

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kota Bandung merupakan Ibukota dari Provinsi Jawa Barat yang menjadi salah satu kota dengan berbagai macam ketertarikan dan keunikan yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan. Dengan keramahan warga Bandung membuat para wisatawan yang baru berkunjung menjadi nyaman dan ingin kembali lagi. Selain itu, Bandung pun memiliki keanekaragaman wisata, dari segi budaya, keindahan alam dan juga wisata kuliner.

Secara letak geografis, Bandung dikelilingi oleh berbagai macam destinasi pariwisata alam dan buatan yang berada di daerah kawasan Cisarua Kabupaten Bandung Barat. Hal ini didukung dari kutipan [travel.detik.com](http://travel.detik.com), kawasan Cisarua Kabupaten Bandung Barat (KBB) merupakan wilayah yang menarik untuk dikunjungi dikarenakan menjamurnya objek wisata yaitu Curug Cimahi, Curug Layung dan Dusun Bambu disertai bisnis usaha kuliner yang menjadi daya tarik utama wisatawan.

Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat menjadi salah satu daerah yang diminati oleh para wisatawan untuk dikunjungi. Hal tersebut dapat dilihat dari sumber data yang ada di halaman berikutnya yang bersumber dari Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat.

**TABEL 1. 1**  
**JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN**  
**KECAMATAN CISARUA KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Jenis Wisatawan	Tahun	
	2020	2021
Wisatawan Mancanegara	93.724	0
Wisatawan Domestik	3.440.529	2.202.146
Jumlah	3.534.253	2.202.146

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat (2022)

Karena adanya Pandemi Covid – 19 maka hal ini berdampak pada menurunnya jumlah kunjungan dari wisatawan mancanegara. Meskipun demikian tepat di tahun 2021 jumlah wisatawan di daerah Cisarua Kabupaten Bandung Barat mencapai 5.736.399 pengunjung. Dalam hal ini, Kawasan tersebut masih memiliki potensi untuk kenaikan tingkat pengunjung wisatawan. Terlebih saat ini, Indonesia sendiri mulai pulih dari pandemi Covid – 19. Hal ini memberikan peluang positif bagi penyedia jasa makanan dan minuman.

Usaha tempat makan dan minuman memiliki banyak jenis nya. Salah satunya adalah Café. Sesuai yang disampaikan oleh Maulidi dalam jurnal Monique, 2018:29 “ Café merupakan suatu tempat yang dijadikan untuk bersantai atau hanya untuk berbincang sembari pengunjung dapat memesan makanan dan minuman dengan lebih mengutamakan suasana yang santai dan nyaman.”

Usaha Café di kawasan Kabupaten Bandung Barat mulai berkembang dari tahun ketahun. Kawasan Kabupaten Bandung Barat memiliki kenaikan yang cukup signifikan setiap tahunnya. Hal ini didukung oleh data yang penulis peroleh pada tabel 1.2.

**TABEL 1. 2**  
**JUMLAH USAHA TEMPAT**  
**MAKAN DAN MINUMAN DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Tahun	Jumlah Usaha
2018	71
2019	134
2020	270
2021	270
TOTAL	745

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (2023)

Sesuai data diatas jumlah usaha tempat makan dan minuman bertambah cukup signifikan setiap tahunnya. Hal tersebut berpeluang bagi penulis untuk membuka usaha *Café* di daerah Kabupaten Bandung Barat.

Pada dasarnya sebuah usaha *café* yang direncanakan oleh penulis merupakan milik perorangan atau berdiri sendiri yang menjadi bagian dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Sebagaimana yang disebutkan pasal Undang – Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Bab 1 Pasal 1 dalam jurnal Hamidah et al., 2019 yaitu :

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha bukan merupakan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha kecil atau Usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dikawasan Cisarua Kabupaten Bandung Barat saat ini semakin bertambah dan berkembang disetiap tahunnya. Hal ini

didukung oleh data yang dilansir oleh Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Bandung Barat pada tahun 2021.

**TABEL 1.3**  
**JUMLAH INDUSTRI KECIL MENENGAH**  
**DI CISARUA KABUPATEN BANDUNG BARAT**

No	Nama Desa	Kerajinan Kulit	Kerajinan Kayu	Makanan	Lainnya
1	Pasirhalang	-	2	6	1
2	Jambudipa	-	4	4	2
3	Padaasih	1	1	6	2
4	Kertawangi	-	4	4	-
5	Tugumukti	-	-	-	-
6	Pasirlangu	-	1	2	-
7	Cipada	-	-	-	-
8	Sedangmekar	-	2	6	3
<b>Jumlah</b>		<b>1</b>	<b>14</b>	<b>28</b>	<b>8</b>

Sumber : Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Bandung Barat (2021)

Sesuai dengan data tabel 1.3, jumlah usaha industri makanan di daerah Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat memiliki jumlah terbanyak dibandingkan industri lainnya ditahun 2021. Maka dari itu rancangan usaha *Café* penulis sangat berpeluang besar di daerah tersebut.

Untuk melihat tingkat peluang dan juga *segmenting, targeting* dan *positioning* rencana usaha ini, maka dengan dimikian penulis mengaplikasikan salah satu teori yang disebut *Business Model Canvas* (BMC). Menurut Osterwalder pada jurnal Ita et al., 2018 : 67 “ *Business Model Canvas* (BMC) menjadi model bisnis yang paraktis dalam mengilustrasikan teori.” BMC memiliki Sembilan elemen yang saling terkait satu dengan yang lainnya. Sembilan elemen tersebut ialah *Customer*

*Sgments, Value Proposition, Channels, Customer Relationships, Revenue Stream, Key Resources, Key Activities, Key Partners, dan Cost Structure.*

Dengan adanya sembilan elemen yang memiliki keterkaitan satu sama lain membuatnya menjadi kunci penting untuk menciptakan suatu model bisnis yang sukses. Oleh karena itu, penulis menetapkan untuk menggunakan strategi dengan teori *Business Model Canvas* (BMC) yang diharapkan dapat meningkatkan nilai dan mampu menyempurnakan ide bisnis yang dirancang oleh penulis.

Selain metode BMC penulis juga melakukan survey untuk mengetahui minat masyarakat terhadap Café yang penulis rencanakan dengan cara membagikan kuisisioner kepada masyarakat umum. Berikut adalah data dari hasil kuisisioner yang telah diperoleh :

**TABEL 1. 4**  
**MINAT MASYARAKAT TERHADAP CAFÉ**  
**DI KECAMATAN CISARUA KBB**

**n : 37**

No	Pernyataan	Hasil dan Keterangan
1	Jumlah konsumen yang pernah berkunjung ke kawasan Cisarua Kabupaten Bandung Barat	Ya = 75,7% Tidak = 24,3%
2	Jumlah konsumen yang bersedia mengunjungi Café di kawasan Cisarua Kabupaten Bandung Barat dengan tema minimalist tropical	Ya = 100%
3	Jumlah konsumen yang menyukai Café dengan makanan dan minuman yang cepat saji	Ya = 97,3% Tidak = 2,7%
4	Jumlah minat konsumen pada suasana yang membuat nyaman saat di Café	Tenang = 75,7% Diiringi live music = 40,5% Diiringi vinyl music klasik = 27 % Kebersihan dan kenyamanan = 2,7% Diiringi music tenang = 2,7%

**TABEL 1.5 (LANJUTAN)**  
**MINAT MASYARAKAT TERHADAP CAFÉ**  
**DI KECAMATAN CISARUA KABUPATEN BANDUNG BARAT**

5	Jumlah minat konsumen terhadap jenis minuman saat berkunjung ke Café	Coffee = 64,9% Tea = 29,7% Mocktail = 29,7% Jus = 16,2%
6	Jumlah minat konsumen terhadap jenis makanan saat berkunjung ke Café	Cemilan = 83,8% Makanan berat = 21,6% Makanan penutup = 27%
7	Jumlah minat konsumen pada fasilitas yang ada di Café	Musholla = 73% Spot foto aesthetic = 62,2% Toilet = 75,7% Smoking area = 70,3% Steker listrik = 75,7% Parkiran yang luas = 62,2% Wifi = 10,8% Silent room = 2,7%
8	Jumlah biaya yang dikeluarkan saat berkunjung ke Café	Rp.20.000 – Rp.50.000 = 29,7% Rp,50.001 – Rp.80.000 = 43,2% Rp.80.001 – Rp.110.000 = 18,9% >Rp.110.000 = 8,1%

Sumber : Olahan Penulis, 2023.

Sesuai dengan hasil kuisioner yang telah diperoleh dapat dijelaskan bahwa masyarakat dari berbagai daerah memiliki minat yang cukup tinggi untuk mengunjungi *Café* didaerah Kecamatan Cisarua KBB yang direncanakan penulis.

Oleh karena itu, hal tersebut menjadi latar belakang bagi penulis untuk membuat ide bisnis ***“Perencanaan Bisnis Singgah Tuju Café di Cisarua Kabupaten Bandung Barat”***.

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

### **1. Deskripsi Bisnis**

Menurut Ni Made Sri Wahyuni Trisna ada 3 hal yang membuat ambient pada café berdampak pada kenyamanan tamu, yang pertama adalah kualitas cahaya alami yang menyinari café melalui jendela besar maupun ventilasi, lalu suara yang dihasilkan dari café bersumber dari aktivitas di dalam cafe tersebut, misalnya

suara mesin kopi dan percakapan dari pengunjung lain serta staf membuat tingkat ambient suara yang baik, dan terakhir adalah suhu. Menurut Kriteria Kesehatan dan Keselamatan Kerja dalam Trisna & Utami (2020), disebutkan bahwa suhu yang paling baik bagi orang bekerja antara 16- 24°C. Suhu yang tepat dapat meningkatkan produktivitas dan memberikan rasa nyaman.

Penulis ingin mendirikan sebuah *Café* dengan memberi nama Singgah Tuju *Café* yang mengusung konsep *minimalist tropical*. Minimalis dalam arsitektur merancang bangunan agar lebih praktis dan efisien (Bambang Sugestiyadi, 2007 : 4). Arsitektur tropis merupakan bangunan dengan gaya yang beradaptasi dengan kondisi iklim suatu daerah tropis menurut pernyataan Karyono TH dalam jurnal Jamila & Satwikasari (2020 : 74). Singgah Tuju *Café* ini menyediakan beberapa ruangan yang memiliki konsep serta kegunaan yang berbeda - beda. Pada bagian *indoor*, Singgah Tuju *Café* memberikan kesempatan bagi para tamu yang ingin mengenal lebih dekat dengan Singgah Tuju agar dapat duduk di area *Bar*. Selain itu, Singgah Tuju menyediakan tempat bagi para pengunjung yang hanya ingin menikmati ketenangan dan kesejukan yaitu di ruangan dengan jendela besar yang bisa dibuka agar dapat memandangi keindahan kebun sederhana milik Singgah Tuju *Café*. Untuk area *outdoor* Singgah Tuju membuat suasana yang cocok untuk para pasangan maupun *group* sembari menikmati pemandangan kebun sederhana yang indah.

Singgah Tuju *Café* menyediakan fasilitas seperti toilet dan mushola yang layak dan bersih bagi para tamu. Dilengkapi dengan *steker* listrik atau stop kontak disetiap meja dan juga *WiFi* dibagian *indoor* maupun *outdoor*. Singgah Tuju menyediakan spot foto yang dapat digunakan untuk para pelanggan yang ingin

mengabadikan kenangan di Singgah Tuju *Café*. Singgah Tuju menyediakan *smoking area* khusus di *Bar Area* dan juga dibagian *Outdoor*. Selain itu, Singgah Tuju memfasilitasi lahan parkir yang cukup luas bagi para tamu yang membawa kendaraan.

Singgah Tuju *Café* menyajikan produk minuman seperti teh, kopi dan *mocktail* serta didampingi dengan makanan khas Jawa Barat dimulai dari cemilan, makanan berat dan makanan penutup yang cepat saji.

## 2. Deskripsi Logo dan Nama

**GAMBAR 1. 1**  
**LOGO USAHA**



Sumber : Olahan Penulis, 2023

Singgah dalam (KBBI) Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai tempat yang digunakan untuk berhenti sebentar ketika sedang dalam perjalanan (Tim KBBI Edisi Lima, 2022). Sedangkan menurut (KBBI) Kamus Besar Bahasa Indonesia Tuju memiliki arti menuju, pergi ke suatu arah (Tim KBBI Edisi Lima, 2022).

Seperti yang ditampilkan pada gambar 1.1, logo usaha Singgah Tuju *Café* dominan menggunakan warna hijau. Dalam jurnal yang disusun oleh Suhandra Ika

Rama (2019 : 32) warna hijau dianggap mewakili ketenangan. Selain warna hijau terdapat aksent daun disisi kanan dan kiri yang menjadi tanda identik dengan alam. Oleh karena itu, penulis merencanakan sebuah Singgah Tuju Café ini agar bisa menjadi sebuah tempat untuk dituju oleh para wisatawan yang ingin singgah sejenak sembari menikmati ketenangan serta keindahan alam yang berada di Kawasan Cisarua Kabupaten Bandung Barat.

### 3. Identitas Bisnis

Penulis menentukan Singgah Tuju Café ini berlokasi di Jalan Kolonel Masturi No. 513, Kec. Cisarua, Jambudipa, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat, 40551. Lokasi ini menjadi sebuah akses bagi para wisatawan yang ingin berkunjung pada beberapa Villa yang terletak di Cisarua Kabupaten Bandung Barat.

Pada gambar 1.2 dan 1.3 terdapat gambar dari lokasi usaha yang dirancang oleh penulis sesuai dengan alamat yang sudah dijabarkan.

**GAMBAR 1. 2**  
**LOKASI USAHA**



Sumber : Dokumentasi penulis, 2023.

**GAMBAR 1.3**  
**LOKASI USAHA**



Sumber : Dokumentasi penulis, 2023.

Alasan penulis menetapkan usaha di lokasi tersebut karena letaknya cukup strategis dan mudah ditemukan oleh masyarakat umum. Selain itu, lahan tersebut merupakan milik keluarga penulis yang pernah dijadikan tempat usaha sebelumnya. Maka hal ini menjadi penguat bagi penulis untuk mendirikan usaha ditempat tersebut.

1. Data Perusahaan :

- a) Nama Perusahaan : Singgah Tuju Café
- b) Bidang Usaha : Kuliner
- c) Jenis Produk : Makanan dan minuman khas Jawa Barat
- d) Alamat Perusahaan : Jalan Kolonel Masturi No. 513, Kec. Cisarua, Jambudipa, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat, 40551
- e) Bentuk Badan Hukum : Perorangan

2. Data Pendiri Perusahaan :

- a) Nama : Liztya
- b) Tempat, Tanggal Lahir : Bandung, 18 Januari 2002
- c) Alamat Rumah :

- d) Telepon : +62 586-949-5831
- e) E-mail : liztyatya18@gmail.com

### C. Visi dan Misi

Visi merupakan jawaban dari hasil statement dan penggambaran tentang suatu kondisi maupun citra perusahaan atau Lembaga yang ingin diwujudkan pada masa yang akan datang (Anisa & Rahmatullah, 2020 : 74).

Misi adalah deskripsi alasan dari susunan rencana pokok perusahaan atau lembaga tersebut yang telah dibuat dan ditujukan pada isu yang menjadi fokus perusahaan atau Lembaga tersebut (Anisa & Rahmatullah, 2020 : 78).

Dalam rangka upaya menyempurnakan perencanaan usaha Singgah Tuju *Café* ini penulis menetapkan sebuah visi bagi Singgah Tuju *Café* yaitu **“Menjadi Café yang paling nyaman di Kawasan Cisarua Kabupaten Bandung Barat.”**

Agar mencapai suatu visi tersebut, maka penulis merancang beberapa misi untuk kelancaran usaha Singgah Tuju *Café* yaitu :

1. Menyediakan tempat dengan atmosphere yang menyejukan dan juga memiliki konsep yang berbeda – beda disetiap ruangnya.
2. Mengolah makanan dan minuman khas Jawa Barat dengan kualitas terbaik.
3. Melayani para pelanggan dengan tulus dan sepenuh hati.
4. Menyediakan fasilitas yang layak untuk para tamu.
5. Menciptakan suasana nyaman saat bekerja dengan menganggap semua rekan kerja sebagai keluarga.

#### D. SWOT Analysis

Menurut Mashuri (2020 : 99) analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat) adalah suatu skema perusahaan yang diidentifikasi secara terstruktur atau efektif.

Analisa lingkungan luar atau eksternal dapat diketahui melalui peluang (opportunity), dan ancaman (threat) sedangkan Analisa internal atau dalam perusahaan diketahui melalui kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness).

Pada tabel 1.5 ini terdapat SWOT analisis dari Singgah Tuju Café yang dirancang oleh penulis :

**TABEL 1.5**  
**SWOT ANALYSIS**

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memiliki lokasi yang strategis bagi para wisatawan</li> <li>- Memberikan konsep minimalist tropical yang menyejukan</li> <li>- Membuat makanan dan minuman dengan bahan yang berkualitas</li> <li>- Menyajikan makanan khas jawa barat dari cemilan sampai makanan berat</li> <li>- Menyajikan minuman beragam baik <i>coffee</i> maupun <i>non coffee</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Belum dikenal oleh masyarakat umum</li> <li>- Lokasi berada disekitar rumah warga yang dapat berpengaruh terhadap perizinan usaha</li> <li>- Sarana promosi belum maksimal karena usaha baru</li> </ul>
<i>Opportunity</i>	<i>Threats</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menawarkan harga makanan dan minuman yang terjangkau</li> <li>- Memiliki lokasi dengan lahan parkir yang cukup luas untuk para tamu yang membawa kendaraan</li> <li>- Memiliki akun sosial media yang aktif sehingga mempermudah komunikasi antara tamu dengan Singgah Tuju <i>Café</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adanya kompetitor yang memiliki konsep serupa disekitar lokasi usaha</li> <li>- Bahan baku dengan harga yang tidak tetap</li> <li>- Kondisi ekonomi tamu Singgah Tuju <i>Café</i> yang tidak stabil</li> </ul>

Sumber : Olahan Penulis, 2023.

### **E. Spesifikasi Produk**

Spesifikasi produk merupakan runtutan proses yang mengungkapkan detail – detail yang tepat dan terukur mengenai apa yang harus dilakukan produk (Budiyanto, Arif, 2014 : 1). Singgah Tuju *Café* menyajikan makanan dan minuman cepat saji yang mudah diterima oleh konsumen. Produk makanan yang ditawarkan ialah produk khas Jawa Barat dari mulai camilan sampai dengan makanan penutup, lalu untuk produk minumannya ada berbagai jenis *coffee* dan *non coffee*.

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

Badan usaha merupakan suatu keuntungan atau laba yang diperoleh dari kesatuan yuridis ekonomis pendiri usaha yang menjalankan setiap jenis usaha dengan bersifat tetap dan terus - menerus, didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah Negara Indonesia (Asyhadie, Zaeni, 2005:34).

Dalam hukum perusahaan di Indonesia, badan usaha dibagi menjadi dua bagian yaitu badan usaha bukan badan hukum dan badan usaha badan hukum (Kasiani, 2021 : 62). Menurut Natalia (2020) dikutip dari *blog accurate* salah satu bagian dari badan usaha bukan badan hukum ialah Perusahaan Perorangan. Badan usaha tersebut merupakan suatu usaha yang didirikan hanya dimiliki oleh satu pemilik saja, dengan pengelolaan yang cukup sederhana dan modal yang dikeluarkan relatif rendah.

Dari hasil data diatas penulis menetapkan untuk mendirikan usaha dengan badan usaha perusahaan perorangan dimana badan usaha ini mempermudah rencana usaha Singgah Tuju *Café* yang dirancang oleh penulis.

## **G. Aspek Legalitas**

Unsur legalitas menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam mendirikan suatu usaha bisnis (Fitriani, 2017 : 137). Dalam memulai rencana bisnis *Café* tentunya membutuhkan perizinan usaha agar terciptanya legalitas dalam usaha yang sedang direncanakan. Peraturan Menteri Pariwisata No. 18 Tahun 2016 telah mengatur tentang kewajiban para pelaku usaha untuk memiliki izin usaha. Berikut adalah beberapa persyaratan umum yang harus dilengkapi untuk membuat izin usaha :

1. KTP pemilik usaha
2. Akta pendirian perusahaan
3. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
4. Surat Izin Temat Usaha (SITU) atau Hinder Ordonantie (HO)
5. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)