

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Jawa Barat merupakan salah satu destinasi pariwisata yang berkembang pesat, salah satunya yaitu kabupaten Bandung. Bidang pariwisata dan kuliner adalah dua bidang yang berkaitan erat, namun demikian bisnis kuliner hampir selalu menghadapi pertumbuhan pesat dari masa ke masa. Banyak wirausahawan yang bersaing untuk menawarkan makanan dan minuman, karena setiap orang maupun wisatawan membutuhkan hal tersebut. Di karenakan banyaknya destinasi wisata maka setiap orang atau wisatawan membutuhkan makan dan minum.

Hal tersebut dapat membuka celah bagi pengusaha untuk membuka atau melebarkan usahanya, salah satunya merupakan bisnis café dan resto, di karenakan usaha di dunia kuliner memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang, maka dari itu bisnis tersebut tidak akan mati di telan oleh waktu melainkan akan terus semakin berkembang. definisi bisnis mencakup semua jenis bisnis dan organisasi yang menghasilkan barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Di sisi lain,

Bisnis adalah perkumpulan yang bersaing untuk memperoleh keuntungan melalui kegiatan produksi dan penjualan barang serta jasa (seto, 2022). Salah satu faktor berkembangnya dunia bisnis yaitu masuknya

budaya Korea. Penggemar "hallyu", juga dikenal sebagai "gelombang budaya Korea", telah meningkat pesat di seluruh dunia, mencapai 89 juta orang di 113 negara, menurut data dari Pemerintah Korea (Korea Foundation), yang dilaporkan oleh The Korea Times. Pada tahun 2018, jumlah penggemar budaya Korea meningkat 22%, mencapai 89,19 juta orang. Jumlahnya menunjukkan bahwa mereka tidak hanya tertarik pada musik K-pop, tetapi juga tertarik pada produk lain seperti makanan, kecantikan, dan fashion. Oleh karena itu, penulis ini memberikan wadah bagi mereka yang menyukai budaya Korea, terutama makanan.

Untuk mengetahui minat masyarakat di Kabupaten Bandung terhadap *Korean traditional house cafe*, penulis membuat kuisioner secara online menggunakan media Google Forms yang disebarluaskan melalui media sosial kepada beberapa orang yang berdomisili di Kabupaten Bandung dan sekitarnya. Berikut adalah hasil kuisioner yang didapatkan:

*Tabel 1. 1*

PEMINAT KOREAN TRADITIONAL HOUSE CAFÉ

N = 60

NO	DAFTAR PERTANYAAN	HASIL
1	Usia	15 – 20 tahun : 60 % 21 – 26 tahun : 33,3% 26 – 31 tahun :3,3% > 31 tahun : 3,3%
2	Domisili	Kabupaten Bandung : 70 % Kota Bandung : 20% Lainnya : 10 %
3	Jenis kelamin	Wanita : 76,7% Pria : 23,3%
4	Apakah anda mengetahui rumah tradisional Korea?	Ya : 96,7% Tidak : 3,3%
5	Apakah anda tertarik mengunjungi café rumah tradisional Korea?	Ya : 100% Tidak : -

6	Apakah anda menyukai camilan khas Korea?	Ya : 100% Tidak : -
7	Berapa kira – kira harga yang di keluarkan oleh anda setiap anda berkumpul dengan teman di sebuah café?	Rp 20.000 – Rp 30.000 : 83% Rp 30.000 – Rp 40.000 : 13,3% > Rp 40.000 : 3,3%

Sumber : Olahan penulis, (2023)

Berdasarkan data hasil survey yang telah di dapatkan penulis bahwa masyarakat menyukai café yang memiliki konsep rumah tradisional Korea, selain itu juga makanan yang di gemari yaitu makanan khas korea. Maka dari itu penulis memutuskan untuk membuat rencana bisnis *café* dengan konsep rumah tradisional Korea. definisi bisnis mencakup semua jenis bisnis dan organisasi yang menghasilkan barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Di sisi lain, definisi bisnis yang sempit mencakup semua jenis bisnis dan organisasi yang menyediakan barang dan jasa untuk tujuan menghasilkan keuntungan. (Ebert, 2013)

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

Karena perubahan gaya hidup masyarakat, *Hangouts* menjadi kegiatan yang diperlukan. Tempat yang sering mereka kunjungi adalah kedai kopi atau resto. Kafe yang sering juga disebut *coffeehouse*, *coffee shop*, atau *café*, merupakan istilah yang di gunakan untuk tempat yang melayani pesanan kopi atau minuman hangat maupun dingin (Sifa, 2022).

Tabel 1. 2

DAFTAR USAHA CAFE  
DI KABUPATEN BANDUNG

NO	NAMA	LOKASI
1	Dahan Kopi	Jl. Raya Kamasan Banjaran, Kiangroke, Kec. Banjaran, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40377
2	Delapan belas coffee and garden	Jl. Ciherang Jl. Raya Kamasan Banjaran, Kiangroke, Kec. Banjaran, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40377
3	Rollun coffee and roastery	Jl. Raya Banjaran Barat No.591, Lebakwangi, Kec. Banjaran, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40379
4	Katanya café	Jl. Raya Banjaran - Arjasari No.28, Banjaran Wetan, Kec. Banjaran, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40377
5	Zo café	Jl. Kamasan, Kec. Banjaran, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40377

Sumber : Google, olahan penulis (2023)

Berdasarkan data olahan penulis di atas dapat di ketahui bahwa usaha pada bidang kuliner di mulai dari usaha penjualan makanan ringan dan minuman, khususnya Korean food di Kabupaten Bandung mulai berkembang. Tetapi, Jika dilihat dari data tersebut bisnis mereka hanya memiliki konsep café yang biasa saja tanpa memiliki konsep yang menarik,

namun untuk bisnis café tradisional korea di Kabupaten Bandung belum ada. Maka dari itu penulis ingin mendirikan café yang memiliki konsep rumah tradisional korea yang nyaman dan ingin menjadikan café korea pertama dan satu satunya di Kabupaten Bandung.

Café ini dibangun karena memiliki konsep yang berbeda dengan kafe pada umumnya, mulai dari bentuk bangunan dan suasananya yang nyaman bagi masyarakat yang penat dan bosan dengan perkotaan. Bentuk bangunannya adalah rumah tradisional Korea yang disebut Hanok. Bentuk bangunan hanok sangat menarik perhatian masyarakat khususnya yang menyukai budaya Korea, dan bentuk bangunan ini sangat cocok untuk lokasi cafe yang akan dibangun yaitu tepat di lembah gunung Puntang Bandung. Daerah Selain bentuk bangunannya yang unik, Kafe Giwajib juga menawarkan berbagai jenis makanan dan minuman korea.

Secara etimologi Yunani, istilah logo atau logos berarti lambang, ekspresi, atau bentuk visual dari organisasi, perusahaan atau instansi untuk menggambarkan tujuan atau visi misi (fantinus, 2017)

Dari teori diatas, penulis menyadari bahwa sangat penting sebuah identitas dalam suatu usaha. Berikut logo yang akan digunakan dalam usaha bisnis penulis :

Gambar 1. 1  
Logo “Giwajib Café”



Sumber : Olahan penulis (2023)

Penulis memilih logo tersebut dengan warna coklat, biru dan putih serta menambahkan animasi rumah tradisional korea di karenakan, dari logo tersebut memiliki arti yang penting dari negara itu sendiri yaitu warna putih memiliki makna kesunyian dan kedamaian sedangkan warna biru yang memiliki makna keharmonisan.

Penulis memilih nama bisnis ini dengan “Giwajib café “ dikarenakan nama giwajib sendiri di ambil dari kata giwajib merupakan salah satu jenis rumah tradisional masyarakat Korea. Secara umum rumah yang memiliki atap genteng, atau *giwajib*, disebut *hanok*. Giwajib merupakan tempat tinggal bagi orang-orang kelas atas seperti bangsawan dan *yangban* selama Dinasti Joseon atau Joseon.

Penempatan perencanaan bisnis penulis terletak di Jl. Raya Banjaran Kec. banjaran Kab. Bandung. Di area gunung puntang merupakan salah satu daerah yang populer untuk mencari tempat yang tenang, sunyi dan damai.

Gambar 1. 2

Lokasi giwajib café



Sumber: Dokumentasi Penulis (2023)

Gambar 1. 3

Denah Lokasi Giwajib café



Sumber : googlemaps.com, (2023)

### C. Visi dan Misi

Visi misi merupakan suatu hal yang harus dimiliki oleh perusahaan, dengan adanya visi misi dapat menentukan arah dan tujuan organisasi yang akan di bawa, selain itu juga visi misi dapat menjadi sebuah aspirasi dan motivasi bagi organisasi dengan arahan dalam menyusun strategi bagi organisasi tersebut. Visi yaitu suatu gambaran jangka panjang tentang tujuan perusahaan, serta langkah-langkah yang harus diambil untuk mencapai tujuan tersebut (Aditya, 2010). Sementara itu, misi merupakan pernyataan yang mendefinisikan apa yang sedang, akan, atau ingin dicapai dalam waktu dekat. (Arman, 2008). Giwajib Café ini memiliki visi “menjadi tempat favorit bagi komunitas lokal dan pelanggan setia kami, tempat mereka dapat berkumpul, bekerja, atau bersantai dengan teman-teman mereka”

Sedangkan misi dari Giwajib café adalah :

- Menciptakan lingkungan yang ramah, nyaman dan santai bagi pelanggan untuk menikmati bersantai dan bersosialisasi dengan rekan dan keluarga
- Mengedukasi tentang budaya korea melalui informasi tentang makanan, minuman, tradisi, dan kebiasaan unik korea
- Memberikan layanan pelanggan yang ramah, profesional dan efisien. Memastikan kepuasan pelanggan dengan



memberikan pengalaman layanan yang seragam dengan kualitas tinggi

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

Dalam mendirikan suatu perusahaan, pentingnya strategi. Perencanaan strategis atau analisa suatu masalah akan lebih mudah jika kita menemukan jalur yang tepat dalam proses analisisnya. Penggunaan perencanaan strategis dan metode pemecahan masalah yang tepat akan mempermudah penyelesaian permasalahan yang kita hadapi. Salah satu cara terbaik yang bisa kita gunakan adalah dengan menggunakan metode yang diberikan melalui serangkaian langkah dalam analisis SWOT.

Analisis SWOT adalah suatu perencanaan strategis yang berguna untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam bisnis atau usaha. Ini juga dapat di gunakan untuk menilai produk pesaing. Alat yang digunakan saat kompilasi Faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menunjukkan peluang dan risiko yang di hadapi dalam organisasi yang dapat di sesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal.(rangkuti 2010).

Tabel 1. 2

## ANALISA SWOT

	Strength :	weakness
	1.suasana yang nyaman 2.lokasi yang mudah di gapai. 3. pengalaman visual yang menarik	1.harga jual produk yang tinggi 3. modal bisnis yang besar 4. ketergantungan pada tren
Opportunity :	menjadi kafe berkonsep rumah tradisional korea pertama, dan mempatenkan lokasi usaha untuk mempermudah konsumen	Membuat promo menarik dan membuat area indoor untuk mengatasi cuaca yang stabil.
1.belum ada kafe yg memiliki konsep rumah tradisional korea 2. tuntutan dari konsumen untuk lebih baik 3. pemasaran di perluas		
Threats :	Melakukan evaluasi secara rutin, menjadikan, menyediakan fasilitas yang dibutuhkan kepada konsumen, memberikan layanan kepada tamu dengan baik	Mempertahankan kualitas produk yang bertujuan untuk bias bersaing dengan competitor lainnya
1.adanya pertumbuhan café lain 2.harga bahan baku yang berubah 3. jumlah konsumen menurun		





Sumber : olahan penulis (2023)

### E. Spesifikasi Produk

Barang adalah segala benda yang dapat diberikan oleh pembuat untuk ditampilkan, dibeli, dicari atau di gunakan produsen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pembeli atau pengguna. Untuk menjamin kualitas produk, penting untuk mengetahui spesifikasi produk terlebih dahulu. “Spesifikasi produk adalah serangkaian kriteria atau spesifikasi teknis yang

harus dipenuhi oleh produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memenuhi standar industri” (American Society for Quality, 2018) Berikut merupakan beberapa spesifikasi produk yang di tawarkan oleh giwajib café yang akan di sajikan: bunggeopang, oden, pajeon, mille crepes, americano, café late, matcha late, ice chocolate, redvelvet late

Tabel 1. 3  
Spesifikasi Produk

NO	JENIS PRODUK	FOTO PRODUK
1	BUNGGEOPANG	
2	ODENG	
3	MILE CREPES	
4	PAJEON	

Sumber : Olahan Penulis (tahun 2023)

## **F. Jenis Badan Usaha**

Jenis bisnis ini merupakan bentuk perusahaan perseorangan (UP). Penulis memilih jenis usaha ini karena usaha perseorangan dapat dijalankan dengan efektif meskipun menggunakan peralatan produksi dan teknologi yang sederhana. Selain itu, modal yang dibutuhkan dalam proses produksi relatif kecil sehingga jumlah produk yang dihasilkan dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Selain itu, pemilik usaha memiliki kebebasan dan fleksibilitas dalam mengambil keputusan tanpa perlu berkonsultasi dengan orang lain. Usaha perseorangan juga dapat dijalankan tanpa intervensi atau campur tangan langsung dari pemerintah.

Di samping itu, terdapat pula beberapa syarat mengenai jenis Perusahaan Perseorangan ini sesuai dengan yang tercantum dalam UU No.20 Tahun 2008 (Pasal 6 ayat 2) tentang persyaratan usaha kecil yang meliputi:

- memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000, - (Lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000, - (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000, - (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000, - (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Dari informasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa penulis memilih bisnis "Giwajib Café" sebagai bisnis yang beroperasi sebagai perusahaan perseorangan.

### **G. Aspek Legalitas**

Salah satu faktor bertahannya suatu usaha merupakan adanya unsur legalitas dari bisnis tersebut. Legalitas perusahaan dibuktikan dengan memiliki izin usaha yang masih berlaku, lisensi memungkinkan oprasi bisnis berlanjut tanpa gangguan seperti pembubaran atau likuidasi. Di samping itu terdapat beberapa persyaratan administrative yang harus di miliki oleh giwajib café sebelum mendirikan café ini, di antaranya ialah:

1. Akta pendirian pemilik usaha
2. Sertifikat halal
3. NIB (Nomoer Induk Bersama)/TDP
4. SIUP (Surat Izin Tempat Usaha)
5. HO (Izin Gangguan)/SITU (Surat Izin Tempat Usaha)
6. Pas foto 3 x 4 pemilik usaha
7. NIB (nomor pokok wajib pajak)
8. Fotokopi KTP Pemilik Usaha
9. Sertifikat BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan)