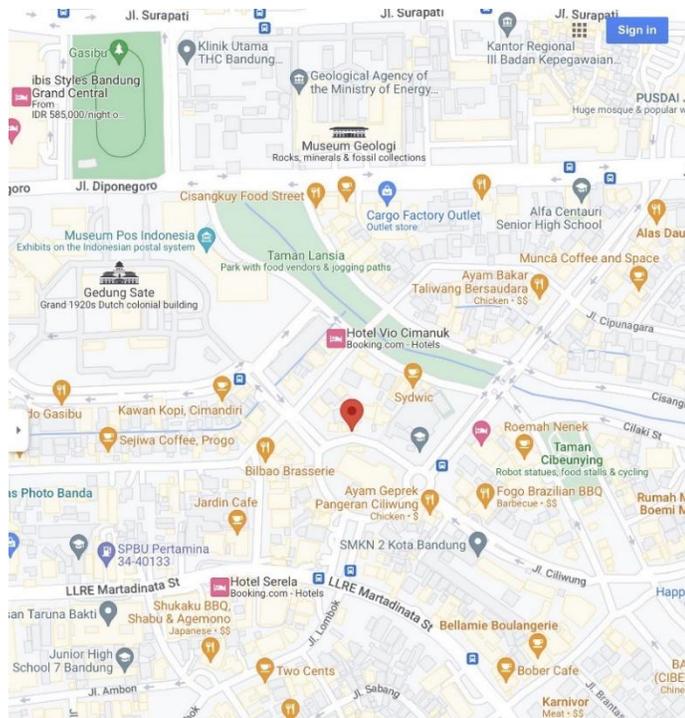
Logo berasal dari bahasa Yunani yaitu *logos* yang memiliki arti pikiran, kata, akal. Logo bagaikan sebuah bendera dan sebuah lambang yang menjual, memberikan suatu identitas, informasi, yang pada akhirnya sebagai digunakan sebagai alat pemasaran (Rustan,2009).

Berdasarkan pemaparan tersebut penulis memberikan nama perusahaan dengan nama *Bakers Rules*. Maksud dari nama tersebut adalah bahwa dalam setiap proses pembuatan *Bakers rules* menggunakan aturan yang benar, sesuai standar, selalu menjaga kebersihan dan kerapihan selama proses produksi dan sesudah produksi sehingga menghasilkan produk yang berkualitas baik.

Penulis memilih logo perusahaan bergambar seorang pria tua dengan tujuan bahwa setiap produk yang dihasilkan adalah produk yang terbaik karena dibuat oleh

seorang yang sudah memiliki pengalaman dan memiliki jam terbang yang tinggi pada bidang *bakery*

1.2.3 identitas bisnis



Gambar 1. 2 Lokasi Usaha

Sumber : Google Maps, 2023

Lokasi adalah hal yang selalu menjadi pertimbangan ketika memulai suatu usaha karena merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan keberhasilan dalam suatu usaha oleh karena itu penulis memilih lokasi didaerah Jalan Riau. Penulis memilih lokasi tersebut karena letaknya yang strategis seperti dekat dengan sekolah,

kantor dan gedung pemerintahan selain itu didaerah tersebut banyak dikunjungi wisatawan ketika *weekend*

1.3 Visi dan Misi

Visi pada dasarnya tujuan suatu perusahaan atau organisasi sedangkan misi adalah hal – hal yang dapat membantu untuk tercapainya visi. Setiap perusahaan pasti memiliki visi dan misi yang akan menjadi dasar suatu perusahaan tersebut bergerak. Dengan adanya visi dan misi perusahaan akan lebih mudah untuk mencapai sebuah *goals*.

