

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

1.1. Latar Belakang

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang memiliki peluang besar dan menjanjikan. Hal ini didasari dengan kebutuhan pangan yang merupakan kebutuhan pokok manusia. Bisnis kuliner merupakan suatu bisnis/ usaha yang bergerak di bidang kuliner dan memperoleh keuntungan dari hasil menjual produk kuliner. Dewasa ini, produk kuliner mulai beragam sehingga bermunculan juga para pelaku usaha kuliner. Produk olahan *pastry* juga mulai menjadi *trend* di kalangan pebisnis kuliner. Banyak kategori produk *pastry* yang dijadikan sebagai produk utama yang di jual di sebuah *pastry shop/ cake shop* mulai dari aneka ragam roti dan kue internasional yang ke barat-barat an hingga produk olahan kue dan roti yang tradisional. Selain itu, produk olahan *pastry* juga disajikan di banyak kesempatan seperti acara ulang tahun, *coffee break*, maupun sebagai camilan dan *dessert*.

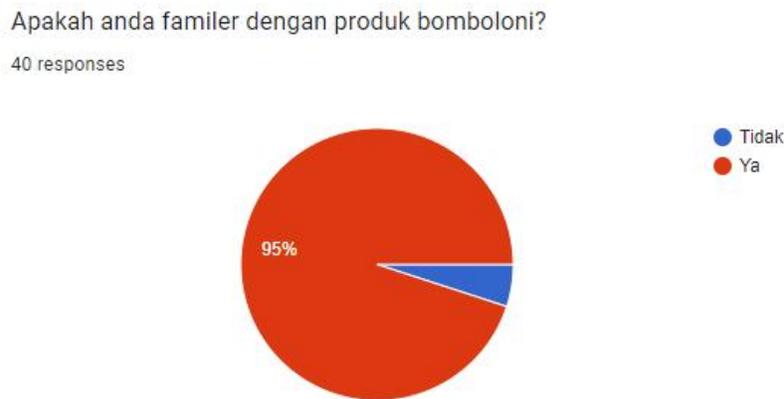
Kota Tangerang Selatan merupakan salah satu kota yang terletak di provinsi Banten, Indonesia. Kota Tangerang Selatan memiliki luas 164,8 km². Kota Tangerang Selatan terletak di sebelah selatan DKI Jakarta. Banyak kompleks perumahan yang didirikan di wilayah kota Tangerang Selatan maupun sekitarnya, seperti Summarecon Serpong, Paramount Serpong, BSD, Alam Sutera dan masih banyak lagi. Hal ini lah yang membuat wilayah kota

Tangerang Selatan dan sekitarnya memiliki banyak penduduk. Pada 2020, wilayah Tangerang Selatan terdapat 1,8 juta jiwa penduduk. Banyaknya jumlah penduduk di wilayah tersebutlah yang penulis lihat sebagai peluang bisnis kuliner Bomboloni yang akan penulis rintis.

Melihat peluang usaha yang ada di bisnis kuliner khususnya di kota Tangerang Selatan dan sekitarnya, penulis berencana untuk membuka bisnis kuliner Bomboloni. Bomboloni merupakan salah satu roti tradisional pada musim Karnaval, tetapi saat ini bomboloni dapat disajikan sepanjang tahun. Bomboloni dikatakan berasal dari Tuscany, Italia, biasanya dijual sebagai makanan ringan di banyak toko roti, dan kedai kopi di seluruh Italia. Di Tuscany dan daerah Italia utara bomboloni hanya dilapisi gula, sementara di Lazio, bomboloni lebih tradisional, bomboloni Laziale biasanya diisi dengan krim klasik yang disebut *crema pasticcera*, atau terkadang krim coklat. Bomboloni yang lezat, paling enak dinikmati saat masih hangat, terlepas dari varian rasa yang disukai. Berbeda dengan yang telah di paparkan sebelumnya, bomboloni yang akan dijual oleh penulis akan memiliki banyak varian rasa dan juga akan diberi *topping* dan *garnish* sesuai rasanya sehingga akan terlihat lebih menarik dan modern. Dengan disediakannya aneka varian rasa penulis yakin kebutuhan selera konsumen yang beraneka ragam juga akan terpenuhi. Penulis membuat bomboloni yang berbeda dari biasanya agar menciptakan keunikan sehingga bisa menjadi pembeda dengan produk-produk bomboloni lainnya. Bomboloni juga merupakan salah satu produk olaham pastry yang

