

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Begitu banyak bisnis di Indonesia, mulai dari perusahaan besar sampai perusahaan mikro sehingga persaingan bisnis semakin kompetitif. Aktivitas bisnis pada dasarnya memiliki tujuan untuk mendapatkan laba guna melindungi usaha agar eksistensinya tetap terjaga. Perusahaan perlu memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen agar mendapatkan keuntungan. Pasar yang semakin dinamis menuntut para praktisi bisnis agar selalu berinovasi untuk mempertahankan pelanggannya.

Perkembangan bisnis salah satunya dalam bidang bisnis kuliner. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 07 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata, usaha jasa makanan dan minuman ini meliputi: restoran; rumah makan; restoran waralaba; bar di Hotel berbintang 3, berbintang 4, dan berbintang 5; kafe; pusat penjualan makanan dan minuman; jasa boga; dan usaha jasa makanan dan minuman lainnya yang ditetapkan oleh Walikota. Bisnis kuliner atau usaha jasa makanan dan minuman ini merupakan bisnis yang termasuk dalam usaha pariwisata yang berkembang sangat pesat di Bandung.

Bandung merupakan salah satu pusat kuliner di Indonesia. Bahkan, Bandung dinobatkan sebagai Kota Kuliner karena kerap kali menjadi *trendsetter* makanan – makanan tradisional. Namun, seiring meningkatnya

minat wisatawan untuk mengunjungi kota Bandung dan persaingan daya cipta dan inovasi warga Bandung, kuliner yang ada pun dikembangkan. Tidak hanya makanan dan minuman lokal, tetapi juga meluas ke panganan berbagai Negara. Hal ini membuat para praktisi bisnis kuliner berupaya untuk membuat konsep yang menarik agar calon konsumen mendatangi tempat usahanya.

Berdasarkan data perkembangan usaha subsektor kuliner di Bandung dari Badan Pusat Statistika dalam rentang tahun 2019 – 2021, diperoleh data sebagai berikut.

**TABEL 1**  
**PERKEMBANGAN USAHA SUBSEKTOR KULINER**  
**BANDUNG**

<b>Jenis Usaha</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Kafe	41	50	99
Restoran	544	263	370
Rumah Makan	367	211	322
<b>Total</b>	<b>952</b>	<b>524</b>	<b>791</b>

Sumber: Badan Pusat Statistika (2022)

Berdasarkan data pada tabel di atas, usaha kafe meningkat jumlahnya pada saat usaha restoran dan rumah makan mengalami penurunan yang signifikan saat terjadinya pandemi. Kenaikan jumlah usaha kafe yang konstan membuat persaingan usaha subsektor kuliner yang kompetitif sehingga mengharuskan para penggiat usaha kafe memperlihatkan keunikan dan keistimewaan kafanya agar lebih unggul dari pengusaha lain yang menawarkan

produk sejenis. Menurut Damamik (2016), kafe merupakan salah satu jenis usaha yang cepat menyebar seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang berkembang pesat.

Kafe biasanya menyajikan makanan dan minuman yang bersifat ringan. Menurut Ritzer dan Smart (2001) disebutkan bahwa kafe adalah sebuah tempat yang menyediakan kopi dan makanan ringan, serta menjadi tempat berkumpulnya orang-orang untuk bersantai dan berbincang satu sama lain. Lebih lanjut, Mitchell (2012) mengatakan bahwa kafe adalah sebuah tempat di mana orang dapat bersantai dan menikmati minuman dan makanan ringan dengan suasana yang santai dan ramah.

Kebanyakan kafe tidak atau hanya sedikit menyajikan makanan berat, tetapi lebih spesifik menyajikan makanan ringan seperti kue dan roti, serta minuman ringan. Kafe yang khusus menyediakan kue dan hidangan penutup lainnya disebut *dessert café*.

*Dessert Café* adalah kafe yang mengacu pada makanan penutup seperti buah-buahan, kue, dan minuman yang disediakan untuk mengatur rasa. Dengan demikian, kafe menjadi tempat untuk makanan pencuci mulut, roti, es krim, kopi, teh, dan minuman ringan (Kwan dkk, 2020).

Banyaknya *dessert café* yang bermunculan mengakibatkan tingginya persaingan. Berikut adalah beberapa *dessert café* yang ada di Bandung dan sekitarnya yang eksistensinya bertahan hingga saat ini.