A. Visi

- Menjadi salah satu perusahaan *Toast Bread* terbaik di Bandung

B. Misi

- Memperluas jangkauan pasar
- Menjaga konsistensi pada produk
- Melakukan riset untuk melakukan inovasi produk

Dengan memperluas jangkauan pasar tentunya akan membuat *Bakers Rules* menjadi semakin dikenal masyarakat, menjadi lebih mudah untuk diakses oleh konsumen dan memiliki potensi pasar yang semakin besar. Menjaga konsistensi produk menjadi begitu penting ketika akan memperluas jangkauan pasar, karena apabila tidak memiliki konsistensi produk akan membuat konsumen heran dengan tidak konsistennya rasa produk pada setiap gerai, hal ini menyebabkan citra perusahaan

menjadi tidak baik dan tidak mendapat kepercayaan. Melakukan riset merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan. Riset bisa membantu perusahaan untuk memahami pasar, tren dan pengembangan produk. Selain itu melakukan riset merupakan salah satu langkah untuk bisa bertahan dari perkembangan zaman.

1.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT pertama kali diperkenalkan pada tahun 1920-an di Harvard Business School, namun karena masih memiliki kekurangan pada tahun 1960 – 1970 disempurnakan oleh Albert Humphrey dengan menganalisis 500 perusahaan Amerika Serikat. Analisis SWOT merupakan suatu metode perencanaan strategis guna mengevaluasi kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) serta merupakan sebuah instrumen perencanaan sederhana untuk memperkirakan suatu startegi (Fatimah, 2020)

A. *Strenghts*

- Produk yang bisa dikustomisasi
- Bekerjasama dengan *suppliers* yang sudah berpengalaman

B. *Weakness*

- Produk tidak bisa bertahan lama
- Tempat duduk yang terbatas

C. Opportunities

- Adanya dukungan dari pemerintah untuk UMKM
- Makin banyak konsumen yang tertarik dengan produk *bakery*

D. Threats

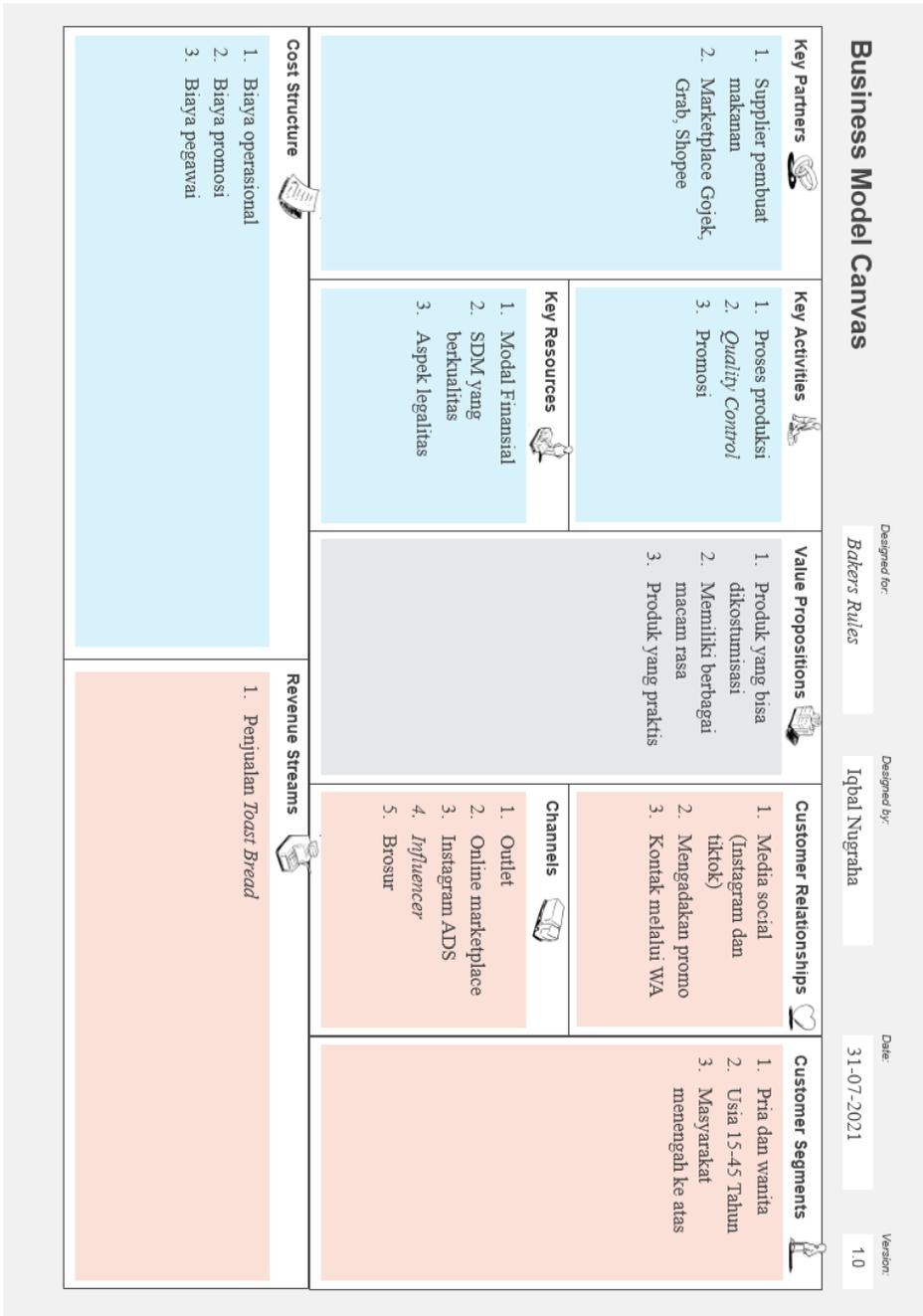
- Produk mudah ditiru
- Naiknya harga bahan baku

Produk yang bisa dikustomisasi memberikan pengalaman tersendiri kepada konsumen karena bisa disesuaikan dengan selera masing – masing. Dengan bekerjasama dengan *supplier* yang memiliki pengalaman tentu saja akan menghasilkan makanan yang memiliki kualitas yang baik karena dengan memilih *supplier* yang berpengalaman akan menjadi semakin mudah untuk menggunakan bahan baku yang berkualitas untuk menghasilkan produk yang berkualitas pula. Memiliki lokasi yang strategis tentunya sebuah keunggulan dalam suatu usaha, salah satunya potensi pasar lebih besar, aksesibilitas yang mudah. Karena usaha ini masih merintis maka tidak akan langsung membuat tempat usaha yang besar oleh sebab itu kursi yang disediakan pun terbatas. Dengan adanya dukungan untuk UMKM dari pemerintah seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) Lembaga Pengelola Dana Bergulir Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (LPDB KUKM). Pemilihan harga bahan pokok yang sesuai sangat mempengaruhi harga jual, namun apabila harga bahan pokok mengalami kenaikan akan menjadi salah satu ancaman karena akan memberikan pengaruh terhadap harga jual

BMC atau Business Model Canvas adalah suatu model kerangka bisnis yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder, seorang konsultan bisnis yang berkebangsaan Swiss. Saat ini, BMC telah menjadi model kerangka bisnis yang sangat populer digunakan oleh banyak perusahaan untuk memvisualisasikan dan menyusun strategi bisnis. Dengan menggunakan BMC, perusahaan dapat merangkum berbagai aspek operasional mereka dengan cara yang jauh lebih sederhana namun menyeluruh. BMC terdiri dari sembilan poin, yaitu :

1. Customer Segments : Target konsumen yang memiliki karakteristik dan kebutuhan yang serupa sehingga perusahaan akan mencari konsumen yang paling potensial
2. Value Proposition : Menjelaskan apa yang ditawarkan perusahaan yang membuat mereka terlihat berbeda dari kompetitor
3. Channels : Jalan atau saluran yang digunakan suatu perusahaan untuk berinteraksi dengan konsumen
4. Customer Relationship : Cara bagaimana suatu perusahaan berinteraksi dengan konsumen dan strategi perusahaan untuk membangun dan menjaga hubungan dengan para konsumen
5. Key Activities : Kegiatan sehari - hari untuk mencapai / menghasilkan Value Proposition yang diinginkan
6. Key Resources : Sumber – sumber yang berguna untuk jalannya perusahaan

