

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar belakang Masalah**

Pada zaman yang modern ini, banyak sekali pengusaha yang bersaing di kaca dunia modern ini untuk menarik para pelanggan mereka, saat ini banyak pengusaha yang mulai menginvestasikan uang mereka ke bisnis kuliner, bisnis ini merupakan salah satu bisnis yang dapat mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia dan sangat berkembang cepat, banyak inovasi juga yang mulai di tunjukan oleh para pencipta bisnis kuliner tersebut.

Bisnis cafe merupakan bisnis yang sangat trending di era saat ini, banyak kaum milenial yang mencari tempat mereka berkumpul untuk bersantai, membuat tugas atau mencari ide - ide baru, penulis yang tinggal di kota Tomohon melihat peluang ini sangat besar karena masih kurangnya café - café modern yang ada di kota penulis sendiri. Dengan menawarkan keindahan alam gunung Lokon dan udara yang sejuk, Tomohon merupakan tempat yang ideal membuka usaha bisnis café.

Tomohon juga selalu ramai akan pengunjung karena merupakan salah satu kota favorite di Sulawesi Utara untuk menjadi destinasi pariwisata masyarakat sekitar, yang membuat banyak dari café - café yang ada di Tomohon sering terisi penuh. Disamping itu masih banyak lahan yang tersedia untuk di jadikan tempat wisata yang menawarkan pemandangan yang indah di sekitar area gunung Lokon.



Di Tomohon sendiri juga belum tersedia café yang menyediakan berbagai macam pilihan teh.

Penulis mendapatkan ide untuk memperkenalkan budaya baru, yaitu budaya meminum teh. Teh mungkin menjadi minuman tertua, terunik dan paling terkenal di dunia. Hampir tidak ada bangsa di dunia yang tidak mengenal teh, walaupun bangsa – bangsa tersebut memiliki kebiasaan atau tradisi meminum teh yang berbeda. Namun minuman yang terbuat dari ekstraksi daun ini selalu dapat di temui di berbagai acara formal atau nonformal, maka tidaklah heran jika teh merupakan salah satu minuman favorite berbagai macam kalangan.

Tea House atau Rumah Teh sendiri adalah tempat yang dirancang bagi orang – orang untuk berkumpul untuk menikmati teh. Untuk *Tea House* didedikasikan untuk menyajikan teh *loose leaf* berkualitas, di dalam Tea House sebenarnya hanya menyajikan teh saja tanpa makanan, tapi dikarenakan perkembangan bisnis, *Tea House* dan *Tea Room* mulai disamakan, sehingga Tea House sendiri mulai menyajikan makanan. Jenis *Tea House* sendiri sangat bervariasi, tergantung pada budayanya. Penulis berencana membuka usaha *Tea House* berbudaya Inggris. *Tea House* yang bertemakan budaya Inggris adalah sebuah restoran atau ruangan kecil yang menyajikan teh dan makanan ringan. Memiliki suasana yang tenang, cocok untuk berkumpul arisan dan untuk orang yang ingin bersosialisasi. (sumber :[newworldencyclopedia.org](http://newworldencyclopedia.org)).

Penulis berniat untuk membuka usaha di Tomohon Sulawesi Utara yang menyediakan berbagai macam jenis teh berkualitas (*Tea House*). Ini akan menjadi solusi untuk orang yang hobi meminum teh sambil bersosialisasi. *Tea House*

menawarkan pengalaman baru untuk masyarakat sekitar. bisa mengenalkan teh lebih dalam lagi. *Tea House* sendiri akan menjadi salah satu sarana wisata baru di Tomohon mengingat kota ini merupakan salah satu kota yang memiliki perkembangan pariwisata yang baik.

**Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Manca Negara& Nusantara 2013 – 2020**

TAHUN	WISATAWAN		JUMLAH
	MANCANEGARA	NUSANTARA	
2013	13,534	126,597	140,131
2014	14,023	132,102	146,125
2015	14,734	192,322	207,056
2016	26,441	244,593	271,034
2017	89,736	455,679	545,415
2018	90,907	546,824	637,731
2019	99,997	601,506	701,503
2020	630	304.924	305.554

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Tomohon

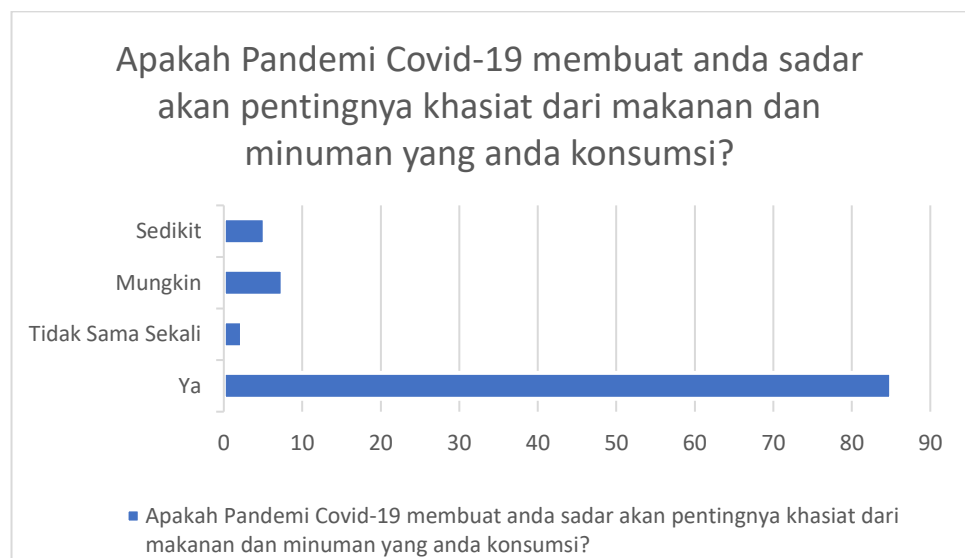
Bisa di lihat pada tabel 1.1 Jumlah wisatawan Mancanegara Kota Tomohon naik drastis dari tahun ke tahun sebelum terjadi pandemic Covid-19. Bias kita simpulkan Kota Tomohon memiliki peluang bisnis yang sangat besar dalam sektor pariwisata. Hal terebut sangat membantu untuk peluang bisnis kuliner di kota Tomohon sendiri. Berdasarkan tabel di atas bisa di simpulkan bahwa kebutuhan makanan dan minuman merupakan kebutuhan dan membuat potensi pengunjung semakin besar.

Berkembangnya bisnis café di Kota Tomohon juga dapat membantu perekonomian masyarakat. Adapun pengertian restoran menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi dan Ekonomi kreatif Republik Indonesia No.11 Tahun 2014 pada pasal 1 ayat ( 2 ) adalah usaha “penyediaan jasa makanan dan minuman

delengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat yang tidak berpindah – pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba”. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan restoran juga bisa menjadi tempat penyedia jasa makan dan minuman untuk suatu tempat yang berperan penting dalam industri pariwisata di tempat tersebut.

Berdasarkan tren yang terjadi di atas, Covid-19 sangat menghambat pengembangan pariwisata di kota Tomohon dan cukup merubah pola konsumsi, banyak dari masyarakat sekitar sadar akan pentingnya khasiat dari apa yang mereka konsumsi bisa dilihat dari *Questioner* yang penulis buka untuk masyarakat sekitar.

**Gambar 1. 1 Kesadaran Masyarakat Kota Tomohon Terhadap Khasiat Makanan dan Minuman Selama Covid-19**



(Kuisisioner yang dilakukan penulis kepada masyarakat sekitar)

Penulis melihat kondisi ini menjadi sebuah peluang yang tepat untuk memperkenalkan *Tea House* kepada masyarakat dikarenakan mulai sadarnya

masyarakat akan pentingnya khasiat dari apa yang mereka konsumsi, teh dapat menjadi salah satu solusi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat untuk mengkonsumsi minuman berkhasiat.

Ide *Tea House* yang di rencanakan penulis merupakan ide yang terjadi karena banyaknya kenalan dari penulis yang memiliki hobi untuk meminum teh di daerah sekitar. *Tea House* ini menjadi sarana mereka untuk bisa memenuhi hobi mereka sambil bersosialisasi, dan penulis melihat ini menjadi peluang bisnis yang sangat menjanjikan dikarenakan ini merupakan café *Tea House* pertama yang ada di Tomohon yang dapat menarik banyak peminat karena penasaran dengan sesuatu hal yang baru, penulis juga melihat teh adalah salah satu minuman yang sangat *universal*, diamana teh sangat mudah di nikmati oleh segala jenis kalangan, berbeda dengan kopi yang dimana kebanyakan peminatnya adalah pria, berbeda dengan teh yang dimana mudah di nikmati oleh pria maupun wanita dan juga teh bisa di nikmati berbagai usia, tapi penulis lebih memfokuskan target pasar kepada para pemuda dengan rentan umur 19 – 35 Tahun karena ini merupakan sebuah café modern yang diamana lebih menarik perhatiang kalangan muda.

**Tabel 1. 2 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Tomohon 2017**

**Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Tomohon**

**2017**

*Population by Age Group and Sex in Tomohon Municipality 2017*

Jenis Kelamin/Sex
-------------------

<b>Kelompok Umur</b>	<b>Laki-Laki</b>	<b>Perempuan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Total</b>
<i>Age Group</i>	<i>Male</i>	<i>Female</i>		
(1)	(2)	(3)	(4)	
0–4	3 911	3 605	7 516	
5–9	4 066	3 840	7 906	
10–14	4 334	3 960	8 294	
15–19	4 614	4 594	9 208	
20–24	4 340	4 717	9 057	
25–29	3 846	3 531	7 377	
30–34	3 779	3 267	7 046	
35–39	3 740	3 678	7 418	
40–44	3 751	3 720	7 471	
45–49	3 624	3 483	7 107	
50–54	3 380	3 195	6 575	
55–59	2 881	2 839	5 720	
60–64	2 401	2 456	4 857	
65–69	1 740	1 731	3 471	
70–74	1 037	1 135	2 172	
75+	870	1 646	2 516	
<b>Jumlah/Total</b>	<b>52 314</b>	<b>51 397</b>	<b>103 711</b>	

Sumber/Source: Proyeksi Penduduk / Population

Projection / Badan Pusat Statistik Kota Tomohon

Berdasarkan data di atas, terlihat ada 3 golongan yang menjadi dominan di Kota Tomohon yang merupakan generasi muda. Penulis bisa menjadikan data di atas sebagai patokan untuk menentukan target pasar penulis.

Penulis juga mengumpulkan data peminat teh yang berada di daerah sekitar, dan berikut data peminat minuman teh.



**Table 1.3**

Apakah anda menyukai meminum teh?	Ya : 70.5% Mungkin : 22.1% Tidak : 7.4%
Seberapa sering anda meminum teh?	Sering : 24.2% Cukup sering : 43,2% Jarang : 30,5% Tidak pernah : 2,1%
Apakah anda pernah mendengar “ <i>Tea House</i> ”?	Ya : 64,2% Mungkin : 18,9% Tidak : 16,8%
Apakah anda pernah berkunjung ke <i>Tea House</i> sebelumnya?	Ya : 43,2% Mungkin : 13,7% Tidak : 43,2%
Apakah anda memiliki niat untuk mengunjungi <i>Tea House</i> ?	Ya : 68.4% Mungkin : 27,4% Tidak : 4.2%

(Kuisisioner yang di lakukan penulis kepada masyarakat sekitar)

Pada data tersebut 71% dari responden menyukai minuman teh, penulis dapat mengetahui bahwa banyak masyarakat yang menyukai minuman ini, disertai dengan 43,2% artinya cukup seringnya mengkonsumsi teh.

Dan pada data di atas juga menunjukkan minat masyarakat untuk berkunjung ke sebuah *Tea House*. survey yang menunjukkan 69% dari responden memiliki niat untuk mengunjungi sebuah *Tea House* dan 27% menjawab mungkin untuk mengunjungi, banyak juga dari responden belum pernah mengunjungi sebuah *Tea House*, mencapai 43%, tetapi memiliki antusias yang baik terhadap pasar karena para responden memiliki niat untuk mengunjungi *Tea House*, dari fenomena ini penulis melihat para responden memiliki antusias untuk mengunjungi sebuah *Tea House*, tetapi belum bisa dilakukan karena belum tersedianya sebuah *Tea House* di Tomohon Sulawesi Utara.

Dari fenomena yang terjadi di atas, menjadi dasar dan latar belakang penulis untuk menyusun ide bisnis berjudul **“Perencanaan Usaha Tea House di Tomohon Sulawesi Utara”**.

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

### a. Deskripsi Bisnis

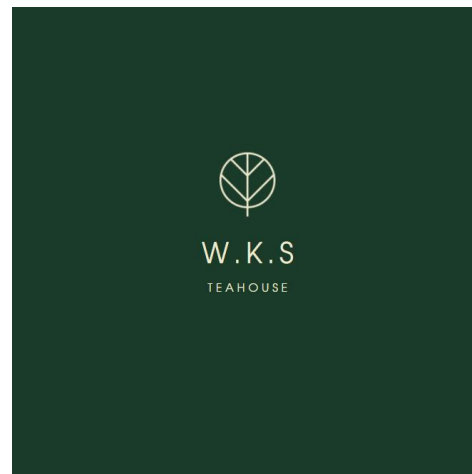
Bisnis yang direncanakan penulis bergerak pada pengembangan dan penyajian makanan dan minuman khususnya berfokus pada minuman teh. *Tea House* merupakan tempat orang menikmati teh dari daun teh yang berkualitas, memiliki atmosfer yang nyaman dan tenang, pembuatan usaha *Tea House* ini merupakan *Modern Tea House*, memiliki bangunan yang modern dan menjual berbagai jenis produk selain teh. Konsep tema dari pembangunan *Tea House* sendiri adalah perpaduan antara desain Earth Tone dan Artworks yang menjadi tren untuk masyarakat. Dikarenakan memiliki konsep yang membawah kesan natural,

peralatan makanan dan minuman juga menggunakan peralatan yang terlihat natural seperti *Tea Pot* atau *Glass* yang natural yang juga bertujuan untuk memperlihatkan warna yang diciptakan oleh teh tersebut, penggunaan kurni dan meja kayu yang di hiasi bunga. Serta berbagai macam jenis teh yang belum di kenal oleh masyarakat menjadi daya tarik tersendiri untuk para pengunjung yang akan datang.

b. Deskripsi Logo dan Nama

Seperti yang kita tau, pemilihan logo dan nama yang tepat merupakan hal yang penting dalam sebuah usaha, memelihara identitas dan citra perusahaan diingatan masyarakat. Penulis memilih nama W.K.S. untuk bisnis yang direncanakan karena nama tersebut mudah di ingat dan mewakili nama saya kedua kake saya, nama tersebut juga terlihat elegan yang dimana menggambarkan identitas usaha yang penulis inginkan. W.K.S. sendiri memiliki kepanjangan Wempie Karel Senduk, bisa juga diartikan *Work Knowledge Service* yang dimana menjadi pilar penting untuk perusahaan yang penulis buat, Bekerja dengan sepenuh hati (Work), mengetahui dan memahami produk serta pekerjaan yang di lakukan (Knowledge), kepuasan pelanggan (Service). Dari kepanjangan itu bisa mencerminkan identitas usaha yang penulis buat.

**Gambar 1.2**  
**Design Logo W.K.S.**



Sumber : Olahan Penulis, 2021

Gambar di atas merupakan logo yang di pilih penulis, memiliki desain yang mudah di ingat oleh masyarakat serta gambar daun yang merupakan ciri khas sebuah teh, dan miliki warna kuning ke emasan yang melambangkan produk yang premium, serta memiliki latar belakang hijau tua yang identik dengan teh dan tidak membuat mata sakit

Latar belakang hijau juga mewakili artian natural yang dimana sangat cocok dengan tema yang di bangun di dalam tea house tersebut yaitu Earth Tone yang di kombinasikan Artwork, hijau juga melambangkan olahan dari teh yang di sajikan oleh usaha penulis, warna kuning keemas an juga merupakan warna yang sering di gunakan untuk desain Earth Tone menjadikan logo ini sangat cocok untuk usaha yang penulis usulkan.

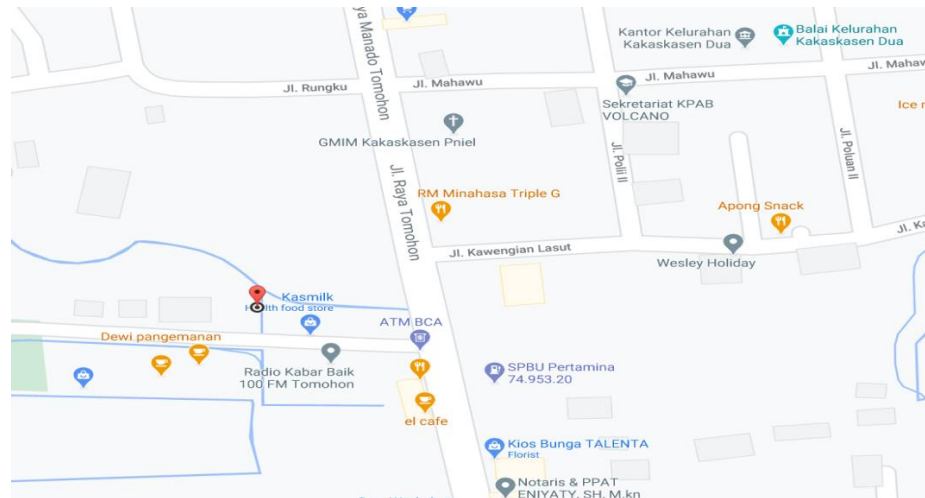
### c. Identitas Bisnis

Nama : W.K.S. Tea House

Bidang : Makanan dan Minuman

Alamat : Kakaskasen II Lingkungan 8, Tomohon, Sulawesi Utara

**Gambar 1.3**



Sumber : (Google Maps)

### C. Visi dan Misi

Visi dan Misi sebuah perusahaan merupakan suatu hal yang penting untuk menyatakan tujuan masa depan dan cita – cita perusahaan dan bagaimana cara untuk mencapai tujuan tersebut. Berikut adalah Visi dan Misi dari W.K.S. *Tea House* sendiri:

Visi :

Menjadi Tea House terkemuka di Indonesia dengan memberikan pelayanan yang memuaskan, produk yang berkualitas dan memperhatikan semua individu, serta menginovasi dan mengedukasi berbagai hasil olahan teh di Indonesia.

Misi :

1. Mementingkan kepuasan semua pihak, pelanggan maupun pegawai
2. Produk yang bersih dan berkualitas
3. Melampaui harapan konsumen yang datang
4. Memberikan edukasi dan inovasi baru

#### **D. Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah alat yang sangat membantu untuk membangun strategi bisnis dan membantu mengembangkan perusahaan menjadi lebih baik.. SWOT membantu para pelaku bisnis melihat kekuatan kelemahan bisnis, mengatur cara agar dapat memanfaatkannya, dan melihat peluang dan ancaman yang ada di pasar. SWOT adalah singkatan dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), *Threats* (Ancaman). berikut adalah analisis SWOT untuk bisnis Tea House :

##### **a. *Strength* (Kukuatan)**

Kekuatan dari *Tea House* sendiri adalah bisnis minuman yang belum banyak tereksplorasi di daerah Sulawesi Utara seperti Kopi, serta banyaknya penggemar teh yang ada di daerah Sulawesi Utara di karenakan Teh lebih muda di nikmati oleh berbagai macam kalangan. Dari sisi kualitas produk akan menggunakan berbagai macam bahan premium dan pengolahan yang profesional yang membuat bisnis ini berbeda dari teh yang di sajikan di rumahan.

Desain interior yang menarik yang bertema *Earth Tone* yang dimana membawah kesan yang netral dan bercampurkan dengan tema *Artworks* membuat suasana di dalam café semakin hidup. Membuat tempat ini menjadi *instagramable* yang sangat menarik perhatian masyarakat pada jaman sekarang.

Serta juga di dukung dengan Lokasi yang strategis yang berada di depan jalan raya utama Kota Tomohon dan merupakan salah satu titik konsentrasi masyarakat ketika berkunjung ke kota Tomohon. Berlokasi Di Kakaskasen II yang dimana lokasi tersebut memiliki tempat yang strategis untuk melihat pemandangan Gunung Lokon yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung, serta terdapat lapangan parkir yang sangat luas.

#### **b. *Weakness* (Kelemahan)**

Merupakan suatu usaha yang baru dan belum terlalu di kenal oleh masyarakat sekitar. Untuk menjaga kualitas produk yang bagus, untuk mendapatkannya membutuhkan biaya yang mahal, serta tidak tersedianya pertanian Teh di Sulawesi Utara yang dimana untuk mencari kebutuhan teh harus mencari di luar daerah dan memakan biaya yang cukup besar.

Teh yang di sajikan dengan benar memerlukan waktu pembuatan yang lebih dari 3 menit, membuat kemungkinan terjadi antrian yang mengurangi kepuasan pelanggan

Desain bangunan juga yang memiliki *out door* mengingat perubahan cuaca yang cukup ekstrim di kota Tomohon dapat mengganggu kenyamanan tamu.

### **c. *Opportunity* (Peluang)**

Belum banyak usaha yang memiliki berbagai macam pilihan teh berkualitas, serta teh memiliki berbagai macam khasiat yang baik untuk tubuh, serta memajukan pariwisata kota Tomohon dan membawa budaya baru untuk masyarakat.

Pola gaya hidup masyarakat yang baru membuat bisnis ini semakin memiliki peluang untuk berkembang dan merupakan sesuatu yang baru untuk masyarakat Tomohon dan memungkinkan bisnis ini menjadi sebuah tren baru di kalangan masyarakat.

### **d. *Threat* (Ancaman)**

Konsistensi minat masyarakat untuk terus menikmati produk yang di sediakan serta kemungkinan dibukanya banyak bisnis sejenis yang memecah konsentrasi masyarakat untuk berkunjung. Serta menjaga mutu para staff yang akan bekerja.

## **E. Spesifikasi Produk**



W.K.S. Tea House berfokus pada pembuatan produk minuman teh yang terdiri dari 6 teh dasar, yaitu *White Tea, Green Tea, Black Tea, Dark Tea, Yellow Tea, Red Tea*, yang dimana produk – produk tersebut di inovasikan dengan berbagai jenis olahan lainnya, seperti susu. Adapun pilihan teh yang di campur dengan berbagai macam pilihan buah seperti *dry stroberry, dry apple* atau bunga seperti bunga telang, kamomil, dll yang membuat teh tersebut memiliki rasa dan aroma yang baru, tersedia juga berbagai jenis teh yang menjadi ciri khas dari beberapa negara seperti *Peppermint tea* (Maroko), *Chai tea* (India), dll.

W.K.S. *Tea House* juga memiliki berbagai jenis produk lain selain teh, seperti makanan ringan dan berat, ada juga minuman seperti kopi dan juga coklat yang bisa menjadi pilihan lain ketika pengunjung tidak menginginkan untuk memesan teh. Makanan yang hadir terdiri dari beberapa makanan tradisional dan juga *western*, seperti nasi goreng, pasta, dan lain sebagainya. Untuk kopi menghadirkan *Cappuccino, Latte, Americano* dan untuk coklat *Classic hot/ice Chocolate*.

Di samping itu W.K.S. *Tea House* juga menghadirkan berbagai jenis cemilan jajanan pasar yang inovatif sehingga menarik perhatian anak muda untuk membeli jajanan tersebut, (contohnya *Susen, Cucur, Brudel, dll*). Hal ini dilakukan untuk melestarikan makanan daerah, bentuk dan rasa di invoasi sedemikian mungkin agar bisa menarik perhatian konsumen muda yang bisa di lihat saat ini kurang menikmati jajanan pasar khas Sulawesi Utara yang bisa tidak di lestarikan bisa hilang karena perkembangan globalisasi yang sangat pesat ini.

W.K.S. *Tea House* juga akan membuka Tea class untuk para peminat untuk mengedukasi tentang apa itu teh, agar sesuai dengan visi dan misi dari W.K.S. sendiri untuk mengedukasi masyarakat sekitar akan produk yang di sajikan di W.K.S *Tea House* , dan selain itu juga pengunjung dapat membeli Tea Bag dari W.K.S Tea House untuk dibawa pulang yang bisa di nikmati ketika kembali ke rumah.

### **F. Jenis Badan Usaha**

Untuk mendirikan suatu usaha, perlu di perhatikan karakteristik badan usaha yang ada dan usaha itu sesuai dengan tujuan didirikannya badan usaha tersebut. Jenis usaha dapat dipilih berdasarkan karakter badan usaha, modal usaha serta peraturan perundang – undangan. Terdapat beberapa jenis badan usaha swasta yang dapat di pilih.

#### *Commanditaire Vennootschap (CV)*

Badan usaha yang didirikan oleh dua orang atau lebih, dan memiliki sekutu aktif dan pasif. Terdapat beberapa penanam modal yaitu aktif dan pasif. Sekutu aktif mengelola suatu perusahaan sekaligus memiliki hak untuk melakukan perjanjian, sedangkan sekutu passive hanya menyerahkan modal tetapi tidak ikut campur dalam pengelolaan perusahaan

Dari berbagai jenis usaha yang ada ,penulis memilih CV atau *Commanditaire Vennootschap*, dikarenakan modal dari usaha yang fleksibel, dan dapat melakukan pengambilan keputusan yang cepat untuk melakukan prive. Serta

mudanya untuk mengatur manajemen, dan penulis menggunakan CV karena sebagian besar modal dari penulis berasal dari orang tua.

### **G. Aspek Legalitas**

Aspek legalitas merupakan sebuah fondasi yang harus dimiliki oleh sebuah usaha, untuk membuat suatu usaha, di Indonesia sendiri legalitas pembuatan usaha di permudah oleh pemerintah lewat Peraturan Pemerintah No 91 Tahun 2017. aspek legalitas sebagai berikut :

1. Nomor induk berusaha (NIB)

NIB adalah kebijakan pemerintah pada tahun 2017 melalui perpres no 91 Tahun 2017, NIB sendiri di gunakan sebagai pengganti SIUP,UIU,TDP, dll. NIB merupakan identitas berusaha untuk mendapatkan izin usaha dan izin komersial atau operasional.

2. Izin mendirikan Bangunan (IMB)

Izin yang di keluarkan oleh pemerintah daerah untuk mendirikan, memperbaiki, menambah, megubah atau merenovasi suatu bangunan. Sudah termasuk kelayakan membangun bangunan.