TABEL 2

## DESSERT CAFÉ DI BANDUNG DAN SEKITARNYA

NAMA DESSERT CAFE	LOKASI
HGL Cafe	Jl. Ciliwung No.14, Riau, Bandung
Kumari Bake and Brew	Jl. Bagusrangin No.1, Dipatiukur, Bandung
Loop Dessert	Jl. Arjuna No. 46, Pajajaran, Bandung
Peach of Cake	Jl. Karangsari No.17, Setiabudhi, Bandung
Sincere Homemade	Jl. Kliningan No. 7A, Buah Batu, Bandung Ruko Paskal Hypersquare A37
The Deli Bakes Cafe	Jl. Prof. Eyckman No.26, Pasteur, Sukajadi, Bandung
Ambrogio Patisserie	Jl. Banda No.26, Citarum, Bandung Wetan
The Dreams Cake	Jl. BKR No. 22, Bandung
Bodas Dessert Bar	Jl. Talaga Bodas No. 64, Burangrang, Bandung
Harliman Boulangerie Patisserie	Jl. Parahyangan, Cipeundeuy, Padalarang, Bandung Barat

NAMA DESSERT CAFE	LOKASI
Caffe Bene	Jl. Parahyangan Raya, Cipeundeuy, Bandung Barat

Sumber: *kompas.com; pergikuliner.com* (2023)

Maka dari itu, diperlukan strategi dan inovasi untuk menggaet calon konsumen. Konsumen mengunjungi kafe bukan hanya sekadar untuk makan atau minum, tetapi juga menginginkan pengalaman yang berbeda. Hal ini mendorong para pelaku bisnis untuk melakukan pemasaran dengan strategi *Experiential Marketing*. *Experiential Marketing* adalah pendekatan pemasaran yang berfokus pada penciptaan pengalaman dan interaksi positif dengan konsumen agar dapat menyentuh emosi konsumen dalam mempromosikan suatu produk.

*Experiential Marketing* menjadi pendekatan pemasaran dalam konsep *dessert café* penulis. Penulis merencanakan sebuah *dessert café* yang tidak hanya menawarkan produk hidangan penutup, tetapi juga menawarkan pengalaman berbasis *edible* kepada konsumen untuk mendekorasi kueya sendiri, *cocoa painting* dengan *tragant* sebagai kanvasnya, dan *flower box* dengan bunga yang terbuat dari adonan jaring laba-laba.

Tujuan diadakannya pengalaman ini sebagai sarana untuk pemulihan diri atau melepas penat dan stres yang dialami oleh konsumen. Stres sendiri diartikan sebagai keadaan saat diri merasa tidak mampu mengatasi hal yang diakibatkan tekanan yang tidak terkendali (Mental Health Foundation, 2021). Berdasarkan data Kementrian Riset dan Teknologi sebesar 55% masyarakat

Indonesia mengalami stress dengan tingkat stress ringan sebesar 34,5% dan stress sangat berat sebesar 0,8% (Direja, 2020).

Terdapat beberapa cara menurunkan tingkat stres, salah satunya yaitu mengekspresikan diri melalui seni. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Journal of The American Art Therapy Association, melakukan kegiatan yang berhubungan dengan seni akan mengurangi tingkat stres seseorang. Penelitian lainnya oleh Harvard Medical School telah menunjukkan bahwa mengekspresikan diri melalui seni dapat membantu orang yang mengalami depresi, gangguan kecemasan, bahkan kanker. Hal ini juga dikaitkan dengan seni dapat meningkatkan daya ingat, penalaran, dan daya tahan bagi orang tua yang sehat. Diharapkan setelah melakukan kegiatan membuat *edible art*, konsumen dapat menyegarkan kembali pikiran, tubuh, dan jiwanya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk menyusun sebuah perencanaan bisnis untuk tugas akhir dengan judul “PERENCANAAN BISNIS *ARTESEN: ART EXPERIENCE DESSERT CAFÉ*”.

## **1.2 Gambaran Umum Bisnis**

### **A. Deskripsi Umum Bisnis**

Bisnis atau usaha adalah aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan memproduksi, menjual, atau mengedarkan barang atau jasa untuk mendapatkan keuntungan. Bisnis yang dirancang oleh penulis merupakan sebuah bisnis kuliner kafe. Namun, lebih

husus kafe ini hanya menjual makanan penutup dan minuman saja sehingga dikategorikan sebagai *Dessert Café*.

*Dessert café* yang direncanakan penulis memiliki konsep biofilik yaitu konsep yang mengacu pada kecenderungan manusia untuk merasa terhubung dengan alam, sebagai keserasian antara lingkungan alam dan lingkungan ciptaan manusia. Pemilihan konsep ini bertujuan untuk memberikan manfaat kesehatan sejalan dengan tujuan diadakannya pengalaman *'create your edible art'* sebagai sarana untuk melepas penat dan stres yang dialami konsumen.