7. Key Partners : Perusahaan eksternal yang menjadi mitra perusahaan untuk membantu jalannya suatu bisnis
8. Cost Structures : Biaya – biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk bisa dapat menjalankan bisnis
9. Revenue Streams : Sumber – sumber pendapatan perusahaan



Gambar 1. 3 BMC

Sumber : Olahan penulis,2023

1.5 Spesifikasi Produk

Bakers Rules adalah usaha kuliner yang menjual *toast bread* dengan akan selalu menjamin kualitas pada setiap produk yang disajikan kepada konsumen. Dengan memiliki komitmen untuk selalu memilih dan menggunakan bahan dari supplier yang terpercaya dan berkualitas. *Bakers Rules* akan menawarkan kebebasan bagi konsumen untuk mengkustomisasi sesuai selera, seperti menambah atau mengurangi topping. Produk yang ditawarkan *Bakers Rules* bisa menjadi pengganti makanan utama atau sebagai camilan untuk mengganjal perut.

Roti yang dibuat oleh *Bakers Rules* memiliki karakteristik yang empuk dan lembut yang sudah disesuaikan dengan selera orang Indonesia. Bahan baku yang digunakan untuk membuat roti *Bakers Rules* adalah tepung terigu, ragi, garam, air, gula, margarin dan telur. Tepung terigu merupakan bahan utama dalam pembuatan roti, ragi digunakan untuk mengembangkan roti sedangkan margarin dan telur memberikan kelembutan dan rasa pada roti. Setiap roti yang akan diproduksi dilakukan secara higienis dan terjaga kebersihannya. Roti yang disajikan kepada konsumen memiliki ketebalan sekitar 1.5 cm

1.6 Jenis Badan Usaha

Badan Usaha adalah Kesatuan Organisasi yang secara tetap dan terus menerus bertujuan untuk mendapatkan keuntungan melalui kegiatan produksi dan jasa

(Harahap,2014). Sebagai mana diatur dalam peraturan Undang – Undang Cipta Kerja No, 11 tahun 2020 pada pasal 29 ayat (1) yang mengatur pendirian badan usaha seperti Perseroan Terbatas, Koperasi, Persekutuan Komanditer, Firma, Perusahaan Umum, dll. Dari sekian banyak jenis badan usaha *Bakers Rules* memilih untuk menggunakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dengan alasan sebagai berikut :

1. Tidak ada modal minimal
2. Proses pendiriannya mudah
3. Sistem perpajakan yang mudah dan relatif kecil
4. Keuntungan bersih yang lebih besar
5. Mendapat dukungan dari sektor pemerintah maupun swasta

1.7 Aspek Legalitas

Aspek legalitas merupakan salah satu hal yang penting dalam pendirian usaha. Dengan adanya aspek kelegalan yang diberikan oleh pemerintah tentunya akan mendapatkan rasa kepercayaan yang lebih dari masyarakat. Surat – surat yang harus dimiliki oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah :

1. Izin Usaha Mikro Kecil dan Menengah (IUMKM)
2. *Self Delcare* halal
3. Produk Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT)
4. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) untuk melaporkan Surat Pemberitahuan (SPT)

Izin Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau disingkat IUMKM merupakan salah satu surat izin usaha yang harus dimiliki oleh UMKM. IUMKM ini memberikan kemudahan akses seperti mendapat perlindungan secara hukum, kemudahan dalam mendapatkan pembiayaan, mendapatkan akses yang lebih mudah untuk bekerja sama. *Self Declare* Halal adalah pernyataan untuk sebuah produk halal dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah namun untuk dapat melakukan *Self Declare* halal tentunya harus melalui beberapa tahap sebagaimana tertulis dalam Keputusan Kepala BPJPH NO 33 Tahun 2022. Izin PIRT yang dikeluarkan oleh Dinas Kota/Kabupaten setempat digunakan untuk menjamin bahwa setiap produk yang dihasilkan terjamin keamanan dan kelayakan konsumsinya. Nomor Pokok Wajib Pajak digunakan untuk bisa mengakses Surat Pemberitahuan yang dimana digunakan untuk melaporkan pajak UMKM yang dimana dikenakan pajak sebesar 0,5% dari omzet