

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia pada tahun 2022, kesadaran terhadap makanan atau minuman yang akan di konsumsi oleh masyarakat meningkat drastis, setelah terjadi penurunan pembelian konsumsi makanan pada periode 2020 – 2021 terjadinya COVID-19 di Indonesia. Pandemi COVID-19 berdampak luas pada berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor kesehatan, ekonomi, pendidikan, dan sosial. Banyak rumah sakit dan fasilitas kesehatan yang menghadapi tekanan yang besar dengan banyak perusahaan menghadapi penutupan sementara atau permanen, dan tingkat pengangguran semakin meningkat. Sekolah dan perguruan tinggi di banyak negara tutup, dan beralih ke pembelajaran jarak jauh atau bisa disebut daring. Menurut Kementerian Perindustrian (Kemenperin) pada tahun 2022, pertumbuhan bisnis dalam *Food and Beverage* di Indonesia sebesar 3,8 % per kuartal ke II tahun 2022, dan pendapatan bruto (PDB) Indonesia sendiri tumbuh 38,38% pada kuartal yang sama di tahun 2022.

Kesadaran terhadap akan konsumsi makanan dan minuman sehat pada masyarakat umum meningkat dengan banyaknya dibuka jenis kedai minuman yang berorientasi sehat, dan banyak kandungan gizinya. Selain itu, banyak masyarakat Indonesia yang mulai sadar terhadap apa yang akan di konsumsinya. Mulai banyak memperhatikan kandungan serta manfaat yang didapatkan apabila mengkonsumsi makanan atau minuman sehat. mengutip dari media Indonesia, minat masyarakat

Indonesia terhadap produk makanan dan minuman sehat melejit pesat. Dan memilih untuk gaya hidup yang sehat. **Invalid source specified.**

Food and Beverage adalah usaha dalam membuat jasa makanan dan minuman yang akan di sajikan kepada konsumen, untuk memenuhi harsat dasar manusia untuk melanjutkan hidup. *Food and Beverage* adalah semua produk yang berkaitan dengan makanan dan minuman, termasuk makanan ringan, minuman ringan, makanan cepat saji, dan produk makanan lainnya **Invalid source specified.** Sedangkan bisnis makanan dan minuman merupakan kategori produk yang terdiri dari makanan dan minuman yang di sajikan di tempat atau yang dijual untuk dibawa pulang (*R.Merrie Brucks dan Deborah, 2016*). Dari definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa bisnis dalam bidang makanan dan minuman merupakan bisnis yang tidak akan pernah mati.

Minuman adalah semua jenis cairan yang dapat diminum (*drinkable liquid*) selain obat – obatan. Minuman mempunyai beberapa fungsi yang mendasar yaitu sebagai penghilang rasa haus, penambah tenaga, dan sarana untuk membantu proses pencernaan makanan (Ekawatiningsih, 2008). Secara umum, minuman dibedakan menjadi tiga golongan yaitu minuman ringan, air mineral dalam kemasan, dan minuman beralkohol. Minuman ringan terdiri dari beberapa jenis di antaranya air minum dalam kemasan yang mengandung pemanis, soda, kopi, dan teh yang mengandung pemanis, sari buah dengan kemurnian $\leq 50\%$ dan mengandung pemanis, dan minuman yang mengandung susu (Minnesota Revenue, 2014)

Minuman berenegri merupakan salah satu minuman yang memiliki gula tinggi dan apabila mengkonsumsi secara berlebihan menyebabkan masalah diabetes,

penurunan fungsi ginjal dan memiliki masalah terhadap jantung. Kandungan yang ada terhadap minuman berenergi membuat jantung berdebar dan menjadi masalah apabila orang yang memiliki riwayat atau sedang mengalami masalah jantung. Sehingga konsumsi minuman berenergi ini haruslah dibatasi **Invalid source specified.**