*Dessert café* ini dirancang memiliki dua lantai. Fungsi utama lantai satu yaitu untuk konsumen yang ingin menikmati hidangan sambil mengerjakan tugas ataupun bersantai dan berbincang. Selain itu, konsumen juga bisa menghias kue sendiri atau melukis dengan cocoa dengan tragant sebagai kanvas. Bahan-bahannya akan diberikan dan peralatannya akan dipinjamkan. Kegiatan ini dilakukan di meja masing-masing dan konsumen bebas mengekspresikan dirinya melalui seni tanpa dibantu instruktur. Kegiatan ini bisa mulai dilakukan saat jam café buka hingga tutup setiap harinya.

Untuk interior lantai satu, *Color palette* yang digunakan berwarna putih, coklat, dan hijau. Warna kursi dan sofa dirancang menggunakan warna *sage green*, meja berwarna putih, dan dinding berwarna putih dengan aksen kayu serta tanaman hijau yang merambat vertikal untuk memperlihatkan kesan menyatu dengan alam. Lampu yang digunakan adalah lampu gantung bulat berwarna putih. *Counter* atau tempat memesan, kasir, serta *showcase* yang berisi *display* kue akan berada di ujung tengah.

Lantai dua akan digunakan sebagai tempat untuk melaksanakan *workshop edible art*. Kapasitas *workshop* dua belas orang dan akan dibantu oleh instruktur. *Workshop* dijadwalkan setiap hari Sabtu dan Minggu karena merupakan akhir pekan dimana pekerja dan pelajar biasanya libur. Namun, setiap Senin sampai Jumat, *workshop* ini akan disewakan untuk *workshop* dari luar sehingga bisa tetap mendapatkan keuntungan.

Di ujung sebelah kiri lantai dua akan diberikan loker yang setiap lokernya sudah berisi peralatan *workshop*. Lantai yang digunakan adalah *vynil* kayu dan dinding berwarna *cream*. Meja yang digunakan berwarna putih dengan kursi berwarna *sage green*. Untuk melakukan *workshop*, konsumen harus melakukan reservasi terlebih dahulu.

Menu yang ditawarkan di Artessen ada roti, *dessert*, *beverage* seperti kopi, mojito, dan mocktail. Dan menu *dessert* yang variatif yang ditawarkan di antaranya Blueberry Cheesecake, Parfait, dan Opera Cake

## **B. Deskripsi Logo dan Nama**

*Dessert café* yang dirancang penulis diberi nama Artessen, diambil dari dua kata 'Art' dan 'Essen'. *Art* yang berarti seni dalam Bahasa Inggris dan *Essen* yang berarti *edible* atau bisa dimakan dalam Bahasa Jerman. Jadi, jika digabungkan, Artessen memiliki arti seni yang bisa dimakan. Sejalan dengan namanya, Artessen memiliki *tagline* 'Create your own edible art'.

## GAMBAR 1.1

### LOGO ARTESSEN



Sumber: Olahan Penulis (2023)

1. Bentuk rumah, memiliki arti “seberapa jauh kamu pergi, rumah adalah tempat untuk kembali”. Penulis mengharapkan konsumen tidak hanya masyarakat sekitar saja, tetapi juga jangkauan masyarakat yang lebih luas. Selain itu, rumah untuk kembali dimaknai dengan harapan konsumen tidak hanya berkunjung sekali saja, tetapi berulang kali.
2. Bentuk lampu, memiliki arti sebuah ide atau penerangan. Konsumen bebas untuk menuangkan idenya dalam *workshop edible art*. Selain itu, makna lampu juga untuk memberi kehangatan, diharapkan konsumen merasa aman dan nyaman berada di Kafe ArtesSEN.
3. Gambar pintu, dimaknai sebagai membuka diri terhadap hal-hal baik, dan menutup diri untuk hal-hal buruk. Diharapkan ArtesSEN selalu berfokus untuk terus berkembang sehingga mencapai kesejahteraan.

4. Warna kuning emas melambangkan keagungan atau kemenangan. Diharapkan Artessen menjadi kafe paling unggul di antara banyaknya kafe yang ada.

### **C. Identitas Bisnis**

Perencanaan bisnis kafe Artessen akan dibangun di Jalan Panyawangan Kav 6-B, Kota Baru Parahyangan, Bandung, Jawa Barat. Pemilihan lokasi ini karena Kota Baru Parahyangan merupakan kawasan yang potensial, strategis, dan mudah dijangkau. Selain itu, Kota Baru Parahyangan memiliki konsep ramah lingkungan, segar, dan asri yang sejalan dengan konsep kafe Artessen. Selain itu, terdapat Bandung Alliance Intercultural School (BAIS) dengan salah satu program *highlight* dari sekolahnya yaitu seni.

### **1.3 Visi dan Misi**

Visi merupakan frasa kata yang dimaknai sebagai cita-cita dari sebuah lembaga atau organisasi. Sedangkan misi adalah aksi-aksi dalam mencapai visi. Kedua istilah ini saling berkaitan dengan tujuan utama sebagai panduan dalam menghadapi perubahan dan membimbing karyawan untuk lebih bertanggung jawab dalam pekerjaannya.

Visi dari Artessen adalah memberi rasa, pelayanan, dan pengalaman melebihi harapan pelanggan dalam waktu tiga tahun. Adapun misi dalam mencapai visi Artessen yaitu:

- Memberikan pelayanan prima atau *service excellent*.
- Menciptakan suasana yang natural dengan fasilitas yang menunjang.

- Menjaga standarisasi dalam menyediakan makanan dan minuman yang segar, lezat, variatif, dan higienis.
- Menyajikan kegiatan-kegiatan seni dalam bentuk yang berbeda dalam rangka mengembangkan inovasi yaitu seni yang bisa dimakan.

#### **1.4 Analisis SWOT**

SWOT adalah akronim dari Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman) yang digunakan untuk menganalisis strategi dalam bisnis dan manajemen. SWOT digunakan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan internal sebuah perusahaan, serta peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi. Menurut Albert Humphrey (1960-an) sebagai pengembang awal konsep SWOT menyatakan bahwa SWOT merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu organisasi. Tujuannya untuk memaksimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, memanfaatkan peluang, dan mengurangi dampak negatif dari ancaman.

Berdasarkan teori yang telah dikemukakan, maka analisis SWOT dari perencanaan bisnis Artessen adalah:

**TABEL 3**

**SWOT ANALYSIS**

		STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESSES (Kelemahan)
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 40%; text-align: center;"> <p>Internal Faktor</p> </div> <div style="width: 55%; border-left: 1px solid black; border-right: 1px solid black;"> <p>STRENGTHS (Kekuatan)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki tiga kegiatan <i>workshop</i> untuk membuat <i>edible art</i>.</li> <li>• Menyediakan Free Wi-Fi.</li> <li>• Tempat yang luas dan interior café yang memberikan kesan tenang dan asri.</li> <li>• Adanya sistem pembayaran elektronik serta bermitra dengan jasa pengirimin dalam jaringan</li> <li>• Presentasi produk yang indah serta kemasan <i>take away</i> yang menarik dan praktis</li> </ul> </div> </div>		<p>WEAKNESSES (Kelemahan)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kegiatan <i>workshop</i> mudah ditiru</li> <li>• Produk mudah kedaluwarsa</li> <li>• Interior café yang banyak digunakan di café lain</li> <li>• Penambahan biaya admin</li> <li>• Pengaturan <i>cash-flow</i></li> </ul>	
		<p>Eksternal Faktor</p>	
<p>Opportunities (Peluang)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesaing yang sedikit karena memiliki <i>workshop</i> yang belum ada sebelumnya.</li> <li>• Budaya nongkrong orang Indonesia.</li> <li>• Lokasi yang strategis</li> <li>• Perkembangan teknologi yang memudahkan promosi pada jangkauan yang luas</li> <li>• Tren <i>Food Photography</i>.</li> </ul>	<p>S – O</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki pesaing yang sedikit karena memiliki tiga kegiatan <i>workshop</i> yang belum ada sebelumnya.</li> <li>• Budaya orang Indonesia yang senang nongkrong didukung oleh <i>free wi-fi</i></li> <li>• Interior yang memberikan kesan tenang dan asri cocok untuk lokasi yang padat dekat dengan perumahan, sekolah, universitas, dan hotel penuh hiruk pikuk kegiatan masyarakat</li> <li>• Memanfaatkan perkembangan teknologi yang memudahkan konsumen akses melalui daring baik jangkauan untuk promosi maupun transaksi.</li> </ul>	<p>W - O</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperkenalkan kegiatan <i>edible art</i> yang masih asing di telinga orang dan terus berinovasi dengan kegiatan yang sudah ada.</li> <li>• Menperhitungkan kapasitas produksi dengan jumlah perputaran harian agar meminimalisir <i>food waste</i>.</li> <li>• Memberikan fasilitas tambahan lainnya yaitu satpam dan area parker.</li> <li>• Bekerja sama dengan <i>merchant</i> yang menyediakan diskon.</li> <li>• Melakukan usaha untuk memperluas pangsa pasar dengan cara bekerja sama</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentasi produk dan kemasan yang indah membuat para <i>food photographer</i> tertarik untuk mengabadikannya sehingga bisa menjadi sarana promosi.</li> </ul>	dengan pihak tertentu secara daring maupun luring.
Threats (Ancaman)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Munculnya pesaing-pesaing baru dengan jenis usaha yang sama.</li> <li>• Penggunaan <i>Wi-Fi</i> publik</li> <li>• Rating buruk dari konsumen</li> <li>• Kenaikan harga bahan.</li> <li>• Tren makanan yang berubah-ubah.</li> </ul>	<p>S - T</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Terus berinovasi sehingga bisa memunculkan ide baru konsep <i>edible art</i>.</li> <li>• Rutin untuk mengganti kata sandi <i>Wi-Fi</i> untuk mencegah kebocoran informasi</li> <li>• Memberikan pelayanan prima dan fasilitas yang menunjang agar selalu mendapat <i>feedback</i> yang positif dari pelanggan</li> <li>• Teknologi memudahkan <i>research</i> mengenai <i>supplier</i> yang sesuai dengan <i>budget</i>.</li> <li>• Presentasi produk yang dinamis, tetap indah dilihat.</li> </ul>	<p>W - T</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Berinovasi dengan kegiatan <i>edible art</i> yang masih asing di telinga masyarakat Indonesia.</li> <li>• Penggunaan <i>wi-fi public</i> yang mempengaruhi <i>turn over table</i> perlu diperhatikan agar jumlah produksi bisa diperhitungkan sehingga meminimalisir <i>food waste</i>.</li> <li>• Menjaga selalu fasilitas yang disediakan kafe dan terus memberikan pengetahuan mengenai pelayanan yang prima kepada staff.</li> <li>• Mencari <i>supplier</i> dengan harga rendah agar penambahan biaya admin tidak terlalu tinggi</li> <li>• Penetapan harga pasar yang kompetitif sejalan dengan tren yang dinamis</li> </ul>

Sumber: Olahan Penulis (2023)

Tren makanan yang dinamis mengharuskan penggiat usaha di bidang kuliner untuk terus berinovasi melalui konsep-konsep baru, menganalisis kebutuhan konsumen sehingga fasilitas yang disediakan bisa sesuai dengan kebutuhan, serta memanfaatkan teknologi yang saat ini berkembang pesat

sebagai sarana untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Penetapan harga pun sangat sensitif sehingga pemilihan *supplier* dan *research* kompetitor sangat diperlukan agar usaha kafe ini mampu bersaing secara kompetitif dan tetap mendapatkan keuntungan.

### **1.5 Spesifikasi Produk / Jasa**

Spesifikasi produk adalah informasi detail yang diberikan oleh produsen mengenai ciri-ciri dan fitur produk. Spesifikasi ini memberikan deskripsi yang jelas tentang produk sehingga konsumen dapat memahami dengan baik produk yang akan dibeli.

Usaha Artessen menawarkan tempat untuk bersantai, mengerjakan tugas, berbincang, ataupun berkumpul sembari menikmati hidangan yang ditawarkan. Produk minuman yang ditawarkan terdiri dari tiga varian dasar yaitu *coffee base*, *non-coffee base*, dan *mocktail*. Jenis *coffee base* yang ditawarkan adalah kopi standar seperti Americano, Cappucino, dan Latte. Untuk *non-coffee base*, pada dasarnya minuman yang berbahan dasar susu dan teh. Sedangkan *mocktail* adalah berbagai minuman bersoda dengan campuran sirup atau sari buah.

Produk makanan yang ditawarkan di Artessen terdiri dari roti dan *dessert* tentunya. Untuk produk roti di antaranya Croissant, Pain au Chocolate, dan Donut. Ada pun *dessert* atau hidangan penutup di antaranya Blueberry Cheesecake, Red Velvet Cake, dan Ice Cream.

Selain itu, Artessen juga bisa menjadi sarana melepas penat ataupun bebas berekspresi dengan membuat karya seni berbasis bahan yang bisa

dimakan. Di lantai satu, konsumen bisa mendekor kue dan melukis dengan menggunakan koko di mejanya masing-masing tanpa instruktur. Untuk yang ingin mendekorasi kue, akan diberikan kue dengan diameter 8 cm yang sudah dilapisi dengan *buttercream* serta peralatan dan bahan penunjang lainnya yaitu *palette*, *piping bag with nozzle*, *buttercream* dengan berbagai warna, serta *sprinkle*.

Untuk yang ingin melukis dengan koko, akan diberikan *tragant* berukuran 10 x 10 cm dan *cocoa paste* agar konsumen bisa menyesuaikan sendiri konsistensinya. Konsumen juga akan diberikan peralatan dan bahan penunjang lainnya.

Di lantai dua, terdapat tiga jenis kegiatan *workshop* yaitu mendekorasi kue, *cocoa painting* dengan *tragant* sebagai kanvasnya, dan *flower box* dengan bunga yang terbuat dari adonan jaring laba-laba. Untuk kegiatan dekorasi kue, konsumen akan diberi satu buah *cake base* diameter 15 cm dan peralatan penunjang seperti *piping bag*, *nozzle*, *palette knife*, *sprinkle*, *biscuit stick*, *strawberry*, *lazy susan*, serta *buttercream* berwarna putih. Artessen juga akan memberikan pewarna makanan agar konsumen bisa membuat warna yang diinginkannya sendiri. Konsumen juga akan diberikan *free* kartu ucapan jika ingin memberikan kue nya untuk orang lain. Semua kegiatan akan dipandu oleh instruktur, dari pencampuran warna, teknik melapisi, dan teknik dekorasi.

Untuk *cocoa painting* dan *tragant*, konsumen akan diberikan *tragant* berbentuk persegi dengan ukuran 15 x 15 cm, satu set kuas berbagai ukuran, palet lukis, *cocoa paste*, dan air.

Untuk *edible flower box*, konsumen akan diberi box dari kardus yang telah dilapisi kertas khusus sekaligus dengan pitanya. Konsumen juga akan diberi *cake board*, dan peralatan penunjang seperti spatula dan mesin crepes serta empat warna adonan jaring laba-laba yaitu warna merah, merah muda, hijau, dan putih.

Kegiatan ini akan memiliki jadwal di setiap hari Sabtu dan Minggu yang akan menghadirkan instruktur untuk membantu dan memberi tips kepada para konsumen yang mengikuti kegiatan *workshop*.

Berikut adalah tabel informasi kegiatan *workshop*.

TABEL 4

INFORMASI KEGIATAN *WORKSHOP* ARTESEN

Kegiatan dan Produk Workshop	Gambar	Fasilitas yang didapatkan	Harga
Cake Decoration Workshop	 <p>Sumber: University of Wisconsin (2021)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konsultasi teori warna dan tips &amp; trick dalam menghias kue</li> <li>- <i>Cake</i> diameter 16 cm yang telah dilapisi <i>Buttercream</i></li> <li>- <i>Buttercream</i></li> <li>- Spuit</li> <li>- Pewarna Makanan</li> <li>- <i>Turn Table</i></li> <li>- <i>Palette</i> dan <i>Knee Palette</i></li> </ul>	Rp210.000

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Box</i></li> <li>- <i>Kartu Ucapan</i></li> <li>- <i>Paper Bag Takeaway</i></li> <li>- <i>Komponen Garnish</i></li> </ul>	
Cocoa Painting	 <p>Sumber: DeviantArt (2018)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tragant berukuran 15 cm x 15 cm</i></li> <li>- <i>Satu set kuas lukis</i></li> <li>- <i>Palet lukis</i></li> <li>- <i>Standee</i></li> <li>- <i>Penjelasan teknik gelap terang</i></li> <li>- <i>Box</i></li> <li>- <i>Kartu Ucapan</i></li> <li>- <i>Kemasan take away</i></li> </ul>	Rp20.000
Flower Box	 <p>Sumber: Penulis (2023)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Teflon</i></li> <li>- <i>Kompore</i></li> <li>- <i>Rubber Spatula</i></li> <li>- <i>Adonan Jaring laba-laba</i></li> <li>- <i>Pewarna makanan</i></li> <li>- <i>Botol Saus</i></li> <li>- <i>Box</i></li> <li>- <i>Pita</i></li> <li>- <i>Kartu Ucapan</i></li> <li>- <i>Kemasan take away</i></li> </ul>	Rp50.000

Bento Cake	 <p>Sumber: Instagram BahagiaKopi (2022)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kue diameter 10 cm yang telah dilapisi <i>Buttercream</i></li> <li>- Paket <i>Buttercream</i> berisi empat pilihan warna</li> <li>- Satu buah <i>Palette</i> plastic</li> <li>- Kartu Ucapan</li> <li>- Kemasan <i>Take away</i></li> </ul>	Rp65.000
------------	---	--	----------

Sumber: Olahan Penulis (2023)

### 1.6 Jenis Usaha / Aspek Legalitas

Aspek legalitas bisnis adalah tanda sah berdirinya sebuah perusahaan atau bisnis. Berdasarkan UU Cipta Kerja No.11 Tahun 2020, Badan Usaha adalah badan usaha berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum yang didirikan di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dan melakukan usaha dan/atau kegiatan pada bidang tertentu. Ada beberapa jenis usaha yang banyak dijumpai seperti perusahaan perseorangan, firma, CV atau persekutuan komanditer, PT atau perseroan terbatas, dan lain sebagainya. Pemilihan jenis usaha disesuaikan dengan kebutuhan pelaku bisnis.

Artessen merupakan usaha swasta yang bergerak di bidang bisnis kuliner. Usaha swasta adalah jenis usaha yang dimiliki dan dijalankan oleh individu atau kelompok orang secara mandiri atau independen, yang bertujuan untuk mencari keuntungan. Artessen akan dibentuk dengan jenis badan usaha CV (*Commanditaire Vennootschap*). Pemilihan bentuk bisnis ini karena

ketetapan yang diperlukan dalam pembentukan CV jauh lebih sedikit dibandingkan dengan pembuatan PT, modal yang lebih fleksibel, serta tidak ada peraturan khusus yang menjadi dasar hukumnya atau tidak berbentuk badan hukum.

Pengajuan CV dilakukan di Pengadilan Negeri sesuai dengan lokasi berdirinya CV tersebut. Namun, perkembangan teknologi membuat pengajuan CV dapat dilakukan secara daring melalui Sistem Administrasi Badan Usaha. Syarat pendirian CV yaitu didirikan minimal oleh dua individu. CV memiliki dua bagian yaitu sekutu aktif dan sekutu pasif. Sekutu aktif bertanggung jawab secara penuh dan tidak terbatas terhadap kewajiban perusahaan, sedangkan sekutu pasif hanya bertanggung jawab atas investasinya dan tidak terlibat dalam pengelolaan perusahaan atau pengambilan keputusan.

Berikut adalah data diri pendiri CV

TABEL 5

DATA DIRI PENDIRI CV

Nama	Muthia Azzahra
NIK	3205076212020005
Tempat, Tanggal Lahir	Garut, 22 Desember 2002
Jenis Kelamin	Perempuan
Alamat	Kp. Sirnasari, RT/RW 02/07, Desa Sirnasari, Kecamatan Samarang, Garut

Nama Ibu	Netri Julita
----------	--------------

Sumber: Olahan Penulis (2023)

Selain itu, sebelum mendirikan CV terdapat beberapa dokumen yang harus dipersiapkan, yaitu:

- Fotokopi KTP sekutu aktif dan sekutu pasif.
- Fotokopi NPWP penanggung jawab perusahaan.
- Keterangan/ Pernyataan domisili bermaterai.
- Surat pernyataan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) bermaterai.
- Nomor telepon dan email perusahaan

Setelah semua dokumen tersebut lengkap, berikut adalah langkah dan prosedur mendirikan CV:

#### 1. Membuat akta pendirian CV

Dalam KUHD pasal 19, diatur mengenai langkah pembuatan akta pendirian CV, yaitu :

- Nama dan identitas (tempat tinggal dan pekerjaan) sekutu aktif dan sekutu pasif sebagai pendiri CV.
- Penetapan nama yang akan digunakan sebagai CV.
- Keterangan CV (umumnya berisi maksud dan tujuan pembentukan CV).

- Nama sekutu yang berwenang (sekutu aktif yang bertanggung jawab menandatangani perjanjian atas nama persekutuan).
- Pasal-pasal penting lain yang berhubungan dengan Pihak Ketiga sekaligus pendiri persekutuan.
- Pendaftaran Akta Pendirian ke Pengadilan Negeri yang disertakan dengan tanggal.
- Menetapkan alokasi kas (uang) CV yang khusus disediakan untuk pihak ketiga sebagai penagih. Jika sudah kosong, maka tanggung jawab sekutu berlaku menjadi tanggung jawab pribadi.
- Pengeluaran satu atau beberapa sekutu dari kekuasaannya untuk bertindak atas nama persekutuan.

Proses ini dilakukan di hadapan notaris. Setelah diabsahkan, akta pendirian lalu dipatenkan dan didaftarkan oleh notaris agar mendapat Surat Keterangan (SK) dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.

## 2. Mendaftarkan akta CV ke Pengadilan Negeri

Pelaku bisnis pertama-tama membuat Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP) dari kelurahan berdasarkan kedudukan yang tertera di CV. NPWP juga diperlukan saat pendaftaran akta ke Pengadilan Negeri. NPWP didapatkan di Kantor Pelayanan Pajak setempat sesuai dengan letak kedudukan CV.

## 3. Membuat Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

Pembuatan SIUP bisa dilaksanakan di Dinas Perindustrian dan Perdagangan di Daerah Tingkat II atau yang setara dengan Kabupaten atau Kotamadya.

#### 4. Membuat Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Tanda Daftar Perusahaan (TDP) adalah daftar tulisan resmi yang disediakan berdasarkan ketetapan konstitusi atau peraturan-peraturan pelaksanaannya, serta berisi hal-hal yang harus didaftarkan oleh setiap perusahaan serta disahkan oleh pejabat yang memiliki kewenangan. Pendaftaran harus dilangsungkan oleh pelaku usaha atau pengurus perusahaan, atau dapat juga memberi surat kuasa kepada orang lain yang dipercayai untuk diwakilkan. TDP dikeluarkan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) di kota domisili CV berada.

Keabsahan atau legalitas perusahaan memiliki banyak kegunaan seperti menaungi usaha, memudahkan pengajuan dana awal usaha, mengoptimalkan kredibilitas, serta masih banyak kegunaan lainnya yang bisa menunjang perkembangan usaha ke depannya.

Dokumen hukum yang diperlukan agar perusahaan menjadi badan usaha yang sah dalam pemerintahan adalah:

##### 1. Akta Pendirian Perusahaan

Akta pendirian perusahaan dibuat dan disahkan oleh notaris sebagai dokumen utama dalam pendirian PT, CV, ataupun Firma. Dokumen ini merupakan dokumen utama dan dokumen syarat untuk

mengurus legalitas lainnya yang dijadikan titik awal berdirinya badan usaha atau perusahaan. Dokumen ini memuat informasi perusahaan seperti nama perusahaan, tempat pendirian perusahaan, jenis perusahaan, sistem manajemen dalam perusahaan, serta modal atau dana awal yang diperlukan untuk mendirikan perusahaan. Dokumen tersebut juga mencantumkan hak-hak dan kewajiban dari pengusaha maupun investor perusahaan.

## 2. NPWP Perusahaan

Setiap perusahaan yang didirikan harus mempunyai NPWP agar legal secara hukum dan terdaftar dalam sistem perpajakan. NPWP merupakan persyaratan utama untuk melengkapi dokumen administrasi dan memperoleh legalitas perusahaan. Dokumen ini digunakan untuk mendapatkan dokumen-dokumen legalitas hukum lainnya seperti pengajuan dana usaha, giro, atau Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Pengusaha dapat mengajukan permohonan ke Dinas untuk mengurus dan menerbitkan NPWP ke Kantor Pelayanan sesuai dengan letak perusahaan berdiri dan beroperasi.

### GAMBAR 1.2

#### NPWP ARTESSEN



Sumber: Olahan Penulis (2023)

### 3. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

SIUP diterbitkan pemerintah setempat sebagai tanda perizinan untuk pelaku usaha untuk melangsungkan usahannya. Perusahaan yang beroperasi di bidang bisnis ataupun pelayanan jasa harus memiliki SIUP. SIUP dibagi menjadi empat kategori berdasarkan modal yang dimiliki perusahaan yaitu SIUP Besar, SIUP Menengah, SIUP Kecil, dan SIUP Mikro. SIUP besar untuk perusahaan dengan modal di atas 10 milyar, SIUP menengah untuk modal usaha senilai 500 juta – 10 milyar, SIUP kecil dengan usaha bermodal 50 – 500 juta, dan SIUP mikro untuk perusahaan bermodal di bawah 50 juta. Masa berlaku SIUP sepanjang perusahaan melangsungkan kegiatan usahanya, jadi pelaku bisnis tidak perlu melakukan perpanjangan masa berlaku.

### 4. Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP)

SKDP didapatkan dengan terlebih dahulu perusahaan memiliki akta pendirian perusahaan. Syarat SKDP di setiap daerah biasanya berbeda, dikeluarkan sesuai domisili perusahaan berada. Masa berlaku SKDP harus diperbarui setiap lima tahun sekali untuk perusahaan dalam bangunan. Sedangkan untuk kantor virtual, perusahaan harus memperbaruinya setiap satu tahun sekali.

### 5. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Dokumen TDP adalah dokumen yang membuktikan perusahaan telah legal didaftarkan. Dokumen ini menjadi suatu keharusan bagi perusahaan berbadan hukum seperti PT, CV, atau Firma. Untuk

mendapatkan TDP, perusahaan harus mengajukan permohonan dan mendapat persetujuan sahnya akta perusahaan dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham).