

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis menjadi sebuah kata yang tidak asing untuk didengar dan diketahui oleh masyarakat, diartikan sebagai kegiatan yang menghasilkan suatu keuntungan dan kepuasan tersendiri bagi pemilik. Menurut Madura (2010 : 2), bisnis merupakan suatu pekerjaan yang menyediakan produk berupa barang maupun jasa sesuai dengan hal yang diinginkan oleh masyarakat. Salah satu cara berbisnis yaitu menciptakan suatu usaha yang menawarkan jasa atau barang, bahkan kedua-duanya.

Bisnis makanan dan minuman menjadi salah satu bisnis yang tidak dapat terabaikan oleh masyarakat. Hingga kini, bisnis ini selalu bertambah jumlahnya dengan konsep yang beragam ditawarkan kepada masyarakat salah satunya yaitu *café* dan *restaurant*. Menurut Marsum (2005), definisi restoran atau *restaurant* adalah tempat yang menyajikan makanan dan minuman, diatur secara komersial serta memberikan pelayanan dengan baik kepada semua tamu.

Café merupakan tempat menghabiskan waktu untuk bersantai, berbincang dan mengerjakan suatu pekerjaan dimana pengunjung dapat sekaligus memesan makanan dan minuman. Tak hanya itu, *café* memastikan fasilitas, produk, dan jasa yang ditawarkan memberikan hiburan dan kenyamanan bagi pengunjung menurut (Maulidi : 2017).

Menurut Suryani & Kristiani (2021) *café* dan *coffee shop* banyak bermunculan pada kota besar di Indonesia dikarenakan antusias kaum muda untuk pergi ke dan *coffee shop*. Kaum muda yang sedang mencari eksistensi menjadi target pasar utama bagi para pembisnis *café* atau *coffee shop*. Menjamurnya trend *café* yang bermunculan di Indonesia ini juga dapat sangat jelas dirasakan di kota besar seperti kota Bandung.

Wilayah Gegerkalong Bandung merupakan wilayah yang berada di Kecamatan Sukasari berluas 627,28 hektar. Secara geografis Kecamatan Sukasari menjadi akses utama yang dilewati bagi masyarakat yang akan mengunjungi daerah Kabupaten Bandung Barat. Dikenal oleh banyak masyarakat domestik maupun wisatawan sebagai wilayah destinasi wisata dan rekreasi yang dimiliki Kota Bandung. Menurut Data Statistik Wilayah Kecamatan Sukasari 2016, Kecamatan Sukasari merupakan wilayah geografis yang berada diantara wilayah berbukit menjadi akses utama masyarakat dari Kota Bandung ke objek wisata yang berada di sekitar Bandung Utara atau Kabupaten Bandung Barat (KBB).

Tak hanya itu, wilayah Gegerkalong dikelilingi oleh sarana Pendidikan Tinggi diantaranya Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), Politeknik Pariwisata NHI Bandung (PPNHIB), Universitas Pasundan Bandung (UNPAS), dan Politeknik Bandung (POLBAN). Dengan keadaan yang sedemikian rupa hal ini menimbulkan banyaknya aktivitas usaha dari bisnis ekonomi serta bisnis makanan dan minuman. Masyarakat yang tinggal di sekitar wilayah Gegerkalong mengambil kesempatan untuk membuka usaha makanan dan minuman dengan berbagai jenis atau konsep. Hal ini menjadi hal yang perlu diperhatikan bagi penulis sebelum mendirikan suatu

bisnis agar dapat membangun dan mengembangkan kompetisi bisnis yang sehat.

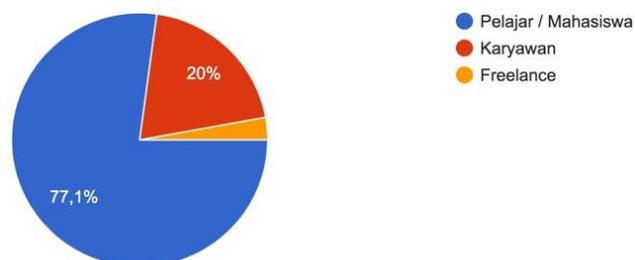
Bisnis *café* yang penulis rancang ini, bisnis yang dibangun dengan menawarkan produk minuman *coffee* dan *non-coffee* serta *mocktail*. Juga, produk makanan cepat saji atau *fast food* yang nikmat dan menggugah perut, serta lebih cepat waktu penyajiannya (Sari, 2008). Konsep yang diusung yaitu *homey open space* yang cukup tepat untuk dibangun dengan kebutuhan masyarakat di wilayah Gegerkalong maupun Kota Bandung. Menurut kamus Oxford, *homey* diartikan sebagai kenyamanan dan menyenangkan seperti dirumah. Sedangkan konsep *openspace* yang penulis pilih ini bermanfaat bagi pegawai dan pengunjung untuk membangun suasana nyaman dan terbuka, mempermudah untuk berkomunikasi satu sama lain. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Buteo Putra Angkasa (2022).

Penulis juga melakukan pengambilan pendapat dengan membagikan data kuisisioner yang diberikan kepada masyarakat yang tinggal di sekitar Gegerkalong. Berikut adalah data hasil kuisisioner :

Gambar 1

Data Pekerjaan Responden

Apakah pekerjaan anda saat ini?
35 jawaban



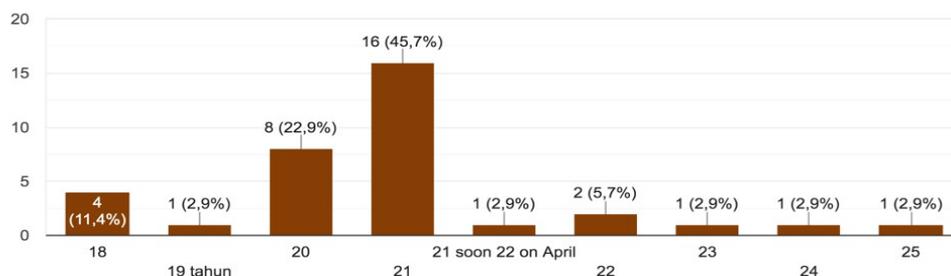
Sumber: Olahan Penulis, 2023

Gambar 2

Data Umur Responden

Berapakah umur anda?

35 jawaban



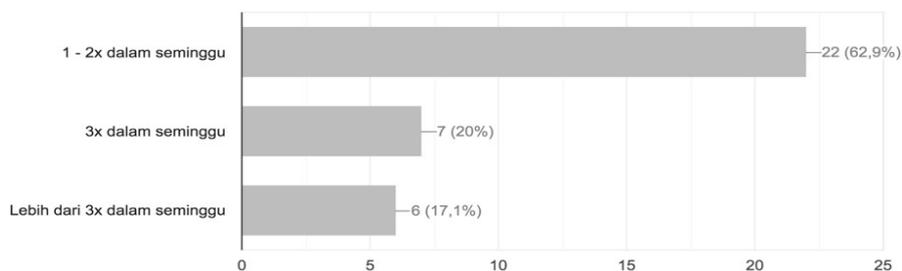
Sumber: Olahan Penulis, 2023

Gambar 3

Data Intensitas Responden dalam Mengunjungi Café

Seberapa sering anda mengunjungi café ?

0 / 35 jawaban yang benar



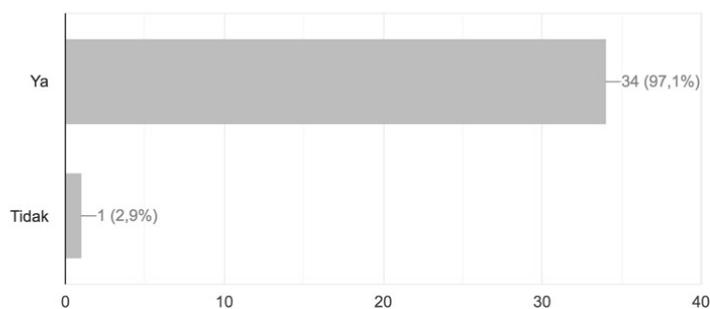
Sumber: Olahan Penulis, 2023

Gambar 4

Data Kebutuhan Café Open Space di Gegerkalong

Apakah anda membutuhkan café dengan konsep open space di Gegerkalong Bandung?

0 / 35 jawaban yang benar

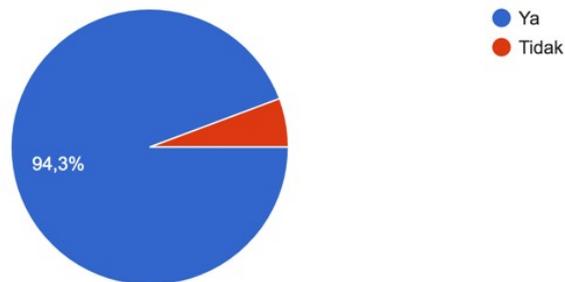


Sumber: Olahan Penulis, 2023

Gambar 5**Data Ketertarikan Responden Terhadap Makanan *Fast Food***

Apakah anda tertarik untuk membeli produk makanan fast food seperti french fries, burger, dan chicken popcorn ?

35 jawaban

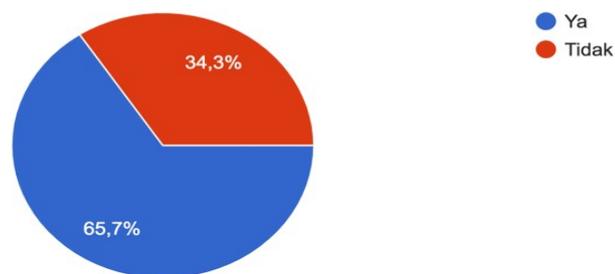


Sumber: Olahan Penulis, 2023

Gambar 6**Data Ketertarikan Responden Terhadap Produk Minuman *Coffee***

Apakah anda tertarik untuk membeli produk minuman coffee ?

35 jawaban



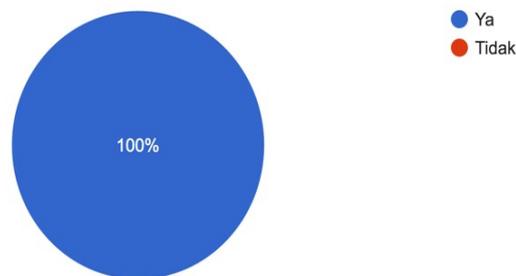
Sumber: Olahan Penulis, 2023

Gambar 7

Data Ketertarikan Responden Terhadap Produk *Non-Coffee* dan *Mocktail*

Apakah anda tertarik untuk membeli produk minuman non-coffee (dairy product) dan mocktail ?

35 jawaban



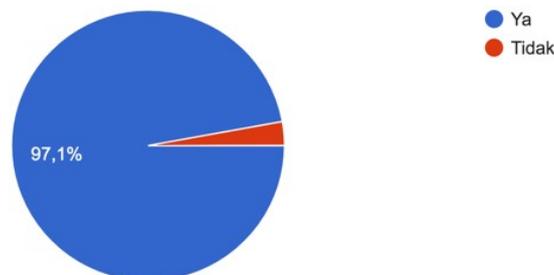
Sumber: Olahan Penulis, 2023

Gambar 8

Data Kebutuhan Responden Terhadap Fasilitas pada *Café*

Apakah anda membutuhkan café yang memiliki fasilitas dan tempat yang menunjang untuk ada mengerjakan tugas (wifi, stop kontak di setiap mej...ing area, buku bacaan dan mainan, tempat parkir) ?

35 jawaban



Sumber : Olahan Penulis, 2023

Berdasarkan hasil data kuisisioner yang sebarakan, penulis dapat menentukan bahwa kalangan remaja sampai dewasa yang menjadi target pasar utama bisnis *café* yang akan didirikan. Diketahui pula tingkat minat masyarakat sekitar begitu tinggi terhadap jenis usaha *café* di wilayah Gegerkalong yang dapat memberikan fasilitas memadai, pelayanan yang baik, dan produk makanan dan minuman yang sudah

ditentukan pada konsep Hito Space. Tidak tertinggal, oleh sumber daya manusia yang sudah memiliki keahlian atau yang dapat dilatih untuk dapat menyajikan produk dan jasa terbaik kepada pelanggan sehingga menimbulkan rasa kepuasan dan senang telah berkunjung ke Hito Space.

Tabel 1

Data Usaha Sejenis di Gegerkalong Bandung

No.	Café	Lokasi
1	Northwood Café (Coffee and Eatery)	Jl. Gegerkalong Hilir No.179
2	Kintsugi 2.0 Headquarters (Coffee Shop)	Jl. Abadi Raya no. 38, KPAD Gegerkalong

Sumber : Observasi Penulis, 2023

Pada tabel 2, bisnis usaha tersebut merupakan kompetitor bisnis yang serupa dengan Hito Space. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dian Nurmaliyan (2019) mengenai cabang Gegerkalong Hilir menyatakan bahwa letak Café North Wood sulit ditemukan disertai dengan kondisi tempat parkir yang sempit dan tidak nyaman ditambah dengan suasana dan ruangan Café North Wood tidak nyaman.

Menurut hasil observasi penulis saat berkunjung ke masing – masing tempat usaha tersebut, penulis menyukai dan lebih tertarik dengan produk makanan dan minuman yang ditawarkan oleh Kintsugi dibandingkan dengan Northwood. Tetapi tempat yang lebih memberi kenyamanan ada pada Northwood *café*. Kedua tempat usaha serupa tersebut memiliki kendala atau kekurangan di lahan parkir yang kecil sehingga tidak dapat memuat banyak kendaraan pengunjung yang datang. Pelayanan yang diberikan dari kedua usaha tersebut sangat ramah dan baik, melayani tamu langsung.

Dari hal tersebut penulis merancang Hito Space berbeda dari konsep yang dimiliki kompetitor. Selain menjual fasilitas yang menunjang, produk yang ditawarkan akan berbagai macam dan tentu berkualitas. Hito Space juga memberikan pelayanan *self-service* yang dapat memberikan kebutuhan atau pelayanan bagi pengunjung tanpa bantuan pelayan. Menghadirkan *private room*, *free wifi* , dan beberapa stop kontak untuk mendukung pengunjung saat mengerjakan tugas. Sehingga tamu tak hanya senang menyantap sajian minuman dan makanan. (Mihardja, 2012)

Dengan rencana bisnis yang telah disusun oleh penulis, diharapkan nantinya dapat menjadi sebuah wadah bagi kebutuhan para pengunjung sekitar bahkan khalayak luas, menciptakan rasa nyaman dan aman, serta menjadi tempat dimana pengunjung dapat bersosialisasi dan berkolaborasi satu sama lain. Memberikan pengalaman dan cita rasa terbaik di setiap produk sehingga dapat dikenang oleh pengunjung, hal ini juga upaya menarik pengunjung untuk menjadi pelanggan tetap.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Perencanaan bisnis *café Hito Space* yang dirancang oleh penulis akan mengadaptasikan konsep dari trend yang sudah ada di masa kini. Dilansir dari www.kompasiana.com *café* didirikan bertujuan untuk mengerjakan tugas bahkan mengadakan rapat kecil-kecilan, sebagai tempat bersosialisasi dan tempat memenuhi kebutuhan sosial media bagi masyarakat. Konsep yang di gunakan mulai dari tema modern dan kekinian, dilengkapi dekorasi dan juga

produk yang dijual begitu beragam. Menawarkan fasilitas yang menarik seperti spot swafoto, ruang ber AC, konsep *outdoor* dan *indoor* dan masih banyak lagi. Hal tersebut menjadi inspirasi bagi penulis untuk merencanakan konsep *café Hito Space* yang ber tema kan homey *open space*. Menggunakan beberapa ruangan pada bangunan untuk area *indoor* yang dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjung individu atau kelompok kecil, serta area bagi pengunjung yang tidak merokok umumnya disebut *non-smoking area*. Tidak tertinggal halaman bangunan untuk *semi outdoor* dirancang berkonsep *smoking area*, bagi pengunjung yang ingin bersosialisasi dan bersantai didukung dengan *atmosphere* yang nyaman dan asri.

Fasilitas yang dirancang tersedia di *café* ini yaitu *wifi*, toilet, serta stop kontak pada dinding di masing – masing meja area *indoor*. Menyediakan 2 *private room* bagi pengunjung yang membutuhkan tempat khusus mengadakan rapat dengan kapasitas 4-6 orang. *Private room* ini memiliki fasilitas *mineral water section* dan stop kontak *portable* masing-masing di dalam ruangan. *Wireless Calling System* atau sistem panggil menjadi fitur yang berupaya untuk meningkatkan kualitas jalannya operasional. Pemakaian teknologi ini digunakan untuk mempermudah dan meningkatkan daya tanggap pelayanan pada pelanggan dan efisiensi waktu. (Mihardja, Erfandy Amnuri ; 2012).

Penulis merencanakan akan menjual dan menawarkan produk minuman olahan *coffee*, *non-coffee*, dan *mocktail* sebagai menu andalan. Bahan yang digunakan harus berkualitas dan dibuat oleh barista handal atau terlatih sehingga kualitas produk pun akan terjamin bagus. Barista yang bertugas juga

diharapkan untuk kreatif dalam membuat produk minuman terasa unik dan terlihat indah sehingga dapat berkesan bagi tamu. Produk makanan yang ditawarkan yaitu *fast food* seperti *french fries*, *burger*, *chicken popcorn* sebagai makanan pengganjal perut serta dapat di sajikan dalam waktu cepat sehingga tamu tidak perlu menunggu lama. Produk makanan tersebut dapat juga dihidangkan dalam bentuk satuan (*a'la carte*) dan penyajian besar atau paket (*platter*).

Bisnis *café* ini diharapkan untuk terus menganalisa, mempelajari, dan mengikuti perkembangan lingkungan serta target pasar sebagai upaya untuk selalu mengembangkan usaha dan kualitas *café Hito Space*.

Pada data tabel 1 tentang usaha sejenis di sekitar Gegerkalong menunjukkan bahwa, jenis usaha tersebut memiliki konsep yang berbeda-beda, dan data diatas menjadikan peluang bagi penulis ingin membuat suatu usaha *café*. Lokasi yang dipilih bertepatan di Jalan Intendans no. 47/H serta mengusung konsep rumahan dan *open space* dapat menawarkan berbagai olahan minuman *coffee*, *non coffee*, dan *mocktail* serta menu makanan *fast food* diharapkan memberi suasana *Hito Space* yang nyaman dan menjadi tempat andalan anak muda atau kalangan umur menengah hingga atas disekitar Gegerkalong bahkan Kota Bandung sekitarnya.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Gambar 9

Logo Bisnis



Sumber: Olahan Penulis, 2023

Hito (ひと, 人, berasal dari bahasa Jepang) yang diartikan sebagai manusia. Dan “*space*” didapatkan dari kata *co-working space*. Menurut Anastasia Amanatul Khairunnisa, Djoko Murdowo, Ganesha Nabila Puspa (2022), *co-working space* yang diartikan sebagai tempat dimana setiap orang berkumpul untuk saling berbagi sehingga terbangunlah rasa kebersamaan dan terhubung antar satu sama lain, bahkan menciptakan kolaborasi serta dilengkapi dengan fasilitas menunjang. Nama Hito Space yang dirancang oleh penulis telah di *check* hak ciptanya melalui website <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/> dan tidak tertera hak cipta atas nama *Hito Space* yang telah dipatenkan. Hal ini menjadi penguat bagi penulis untuk memilih nama Hito Space.

Berdasarkan dari desain logo pada Gambar 9, dapat dilihat gambar sketsa tangan yang penulis berikan untuk menjadi arti bahwa Hito Space merupakan

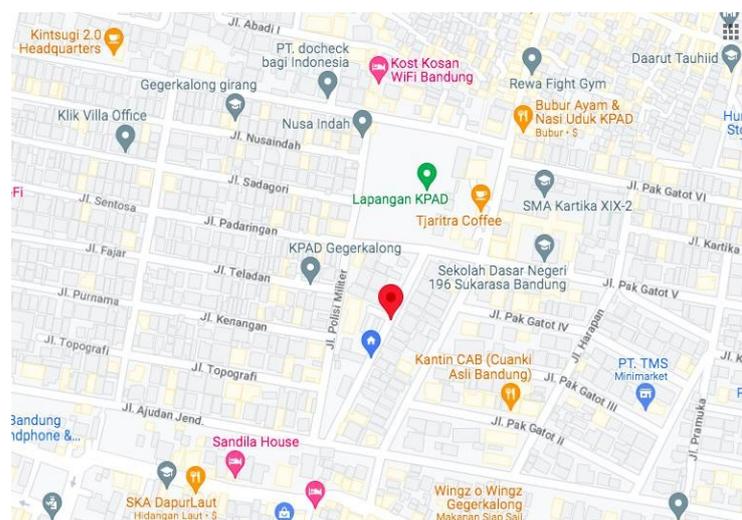
salah satu café yang dapat memberi dan memenuhi kebutuhan juga keinginan pengunjung dari segi produk dan jasa serta pelayanan dan keamanan. Warna dasar logo yang didominasi oleh warna coklat muda (*beige*) menurut Santa Ultua Gabriella Hutauruk (2016) diartikan dapat membawa pikiran pada rasa kehangatan, nyaman, dan aman serta digambarkan menjadi refleksi keindahan natural. Bagi pola lingkaran logo Hito Space sendiri mengartikan kekekalan dan bersifat melindungi. Menjadi hal yang diharapkan agar Hito Space selalu bertahan dalam keadaan apapun dan selalu berkembang agar menjadi maju.

3. Lokasi

Lokasi bisnis *café* Hito Space yang penulis tentukan yaitu berada di Jalan Intendans No.47/H Gegerkalong, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40153. Terletak di area tengah perumahan dan menjadi akses jalan ke arah Ciwaruga atau Ledeng.

Gambar 10

Lokasi Usaha



Sumber : Google Maps (2023)

Gambar 11
Tanah Usaha



Sumber : Olahan Penulis, 2023

C. Visi dan Misi

Menurut Moh. Muslim (2017), visi merupakan rencana untuk mencapai tujuan masa kini dan jangka panjang suatu usaha. Sedangkan, misi merupakan pernyataan atau arah mengenai apa yang harus dikerjakan dalam usahanya mewujudkan visi.

Perencanaan bisnis *café* Hito Space yang penulis rancang memiliki visi yaitu “Menjadikan Hito Space sebagai salah satu *café* yang terkenal di Kota Bandung”. Dibalik visi tersebut penulis berharap bisnis yang direncanakan ini akan berjalan dengan baik dan sesuai yang direncanakan, sehingga penulis mempunyai misi yaitu:

- a. Menawarkan produk minuman serta produk makanan yang inovatif, konsisten, dan berkualitas.
- b. Memberikan kualitas yang terbaik dari segi fasilitas dan pelayanan.
- c. Memiliki manajemen dan karyawan yang kreatif dan aktif dalam membangun Hito Space agar terus bertahan dan berkembang.

D. Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2015) SWOT merupakan alat yang dapat dipakai untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan suatu perusahaan dikarenakan, analisis SWOT adalah analisis terhadap kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang/kesempatan (*opportunities*) dan ancaman (*threats*)., Identifikasi SWOT perlu dilakukan lebih lanjut sehingga dapat melakukan analisa SWOT, hal ini agar bisnis yang direncanakan ini dapat menemukan solusi jika mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisa saja kapan pun terjadi

Berikut adalah analisis dan identifikasi SWOT yang dirancang oleh penulis yaitu:

Tabel 2

Identifikasi dan Analisis SWOT Hito Space

	<i>Strength</i> (Internal)	<i>Weakness</i> (Internal)
	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi yang strategis - Memiliki konsep desain <i>Homey Open Space</i> - Memiliki fasilitas dan pelayanan yang mendukung bagi pengunjung untuk bekerja dan bersosialisasi - Menawarkan produk makanan dan minuman inovatif dan berkualitas 	<ul style="list-style-type: none"> - Ketersediaan lahan yang bersatu dengan rumah - Bisnis ini berada di dalam perumahan yang akan berdampak bagi perizinan ber-usaha
<i>Opportunity</i> (Eksternal)	<u>Analisis S-O</u>	<u>Analisis W-O</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Sedikit <i>café</i> pesaing yang berada di wilayah Gegerkalong - Anemo masyarakat yang tinggi untuk menjadikan <i>café</i> sebagai tempat yang harus dikunjungi setiap harinya. 	<ul style="list-style-type: none"> .- Fasilitas, pelayanan dan produk yang ditawarkan mampu menjadi sarana atau tempat yang dibutuhkan untuk memenuhi anemo masyarakat - Membuat promosi agar menarik banyak konsumen - Sedikitnya pesaing dengan lokasi yang strategis memungkinkan untuk lebih banyak menarik konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> - Sedikit peluang munculnya pesaing dengan konsep bisnis yang sama
<i>Threats</i> (Eksternal)	<u>Analisis S-T</u>	<u>Analisis W-T</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Harga bahan baku yang digunakan dalam pembuatan produk memiliki harga yang berubah-ubah - Adanya pesaing dengan konsep bisnis serupa 	<ul style="list-style-type: none"> - Menu yang inovatif menjadi pengalaman tambahan bagi pengunjung yang datang sehingga dapat menjadi daya tarik untuk pengunjung datang kembali - Konsep <i>café homey open space</i> yang cenderung memberikan kenyamanan menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung 	<ul style="list-style-type: none"> - Menjadikan <i>Hito Space</i> sebagai <i>café</i> yang dikunjungi banyak masyarakat dari berbagai kalangan terutama kalangan umur menengah ke atas

Sumber: Olahan Penulis (2023)

E. Spesifikasi Produk/ Jasa

Hito Space menawarkan beragam menu makanan *fast food* dan minuman mulai dari *coffee*, *non-coffee* dan *mocktail* dengan tampilan yang menarik dan inovatif. Dengan menawarkan fasilitas dan pelayan yang cocok di *trend* masa kini serta didukung oleh produk makanan dan minuman yang diciptakan secara khas atau *signature*. Berikut adalah menu dari *Hito Space*:

Gambar 12

Menu Hito Space

MENU <i>Hito</i> SPACE				
COFFEE		IDR	SNACKS	IDR
	HOT	COLD		
SHIRO COFFEE		30 K	FRENCH FRIES	20 K
GORILLA COFFEE		35 K	CHICKEN POPCORN	25 K
ESPRESSO	15 K		ONION RINGS	20 K
AMERICANO	18 K	20 K	CHICKEN WINGS (4PCS)	30 K
LONG BLACK	18 K	20 K	SAUCE : BUFFALO SPICY & CAJUN	
LATTE	25 K	27 K	PLATTER	48 K
CAPPUCCINO	25 K	27 K	(MIX FRENCH FRIES, ONION RINGS, CHICKEN WINGS 4PCS)	
NON COFFEE		IDR	MOCKTAIL	IDR
	HOT	COLD		
MATCHA LATTE	28 K	30 K	MANGO MANG	33 K
CHOCO LATTE	28 K	30 K	ORENJI	30 K
			THRIST KILLER	33 K
ARTISAN TEA		IDR		
			HOT	COLD
EARL GREY			18 K	22 K
OCHA			18 K	22 K
OPEN DAILY 09.00 AM - 10.00 PM				@HITOSPACE

Sumber : Olahan Penulis (2023)

F. Jenis Badan Usaha

Badan usaha adalah suatu teknis, hukum, dan ekonomi dalam mendirikan usaha atau bisnis yang bersifat tetap dan terus menerus bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. (Amalia, Erna ; 2021).

Salah satu jenis badan usaha yang sudah sering diketahui yaitu jenis perusahaan perseorangan. Perusahaan perseorangan ini dapat dikelola oleh 1 (satu) orang bahkan lebih disertai modal yang dihasilkan dari miliki sendiri. Manajemen suatu usaha ini dapat dikelola oleh pemilik atau orang yang dipilih oleh pemilik tersendiri, dan tentunya resiko serta tanggung jawab ditanggung oleh pemilik. Modal yang dikeluarkan relatif tidak terlalu besar untuk memulai suatu usaha. (Amalia, Erna ; 2021)

Pernyataan di atas menjadi pilihan bagi penulis untuk memilih jenis badan usaha perusahaan perseorangan dalam merancang bisnis *café* Hito Space.

G. Aspek Legalitas

Mendirikan suatu usaha atau bisnis tentu diperlukan legalitas yang menjadi unsur terpenting. Legalitas merupakan identitas yang mengesahkan suatu badan usaha sehingga dapat diakui oleh masyarakat dan dilindungi dengan berbagai dokumen sehingga disetujui oleh pemerintah. Bisnis Hito Space merupakan bisnis berupa restoran atau *café*, sehingga diharuskan untuk memiliki izin usaha yang dikeluarkan dari pemerintah yaitu berupa Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) yang diatur dalam Permenpar Nomor 10 Tahun 2018. Berikut beberapa dokumen yang perlu dipersiapkan, yaitu:

1. Kartu Identitas Pemilik Usaha (KTP)
2. Ketaatan Pajak / NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
3. Surat Izin Gangguan atau HO (*Hinder Ordonnantie*)
4. Surat Keterangan Domisili (SKD)
5. Surat Pernyataan
6. Sertifikat Laik Sehat (SLS)