Adapun makanan yang di katakan sebagai penyebab diabetes dan obesitas. Yaitu, makanan ringan dan makanan cepat saji, kandungan makanan ini memiliki garam, gula dan lemak tinggi yang apabila di konsumsi secara rutin setiap harinya dapat menyebabkan obesitas, meningkatkan masalah jantung seperti *hypertension* atau darah tinggi, masalah jantung lainnya , dan diabetes. **Invalid source specified.**

Minuman sehat adalah minuman yang memiliki kandungan yang baik, bernutrisi tinggi dan tidak mengandung bahan yang menyebabkan tubuh rusak (halodoc jurnalis, 2019). Minuman sehat adalah minuman yang tidak mengandung gula tambahan atau gula buatan, rendah kalori, dan kaya nutrisi (*American Heart Association*, 2018). Sedangkan menurut *Dr. Josepsh Mercola*, minuman sehat adalah minuman yang dibuat dengan bahan – bahan alami dan segar, seperti sayuran, buah – buahan dan tidak mengandung bahan – bahan kimia atau pengawet (*Mercola*, 2018).

Penjelasan dari definisi minuman sehat dapat disimpulkan bahwa minuman sehat adalah minuman yang memiliki kandungan dan hasiat baik untuk tubuh agar mencegah penyakit bagi tubuh manusia. Sehingga minuman ini dapat menjadi salah satu alternatif bagi orang yang sedang menjalankan diet atau menjaga badan agar tidak sakit. Minuman ini dapat dijual dengan bentuk variatif agar konsumen dapat menarik minat untuk mengkonsumsi minuman sehat. Dari segi manfaat yang akan

dirasakan oleh konsumen, minuman sehat ini dapat menjadi salah satu peluang bisnis yang cukup menguntungkan dikarenakan orang yang sedang diet atau menjaga badannya untuk mengkonsumsi bahan yang sehat. Serta menjadi salah satu strategi bisnis yang cukup menarik di kawasan sekitar.

Kedai adalah sebuah usaha kecil yang menjual berbagai macam barang kebutuhan sehari – hari, seperti makanan, minuman, dan barang – barang lainnya. Dengan penjualan yang relatif murah (Drs. R.Soepardjo Rustam, 2013). Kedai juga bisa diartikan sebagai tempat yang menjual makanan, minuman, atau barang keperluan sehari – hari (KBBI, 2016).

Pada perkembangan zamannya banyak pembisnis atau perusahaan yang bergerak pada bidang jasa pengantar sudah bertransformasi kedalam era digital yang dimana banyak terdapat aplikasi antar yang sangat efisien, dan mudah di gunakan oleh masyarakat, dengan adanya aplikasi ini memudahkan pembisnis untuk melebarkan ekspansinya serta menambah omset perusahaan atau pemilik kedai. Selain itu kemudahan yang ada dalam aplikasi jasa ini, sekaligus dapat mempromosikan barang yang dijual kedalam jasa pengantar ini. Sehingga pelanggan atau konsumen ini dapat di akses secara cepat mudah dan tidak perlu untuk meninggalkan rumah. Meskipun konsep kedai tradisional tetap menjadi pilihan bagi banyak orang yang ingin membeli dan menikmati makanan, dan minuman di kedai dengan suasana yang nyaman dan hangat.

Kedai minuman sehat ini menawarkan berbagai macam produk minuman sehat yang memiliki bahan yang alami seperti buah – buahan dan sayuran yang

dipadukan untuk menambah khasiat pada produk minuman ini. Pada produk minuman sehat ini terdapat kandungan vitamin yang sangat dibutuhkan oleh tubuh dan tidak menyebabkan sakit. Sehingga kedai katharotita menawarkan minuman sehat menjadi salah satu primadona untuk sebagian masyarakat. Dan mulai meningkatnya kesadaran kesehatan masyarakat, atas dasar menghindari penyakit .

Salah satu lokasi yang dikatakan cukup strategis, karena lokasi bertempat di tengah – tengah Kota Sukabumi. Penulis mencoba untuk mendirikan kedai dengan nama kedai katharotita. Kedai ini menawarkan makanan dan minuman sehat. Sehingga dapat menarik masyarakat untuk mencoba gaya hidup yang sehat, ataupun yang sedang melaksanakan diet.

Sukabumi merupakan salah satu kota yang berada di provinsi Jawa Barat. Dikutip oleh pemerintah kota sukabumi, Kota Sukabumi secara Geografis terletak di bagian selatan Jawa Barat pada koordinat 106 °45'50" Bujur Timur dan 106°45'10" Bujur Timur, 6°50'44" Lintang Selatan, di kaki Gunung Gede dan Gunung Pangrango yang ketinggiannya 584 meter di atas permukaan laut, dan berjarak 120 km dari Ibukota Negara (Jakarta) atau 96 km dari Ibukota Provinsi Jawa Barat kota Bandung **Invalid source specified..**

Dari potensial yang ada pada kota Sukabumi ini penulis ingin membuat proposal bisnis yang berjudul "***Perencanaan Bisnis Kedai "Katharotita" di Kota Sukabumi***". Sekaligu untuk menyelesaikan masa studi di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

B. Gambaran Umum Bisnis

Masterplan atau perencanaan bisnis, penulis mengkonsepkan sebagai kedai yang memiliki makan/minum di tempat serta penjualan produk di sistem aplikasi *online/* daring. Kedai ini fokus terhadap penjualan minuman sehat dan terdapatnya makanan yang sehat. Dan pemilihan bahan yang berkualitas seperti menggunakan buah-buahan , sayuran yang berasal dari perkebunan sekitar sehingga dapat mempertahankan kualitas kesegaran yang baik. Produk yang ditawarkan pun bervariasi dari pecampuran buah dan sayur yang dikombinasikan dari pemilihan bahan ini, konsumen dapat tertarik terhadap produk dari kedai minuman sehat ini.

1. Deskripsi Logo dan Nama

Logo adalah sebuah simbol atau gambar yang mempresentasikan suatu entitas seperti perusahaan, organisasi, dan produk. Logo umumnya terdiri dari gambar, teks, atau kombinasi keduanya yang di *design* secara khusus dengan tujuan untuk memperkuat citra atau identitas dari entitas yang mempresentasikannya. Dapat membantu membangun kesan yang positif di mata konsumen. Selain itu, logo yang baik harus dapat diterapkan pada berbagai media dengan baik tanpa mengalami hilangnya makna atau identitas yang dimaksud.

Sedangkan nama adalah sebuah kata yang digunakan untuk mempresentasikan identitas tersebut. Nama dipilih dengan tujuan untuk membangun citra atau identitas, menjadi bagian penting dalam strategi branding, karena dapat membantu membedakan sebuah entitas dengan pesaingnya. Nama yang baik harus mudah diingat, dan dapat mempresentasikan nilai karakteristik, arau tujuan dari entitas yang

di presentasikannya. Dari penjelasan di atas penulis memilih semua kata dari bahan Yunani.

2. Nama

Pemilihan nama dari kedai ini adalah "*katharotita*" kata ini mengambil Penulis menamai bisnis yang sedang penulis rencanakan dengan nama "Katharotita". Kata Katharotita diambil dari bahasa Yunani yang berarti "kebersihan". Mengutamakan kemurnian dalam tubuh dan pikiran, nama ini mencerminkan minuman yang terbuat dari bahan – bahan yang alami dan segar yang diolah dengan baik untuk menghasilkan minuman yang sehat dan menyegarkan. Filosofi "Mengutamakan Kemurnian dalam Tubuh dan Pikiran", menggambarkan komitmen usaha ini untuk memberikan kualitas dan nilai kesehatan dalam setiap minuman yang di jual, sehingga pelanggan dapat menikmati manfaat kesehatan yang lebih optimal dan menjaga kesehatan tubuh dan pikiran.

3. Logo

Dengan pemilihan kata Katharotita sebagai nama untuk kedai yang sedang di rancang, penulis pun telah merancang dan memilih desain logo untuk Kedai Katharotita. Seperti yang sudah penulis jelaskan di atas penulis membuat logi agar memiliki ciri khas dan perbedaan dari bisnis yang sejenis. Berikut desain dari logo Kedai Katharotita yang penulis buat :

Gambar 1. 1 Logo katharotita

Sumber : Olahan Penulis, 2023

Logo di atas merupakan salah satu bentuk identitas bisnis, yang secara garis besar menggambarkan visi misi dari perusahaan, makna dari logo tersebut adalah matahari merupakan symbol dari kemurnian yang di implementasikan kedalam minuman yang menyegarkan. Warna hijau dan pohon menjadi sebuah simbolis nature, karena minuman ini terbuat dari bahan – bahan yang alami tanpa kimiawi. Pegunungan melambangkan kesejukan yang mengartikan pola pikir dan hati, pada dasarnya gunung melambangkan tempat yang sejuk. Lalu, aliran air yang digambarkan oleh garis melengkung adalah petanda air akan selalu ada dan dibutuhkan, dengan ini *customer* akan mengetahui bahwa yang penulis akan jual adalah produk minuman.



4. Identitas Bisnis



Gambar 1. 2 Lokasi Katharotita

Sumber : Google Maps, 2023



Gambar 1. 3 Nampak depan lokasi Kedai

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Kedai Katharotita yang akan dibangun terletak pada lokasi di Jalan Pajagalan No. 56, Warudoyong, Kota Sukabumi, Jawa Barat. Lokasi ini dipilih karena lokasi

yang dikatakan cukup strategis dan tidak ada biaya sewa, melainkan lokasi yang dipilih adalah tempat tinggal penulis. Sehingga penulis memilih lokasi ini.

C. Visi dan Misi

Visi misi merupakan salah satu aspek utama dalam membangun bisnis, visi dan misi sendiri tonggak utama dalam apa yang akan di bangun dan apa yang akan di capai oleh sebuah perusahaan atau pemilik bisnis lainnya, tanpa visi misi ini tujuan dan arah perusahaan menjadi kacau dan memiliki ketidakstabilan dalam menentukan arah bisnis sehingga diperlukannya visi dan misi.

Visi yang akan dicapai adalah menjadikan kedai katharotita menjadi salah satu tempat tujuan masyarakat dalam memilih produk minuman dan makanan sehat, dan juga menyebarkan salah satu kegiatan penting menjaga kesehatan sejak dini.

Adapun misi yang akan dicapai oleh kedai katharotita, misi yang di capai diantara lain sebagai berikut:

1. Menyediakan minuman sehat dan alami dengan bahan dari buah – buahan dan sayuran segar yang berkualitas tinggi.
2. Memberikan edukasi kepada masyarakat untuk pentingnya menjaga Kesehatan secara dini untuk mencegah penyakit.
3. Memberikan kesan yang nyaman kepada pelanggan.
4. Menyediakan seluruh informasi tentang minuman kesehatan kepada pelanggan.
5. Memberikan pelayanan yang ramah dan profesional kepada pelanggan.

D. SWOT Analysis

Dalam sebuah bisnis SWOT adalah salah satu kunci utama dalam merencanakan analisis pasar hingga keuangan, SWOT sendiri memiliki 4 elemen untuk menganalisis sebuah bisnis / perusahaan, kekuatan (*Strength*) kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threat*). Menurut R.Galvan dalam bukunya yang berjudul *Doing business strategy* Analisis SWOT yaitu analisis untuk mendapatkan strategi yang berguna atau efektif yang diterapkan sesuai pasar dan keadaan publik saat itu, peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threat*) dipakai untuk mengetahui lingkungan luar atau eksternal kemudian kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*weakness*) yang didapatkan melalui analisis perusahaan internal. Berikut adalah analisis SWOT

1. Strength

Strength atau Kekuatan dari *Kedai Katharotita* sebagai berikut :

- Cita rasa, yang akan ditawarkan kepada konsumen dengan terciptanya jenis – jenis minuman sehat yang mempunyai kualitas dalam segi rasa maupun penampilan.
- Pelayanan yang akan di berikan lebih mengutamakan pada kepuasan pelanggan.
- Perpaduan rasa dan tekstur yang unik, sehingga menambahkan kesan yang berbeda saat meminumnya.

2. Weakness

Weakness atau Kelemahan yang dimiliki Kedai Katharotita sebagai berikut :

- Tidak adanya lahan parkir yang luas.
- Membutuhkan modal yang tinggi untuk peralatan dan bahan – bahan yang berkualitas.

3. Oppurtunities

Oppurtunities atau Peluang yang penulis lihat dari usaha ini adalah sebagai berikut :

- Berkembangnya trend hidup sehat dan kesadaran akan pentingnya mengonsumsi minuman yang sehat dapat menjadi peluang bisnis yang baik. Menambahkan variasi menu dan mengikuti trend terbaru dalam minuman sehat dapat menarik pelanggan baru. Menyediakan layanan pesan antar, dan menawarkan produk – produk yang dijual secara online.
- Meningkatnya daya tarik terhadap produk minuman sehat ini, terdapat jarangya produk yang menyajikan minuman sehat di Kota Sukabumi sehingga menambah daya tarik.

4. Threats

- Adanya persaingan dengan berbagai macam jenis kedai yang telah lebih dahulu berdiri di kota Sukabumi. Dengan di tambah adanya konsumen yang

cenderung mengunjungi tempat-tempat yang sudah cukup familiar bagi mereka.

- Masyarakat yang kurang menyukai minuman sehat, sehingga dapat menurunkan branding itu sendiri.

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Kedai Katharotita adalah usaha yang bergerak pada bidang makan dan minuman, produk yang akan disajikan oleh kedai ini adalah minuman sehat serta makanan sehat, yang dimana kedai ini menyajikan bahan-bahan yang berkualitas, serta menggunakan buah-buahan yang dikombinasikan dengan berbagai sayuran agar meningkatkan manfaat yang akan diserap oleh tubuh manusia. Dan kedai ini juga sekaligus untuk memberikan edukasi terhadap masyarakat pentingnya menjaga Kesehatan secara dini untuk mencegah penyakit dikala tua. Konsep pada bangunan rumah semi industrialis ini bisa dikatakan sebagai konsep yang memiliki pembiayaan yang cukup rendah, sehingga kesan rumah yang kompek, akan terasa pada saat kita di kedai.

F. Jenis/Badan Usaha

Di Indonesia sendiri banyak jenis badan usaha yang didirikan pada negara Indonesia. Seperti PT, KAI dan sebagainya. Menurut Undang-Undang Ketentuan Umum Pajak Indonesia, Badan usaha adalah sekumpulan orang dan atau modal yang merupakan kesatuan, baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha. Menurut Dominick Slavator badan usaha adalah suatu organisasi yang

merupakan kombinasi dan koordinasi dari berbagai sumber daya untuk tujuan memproduksi atau menghasilkan barang barang atau jasa untuk dijual **Invalid source specified..** Berikut adalah jenis jenis badan usaha yang ada di Indonesia :

1. Perusahaan Perorangan
2. Perseroan Terbatas (PT)
3. Koperasi
4. CV (*Comanditaire Venootschap*)
5. Firma
6. PT Tbk. (perseroan Terbatas dan Terbuka)
7. BUMN (Badan Usaha Milik Negara)
8. BUMS (Badan Usaha Milik Swasta)

Dari jenis badan usaha tersebut, bisnis Kedai Katharotita yang penulis rencanakan akan di bentuk dengan badan usaha CV atau Pesekutuan Komanditer. Menurut Wijayanta & Widyaningsih, Persekutuan Komanditer (*Comanditaire Venootschap*) adalah suatu persekutuan untuk menjalankan usaha dan didirikan oleh satu atau lebih sekutu yang aktif dengan satu atau lebih sekutu komanditer. Penulis memilih badan usaha ini karena di dalam CV tidak ada pemisahan antara aset pribadi dengan aset usaha yang didirikan.

Jenis badan usaha ini memerlukan dua jenis keanggotaan yaitu sekutu aktif dan pasif. Pihak sekutu aktif ialah pihak yang bertanggung jawab penuh terhadap aktivitas perusahaan, dalam hal ini adalah pihak yang memegang kendali penuh dalam operasional di Kedai Katharotita. Sedangkan pihak sekutu pasif adalah pihak

yang tidak perlu terjun ke lapangan. Pihak sekutu pasif hanya berkewajiban untuk memberikan bantuan modal untuk keperluan dan kelancaran perusahaan.

Tentunya badan usaha ini memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan dari badan usaha CV ialah proses pendiriannya tergolong mudah, lebih mudah berkembang karena manajemennya dapat diisi oleh seseorang yang mahir sehingga pengelolaannya baik, dan resiko perusahaan dapat ditanggung bersama-sama. Sedangkan kekurangan dari badan usaha ini adalah modal yang tertanam di perusahaan sangat sulit untuk ditarik kembali dan sekutu di dalam CV lebih mudah terlibat pertikaian.

G. Aspek Legalitas

Aspek legalitas atau aspek hukum pendirian sebuah bisnis yang berada payung hukum Republik Indonesia. fungsi dari aspek legalitas ini adalah mendata kepemilikan sah untuk melakukan transaksi jual beli jasa/produk yang akan dilakukan oleh masyarakat Indonesia. selain itu, aspek legalitas merupakan salah satu kepercayaan masyarakat dalam menggunakan/ membeli jasa oleh badan usaha yang ada. Dokumen legalitas yang diperlukan dalam usaha kuliner adalah menggunakan peraturan menteri Pariwisata No 18 tahun 2016. Menurut peraturan menteri usaha restoran adalah usaha penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian, di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah.

Pada Pasal 6 PP UMKM ayat (1) b menyebutkan bahwa Perusahaan Kecil Perorangan adalah bisnis yang dijalankan oleh pengusaha individu sendiri dengan

hanya mempekerjakan anggota keluarga terdekatnya, tidak memerlukan izin usaha, dan tidak merupakan suatu badan hukum atau suatu persekutuan. Undang – undang yang dibutuhkan dalam bisnis ini, sebagai berikut :

1. Undang – Undang Nomor. 8 Tahun 1999. Perihal Pelaku Usaha diatur dalam Pasal 1 ayat 3
2. Undang – Undang Nomor. 15 Tahun 2001 UU Perihal Merek / Brand .Pasal 1.
3. Undang – Undang nomor 13 Tahun 2003 Perihal Fasilitas Jaminan Kesehatan dan Keselamatan.
4. Undang – Undang nomor 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan meliputi waktu kerja dan cuti pada Pasal 77
5. UU Perihal Waktu Lembur juga diatur di dalam UU Ketenagakerjaan terkait hak dan kewajiban pengusaha menurut UU No. 13 Tahun 2003.
6. UU Tentang Kesehatan tentang pengamanan makanan dan minuman dan izin edar No. 36 Tahun 2009.
7. UUG Tentang Undang – Undang Gangguan / Hinder Ordonatir (HO).
8. UU Tentang Ketenagakerjaan Upah Minuman dalam Undang – Undang Nomor. 13 Tahun 2003 Pasal 89 ayat 3 ayat 1.