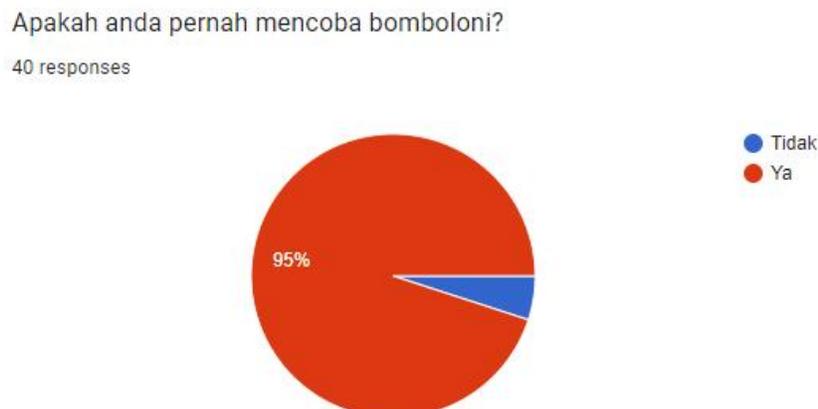
terkenal dan familier di Indonesia khususnya di wilayah Jabodetabek. Berdasarkan hasil survey yang dibuat oleh penulis dari 40 responden, sebanyak 95% familier dengan produk Bomboloni dan sebanyak 95% juga pernah mencoba produk Bomboloni. Bomboloni juga bukan merupakan cemilan yang bersifat seasonal atau musiman, masyarakat Indonesia bisa menemukan dan mengonsumsi bomboloni setiap harinya.

GAMBAR 1.1. Hasil Survey Kepopuleran Produk



Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

GAMBAR 1.2. Hasil Survey



Sumber: Data Olahan penulis,2023

Melihat dari peluang-peluang diatas, penulis yakin usaha bomboloni merupakan salah satu ide usaha yang tepat untuk diwujudkan karena bomboloni telah banyak dikenal. Penulis yakin kepopuleran bomboloni dapat memberikan peluang yang besar dalam bisnis kuliner bomboloni. Selain karena produk yang populer, kualitas produk juga berpengaruh pada penjualan produk. Kualitas produk yang dijual harus premium, yaitu terbuat dari bahan bahan yang terbaik dan diolah dengan cara yang tepat dan memiliki rasa yang konsisten.

1.2. Gambaran Umum Bisnis

1.2.1. Deskripsi Bisnis

Enchante merupakan usaha kuliner khususnya di bidang *pastry* yang menjual bomboloni dengan filling. Terdapat berbagai pilihan filling yang disajikan oleh Enchante, sehingga konsumen nantinya dapat memilih bomboloni sesuai dengan seleranya masing-masing. Bomboloni akan diberi isian *filling cream* dengan berbagai rasa dan akan diberi garnish dan topping sesuai dengan varian rasanya sehingga membuat tampilan bomboloni lebih menarik dan unik.

Target pasar yang dituju Enchante adalah kalangan menengah keatas khususnya para kalangan muda yang gemar pada produk olahan *pastry*. Karena menargetkan kalangan muda sebagai target pasar utama

Enchante akan menawarkan bomboloni dengan filling yang lebih modern dan bervariasi serta tampilan bomboloni yang menarik.

Kawasan Tangerang khususnya Alam Sutera memiliki banyak bakery shop dan restaurant namun belum banyak yang menjual bomboloni serupa dengan yang dijual oleh Enchante. Selain itu, terdapat berbagai Universitas Swasta yang ada di kawasan Alam Sutera, hal ini yang dapat membuat target konsumen Enchante dapat semakin luas.

Bomboloni Enchante akan dijual secara online dengan membangun kerjasama dengan perusahaan *online food delivery* seperti GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood. Penulis memilih menjual Bomboloni Enchante secara online karena penulis merasa lebih efisien dan dapat menjangkau customer yang lebih luas. Selain itu, penjualan secara online juga dapat menghemat biaya pembangunan outlet *dine in*, sehingga bisa menekan modal usaha.

1.2.2. Deskripsi Logo dan Nama

Menurut Adams Morioka (2009) logo merupakan simbol khas dari sebuah perusahaan, objek, jasa, ide, publikasi atau layanan. Sedangkan menurut Sularko, dkk (2008: 6) dalam buku "*How Do They Think*," menjelaskan bahwa logo atau corporate identity atau brand identity adalah sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat

pemasaran yang signifikan, bahwa logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya

Berdasarkan teori-teori yang telah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan bahwa logo merupakan simbol serta identitas dari sebuah brand yang juga dapat difungsikan sebagai alat pemasaran. Penulis memberikan nama brand “Enchante” untuk produk bomboloni kali ini dikarenakan dalam Bahasa Inggris Enchante berarti mempesona sedangkan dalam Bahasa Perancis *enchanté* berarti senang sekali, makna ganda inilah yang membuat kata enchante menjadi unik dan bermakna baik. Selain itu, kata Enchante juga mewakili produk yang akan dijual nantinya yaitu mempesona yang berarti memiliki bentuk yang menarik dan cantik serta kata senang sekali yang bermakna kepuasan pelanggan terhadap produk yang dijual serta pelayanan yang ada di toko ini.

Di bawah ini merupakan logo yang nantinya akan digunakan oleh penulis sebagai identitas usaha:

Gambar 1.3. Logo Enchante



Sumber : Olahan Penulis, 2023

Menurut makinrajin.com, warna pink memberikan kesan ceria, semangat, dan manis oleh karena itu, penulis memilih logo dengan dominan warna pink karena sesuai dan menggambarkan produk yang akan dijual. Penambahan tulisan “*Bomboloni Specialist*” diambil dari bahasa Inggris yang berarti spesialis bomboloni untuk menekankan bahwa Enchante merupakan toko yang tepat untuk konsumen membeli bomboloni yang merupakan spesialis dari toko.

1.2.3. Identitas Bisnis (Kontak dan alamat perusahaan)

Penulis akan membuat Enchante menjadi toko bomboloni yang terbaik berdasarkan kualitas, rasa, serta pelayanannya penulis juga berharap Enchante bisa bersaing di pasar kuliner Indonesia. Selain itu, penulis juga membuat produk yang dijual di Enchante terkesan modern dan premium sehingga dapat tepat pada sasaran target konsumen yaitu kalangan menengah keatas khususnya para kalangan muda.

Penulis akan mengambil kawasan Alam Sutera sebagai tempat berbisnis nantinya. Kawasan Alam Sutera terletak di kota Tangerang. Alam Sutera merupakan kota mandiri yang padat penduduk. Berdasarkan pengamatan penulis, berikut merupakan alasan penulis memilih kawasan alam sutera sebagai lokasi usaha :

1. Alam sutera merupakan kawasan permukiman dengan jumlah penduduk mencapai sekitar 4.500 keluarga.
2. Banyak kawasan yang bisa dikunjungi di Alam Sutera seperti IKEA Alam Sutera, The Broadway Alam Sutera, Living World Mall dan lain-lain
3. Terdapat beberapa Universitas Swasta seperti Universitas Bunda Mulia dan Binus University sehingga banyak mahasiswa yang bisa menjadi target pasar Enchante

Enchante Bomboloni akan beralamat di Jl. Sutera Flamboyan V/19, Alam Sutera, Serpong, yang merupakan rumah *owner*. Dapur produksi Enchante akan berada di dalam rumah *owner* (*Home Industry*)

1.3. Visi dan Misi

Visi dan misi merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan, visi dan misi jugalah yang nantinya akan menentukan arah bisnis, menetapkan tujuan jangka panjang, dan mewujudkan apa yang telah ditetapkan sebelumnya. Visi dan misi juga dapat meningkatkan semangat kerja para karyawan, memaksimalkan kinerja, serta berkomitmen dengan apa yang mereka kerjakan karena merasa perusahaan sudah memiliki tujuan yang jelas.

Visi dari Enchante adalah menjadi bisnis Bomboloni yang terbaik kualitasnya dan mampu bersaing di pasar kuliner internasional.

Misi dari Enchante :

1. Menyediakan produk fresh dengan kualitas terbaik setiap harinya dengan rasa dan tampilan yang konsisten
2. Menciptakan suasana outlet maupun kitchen sebagai lingkungan yang nyaman, bersih serta modern
3. Menyediakan pelayanan yang ramah, *helpful* dan memiliki wawasan tentang produk yang akan dijual.

Dalam suatu perusahaan visi dan misi merupakan hal yang vital dikarenakan hal ini yang akan menjadi arah tujuan bagi para pekerja dan staff.

Kekonsistenan dan menjalankan SOP (*Standard Operating Procedure*) juga sangat penting demi menjaga kualitas, rasa dan tampilan yang konsisten. Penggunaan bahan baku yang premium serta *fresh* juga berpengaruh pada hasil akhir produk.

Penerapan *hygiene* yang ketat dan tepat juga harus selalu dijaga demi menciptakan lingkungan yang nyaman dan bersih. Perlengkapan yang modern juga diperlukan demi memudahkan pekerjaan para *staff* seperti penyediaan *mixer, proofer dan fryer*.

SDM (Sumber Daya Manusia) juga memiliki pengaruh yang sangat besar dengan menyediakan SDM yang ramah serta menerapkan nilai nilai hospitaliti yaitu *Grooming and Greeting, Respect, Attitude, Discipline, eager to Serve, Smile*. para staff juga akan diberi wawasan mengenai produk sehingga bisa menjelaskan kepada para pelanggan mengenai produk yang akan dijual.

1.4. SWOT Analysis

SWOT Analysis merupakan salah satu metode analisa kelebihan dan kekurangan yang berasal dari internal perusahaan dan kesempatan serta ancaman yang berasal dari eksternal perusahaan.

TABEL 1.1 *SWOT Analysis*

STRENGTH	WEAKNESS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Enchante memiliki bentuk fisik yang menarik dan cantik 2. Desain kemasan yang digunakan menarik sehingga cocok digunakan sebagai hampers, hadiah maupun untuk dikonsumsi sendiri 3. Varian bomboloni yang beragam 4. Kualitas premium namun harga masih terjangkau 5. Mudah dijangkau masyarakat 6. Varian bomboloni yang diproduksi mengikuti perkembangan zaman 7. Produk yang dijual menarik sehingga bisa menarik pasar 8. Produk yang dijual memiliki kualitas yang tinggi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk tidak dapat bertahan lama karena tidak menggunakan pengawet ketahanan 36 jam 2. Tidak bisa dikirim keluar kota karena produk tidak tahan lama
OPPORTUNITY	THREARTS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi usaha merupakan pemukiman penduduk 2. Lokasi usaha strategis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah banyak pesaing yang menjual produk serupa 2. Pesaing sudah berdiri sejak lama dan tetap eksis 3. Ketergantungan produk import

Semakin berkembangnya sebuah trend makanan tentu pesaing baru akan bermunculan, namun, setiap perusahaan memiliki ciri khasnya. Melalui hasil analisa SWOT diatas, dapat disimpulkan bahwa Enchante memiliki banyak kelebihan yang akan terus dikembangkan dan kekurangan yang nantinya akan diatasi dengan strategi yang tepat. Serta kesempatan yang akan digunakan dengan baik untuk mengembangkan bisnis. Penulis yakin Enchante akan menarik banyak perhatian dari masyarakat sekitar

1.5. *Business Model Canvas* (BMC)

BMC (Business Model Canvas) adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk merancang, menggambarkan, dan memvisualisasikan model bisnis suatu perusahaan. Dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, BMC menjadi alat yang populer digunakan oleh para wirausahawan, manajer, dan pemimpin perusahaan untuk mengidentifikasi, memahami, dan mengkomunikasikan elemen-elemen kunci dalam suatu model bisnis.

BMC terdiri dari sembilan komponen utama yang membentuk elemen-elemen kunci dalam suatu model bisnis. Berikut adalah penjelasan singkat tentang masing-masing komponen:

- Segmen Pelanggan (Customer Segments): Mengidentifikasi kelompok pelanggan yang menjadi target utama perusahaan.
- Proposisi Nilai (Value Propositions): Menjelaskan nilai atau manfaat yang diberikan kepada pelanggan dan membedakan perusahaan dari pesaing.

- Saluran Distribusi (Channels): Menjelaskan cara perusahaan menyampaikan produk atau layanan kepada pelanggan.
- Hubungan dengan Pelanggan (Customer Relationships): Mendeskripsikan jenis hubungan yang dijalin dengan pelanggan.
- Sumber Pendapatan (Revenue Streams): Menggambarkan bagaimana perusahaan menghasilkan pendapatan dari pelanggan.
- Sumber Daya Utama (Key Resources): Merupakan aset fisik, finansial, intelektual, atau manusia yang diperlukan untuk menjalankan model bisnis.
- Aktivitas Kunci (Key Activities): Menjelaskan tindakan utama yang harus dilakukan perusahaan untuk menjalankan model bisnis.
- Kemitraan Kunci (Key Partnerships): Menggambarkan kemitraan atau kerjasama yang dibentuk perusahaan untuk mencapai keberhasilan.
- Struktur Biaya (Cost Structure): Merupakan gambaran tentang semua biaya yang terkait dengan operasional perusahaan.

BMC membantu perusahaan untuk memahami hubungan antara elemen-elemen ini dan memvisualisasikannya dalam bentuk kanvas yang mudah dipahami. Dengan menggunakan BMC, perusahaan dapat mengevaluasi, mengubah, dan mengoptimalkan model bisnis mereka, serta mengidentifikasi peluang baru dan mengantisipasi tantangan yang mungkin dihadapi.

BMC sering digunakan dalam tahap perencanaan bisnis baru, perluasan bisnis, pengembangan produk, atau transformasi digital. Ini adalah alat yang sangat berguna

untuk membantu pemangku kepentingan perusahaan memahami dan berkolaborasi dalam merancang dan mengubah model bisnis dengan cara yang lebih terstruktur dan terfokus. Berikut adalah BMC untuk Enchante Bomboloni:

Gambar 1.4. *Business Model Canvas*

Business Model Canvas		Designed for:	Designed by:	Date:	Version:
		Enchante	Salwa	07/04	
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments	
<ul style="list-style-type: none"> - Supplier Bahan baku premium - Jasa Layanan pesan antar makanan online - Supplier peralatan Patiseri - Supplier kemasan / packaging 	<ul style="list-style-type: none"> - Memproduksi produk - Menjual dan mendistribusikan produk kepada konsumen - Menjaga kualitas produk - Menyediakan produk sesuai kebutuhan pembeli 	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas produk terjaga - Produk yang konsisten - Kebersihan dan kenyamanan tempat - Memiliki beragam varian rasa 	<ul style="list-style-type: none"> - Layanan pesan antar - Penawaran dan promo yang menarik 	<ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat sekitar lokasi usaha - Kalangan menengah keatas - Kaum muda yang menyukai produk pastry 	
Key Resources	Channels				
<ul style="list-style-type: none"> - Bahan baku yang berkualitas dan premium - Sumber daya manusia yang memadai 	<ul style="list-style-type: none"> - Media sosial - Layanan pesan antar online 				
Cost Structure	Revenue Streams				
<ul style="list-style-type: none"> - Anggaran biaya bahan baku - Anggaran pembelian peralatan produksi - Anggaran biaya marketing 	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil penjualan makanan 				

Sumber: Olahan Penulis 2023

1.6. Spesifikasi Produk/Jasa

Menurut KBBI, Produk ialah berbagai barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu. Sedangkan menurut Philip Kotler, Produk sebagai sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, dipergunakan atau dikonsumsi oleh konsumen sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan termasuk didalamnya fisik, jasa, orang, tempat organisasi dan gagasan.

Pada dasarnya produk di kelompokkan menjadi 2 kelompok berdasarkan wujudnya yaitu barang dan jasa. Barang adalah semua produk yang wujudnya fisik, dapat dilihat, diraba, disentuh, dirasa, dipindahkan, dan perlakuan fisik lainnya. Contoh barang : makanan, minuman, aksesoris, dan lain sebagainya. Sedangkan jasa adalah segala kegiatan yang memberikan manfaat dan kepuasan kepada konsumen. Contoh jasa : jasa make up, jasa penginapan, jasa konsultasi, jasa pelayanan dan lain sebagainya.

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan diatas, produk yang penulis jual kali ini berupa barang yang masuk dalam kategori makanan. Produk yang dijual dikategorikan sebagai produk olahan pastry berupa Bomboloni dengan varian cream yang bervariasi sehingga mampu mencakup seluruh selera dan kebutuhan konsumen.

1.7. Jenis Badan Usaha

Badan usaha didefinisikan sebagai suatu kesatuan organisasi dan ekonomis yang mempunyai tujuan untuk memperoleh laba atau keuntungan dan memberikan layanan pada masyarakat. Bentuk-bentuk badan usaha di Indonesia bermacam-macam.

Badan usaha memiliki beberapa jenis, salah satunya adalah persekutuan komanditer atau yang biasa disebut *Commanditaire Venootschap* (CV). Enchante akan mengambil jenis usaha CV dengan beberapa alasan, yaitu:

- a. Kebutuhan modal dapat lebih mudah dipenuhi.
- b. Secara kepemimpinan akan lebih terstruktur.
- c. Adanya kebebasan keuangan tanpa terkena pajak.
- d. Pengelolaannya dapat diserahkan kepada pihak yang ahli.

Izin mendirikan usaha adalah proses hukum dan administratif yang harus dilalui untuk memulai dan menjalankan bisnis secara sah. Izin ini diberikan oleh pemerintah atau otoritas yang berwenang di wilayah di mana usaha tersebut beroperasi. Tujuan izin mendirikan usaha adalah untuk memastikan bahwa bisnis beroperasi sesuai dengan aturan dan peraturan yang berlaku, serta melindungi kepentingan masyarakat, karyawan, dan konsumen.

Untuk membuat perizinan CV ada beberapa syarat perizinan yang harus dilengkapi yaitu:

1. Foto copy KTP sekutu aktif dan sekutu pasif.

2. Foto copy NPWP penanggung jawab perusahaan.
3. Keterangan/ Pernyataan domisili bermaterai.
4. Surat pernyataan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) bermaterai.
5. Nomor telepon dan email perusahaan.
6. Jika perusahaan dikuasakan, maka wajib mencantumkan surat kuasa dan notulen bermaterai beserta KOP perusahaan.