

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Usaha

Zaman sekarang, usaha makanan dan minuman adalah usaha yang paling banyak digandrungi oleh masyarakat Bandung. Hal ini terjadi karena kebutuhan makanan dan minuman adalah kebutuhan dasar yang harus dipenuhi setiap harinya. Usaha makanan dan minuman juga terbilang cukup menguntungkan dan memiliki potensi yang besar di Bandung karena masyarakat Bandung sangat menyukai kuliner serta banyaknya pendatang menjadikan Kota Bandung sebagai destinasi liburan. Bentuk-bentuk usaha makanan dan minuman juga banyak macamnya, diantaranya ada bisnis di dalam rumah, bisnis di luar rumah, bisnis di wilayah perkotaan, bisnis di luar wilayah perkotaan, bisnis makanan atau minuman di lokasi rekreasi spesifik, dan bisnis kuliner di area perumahan tertentu. (Veni Indrawati, 2000:8).

Sarijadi adalah salah satu kelurahan di kecamatan Sukasari di Kota Bandung. Sarijadi dikenal karena berdekatan dengan Kampus Maranatha dan dekat dengan akses jalan Tol Pasteur. Sudah banyak Kedai makanan kecil mau pun besar yang dibuka disekitar Sarijadi ini. Kedai makanan adalah struktur sementara yang digunakan untuk mempersiapkan dan menjual makanan kepada masyarakat. Dalam beberapa kasus, istilah ini juga merujuk pada operasi dan bisnis yang beroperasi dari kedai-kedai semacam itu (Anne Kaplan, 1986).

Iga Bakar adalah hidangan yang terbuat dari iga sapi, memiliki kombinasi rasa pedas manis dan gurih yang pas. Hidangan ini paling nikmat disajikan dengan nasi putih hangat dan sambal. Iga Bakar juga dapat disantap dengan tumis sayuran yang kaya serat. Sementara itu, Sate Maranggi merupakan salah satu kuliner khas Kabupaten Purwakarta yang terdiri dari potongan daging sapi atau kambing yang dipotong dadu berukuran sekitar 1 cm. Potongan daging tersebut ditusukkan ke tusuk bambu berukuran sekitar 20 cm, kemudian dibumbui dan dipanggang hingga matang. Biasanya, Sate Maranggi disajikan dengan beragam jenis sambal.

Sambal merupakan salah satu jenis saus atau bumbu pendamping yang menggunakan cabai sebagai bahan utamanya. Cabai tersebut dihancurkan hingga mengeluarkan kepedasan alaminya. Setelah itu, bumbu lain seperti gula atau garam ditambahkan untuk menciptakan rasa pedas yang menggugah selera. Terdapat banyak variasi sambal dengan bahan dan bumbu yang beragam. Sambal juga merupakan bagian integral dari budaya makanan di Indonesia sejak lama. Hal ini dikarenakan sambal berfungsi sebagai penambah dan penggugah selera makan, sehingga seringkali hidangan di Indonesia selalu disajikan dengan sambal yang sesuai (Jasmine, Munawaroh, 2006).

Penulis merasa tertarik untuk membuka sebuah Kedai makanan yang menjual makanan dengan cita rasa dan harga yang sesuai dengan kantong mahasiswa. Makanan yang penulis tawarkan adalah makanan restoran yang dimasak dirumah seperti Iga Bakar dan Sate Maranggi. Namun, karena banyaknya pesaing di sekitar Sarijadi yang menjual makanan serupa maka,

penulis ingin membuat sesuatu yang berbeda dalam penyajian Iga Bakar dan Sate Marangginya. Dalam menyajikan Iga Bakar, penulis akan memberikan pilihan terhadap sambal seperti sambal dabu-dabu dan sambal rica-rica yang akan disajikan dalam hidangan Iga Bakar. Kemudian, untuk Sate Maranggi, penulis akan membuat beberapa variasi diantaranya Sate Maranggi Asin, Manis, Kikil dan Sate Maranggi Pedas.

Penulis juga melakukan *survey* mengenai pesaing usaha atau yang biasa disebut *competitor* untuk usaha yang sejenis. Berikut ini merupakan daftar usaha sejenis yang berada disekitar lokasi penjualan:

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik ingin membuat ide bisnis untuk memenuhi tugas akhir penulis dengan judul **“Perencanaan Bisnis Kedai Iga Bakar dan Sate Maranggi Di Sarijadi Kota Bandung”**

Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Peter Drucker, seorang ahli manajemen terkenal, mendefinisikan bisnis sebagai aktivitas yang menciptakan nilai melalui penggabungan sumber daya manusia dan sumber daya material dalam produksi barang dan jasa. (Peter Drucker, 1954)

Kedai makanan adalah struktur sementara yang digunakan untuk mempersiapkan dan menjual makanan kepada masyarakat. Dalam beberapa kasus, istilah ini juga merujuk pada operasi dan bisnis yang beroperasi dari kedai-kedai semacam itu (Anne Kaplan, 1986).

Perencanaan bisnis Kedai makanan Iga Bakar dan Sate Maranggi yang dirancang oleh penulis akan berkonsep rumahan yang mendukung area *indoor* dan *semi outdoor* yang membuat pengunjung dapat memilih tempat duduknya antara di dalam ruangan (*Indoor*) atau di area terbuka yang sejuk (*Semi Outdoor*). Tentu saja untuk di dalam ruangan akan menjadi ruangan *Non-smoking* dan tempat di area yang terbuka akan menjadi tempat bagi pengunjung yang ingin merokok.

Penulis juga akan menyediakan beberapa fasilitas seperti Toilet, *Wifi* serta Sambungan listrik untuk mendukung pengunjung yang akan mengisi baterai peralatan elektronik. Penulis akan menjual dan menawarkan produk Makanan Iga Bakar dan Sate Maranggi sebagai menu andalan. Bahan yang

digunakan akan memiliki kualitas yang baik dan dibuat dari resep pribadi sehingga kualitas produk pun akan terjamin bagus. Produk minuman yang ditawarkan yaitu Thai tea serta Tea Poci yang mudah diterima di lidah mahasiswa serta dapat disajikan dalam waktu cepat sehingga tamu tidak perlu menunggu lama.

2. Deskripsi Logo dan Nama

a. Nama

Nama adalah bagian integral dari identitas merek. Nama yang baik dapat membantu memancarkan nilai-nilai merek dan mempengaruhi persepsi konsumen tentang merek tersebut. (David Aaker, 1996)

Logo merupakan suatu objek yang mewakili sebuah entitas. Entitas sendiri berupa wujud bisa berupa barang dan jasa, negara, organisasi, partai, manusia maupun kelompok, gagasan/ide, dan konsep ide. *Brand* atau Logo bagaikan sebuah bendera, tanda tangan, dan sebuah lambang yang secara langsung tidak menjual tetapi memberi sebuah persuasi, identitas, informasi yang akhirnya digunakan sebagai alat pemasaran (Safanayong, 2006).

Rasagama adalah nama yang penulis ambil untuk menamai restoran yang penulis rencanakan. Rasagama sendiri berasal dari bahasa Jawa Kuno yaitu Bahasa Kawi yang berarti “lebih baik”. Dalam pemilihan nama Rasagama, penulis berharap produk yang penulis tawarkan dapat lebih baik dari

competitor yang ada disekitar Kota Bandung baik secara harga, pelayanan dan rasa makanan.

GAMBAR 1.1

Logo Usaha



Sumber: Olahan Penulis, 2023

Berdasarkan logo pada **Gambar 1.5**, dapat dilihat bahwa sketsa pembakaran menjadi arti bahwa Rasagama merupakan Kedai makanan yang menjual makanan yang dengan teknik dipanggang. Warna dasar pada logo yang didominasi oleh warna cokelat dan hitam mengartikan warna makanan yang matang dipanggang.

b. Lokasi

Lokasi usaha Kedai makanan Rasagama yang penulis tentukan berada di Jalan Cibogo Atas No. 138 Sukawarna, Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40164. Terletak di belakang kampus Maranatha dan dekat dengan pintu masuk Tol Pasteur.

GAMBAR 1.2

Lokasi Usaha



Sumber: Google Maps (2023)

GAMBAR 1.3

Tempat Usaha



Sumber: Koleksi Penulis (2023)

Visi dan Misi

Menurut *Kotler*, visi merupakan pernyataan yang menggambarkan tujuan organisasi dengan menggambarkan layanan dan produk yang ditawarkan dan dipromosikan, umumnya mencerminkan aspirasi masa depan, nilai-nilai yang diinginkan, kebutuhan yang ingin dipenuhi, serta pelayanan kepada masyarakat. *Edward Salis (2012:216)* mengungkapkan bahwa pernyataan misi berkaitan erat dengan visi dan memberikan arah yang jelas baik untuk saat ini maupun masa depan. Penulis memiliki visi yaitu Rasagama menjadi tempat makan *favorite* juga mengutamakan pelayanan yang terbaik. Dibalik visi tersebut penulis berharap bahwa usaha yang penulis buat dapat berjalan dengan sukses dan sesuai dengan apa yang penulis rencanakan. Untuk dapat mewujudkan visi tersebut, penulis juga mempunyai misi sebagai berikut:

- a. Bekerja sama dengan *supplier* tepercaya untuk mendapatkan bahan-bahan dasar yang membuat Sate Maranggi dan Iga Bakar yang ditawarkan empuk dan enak.
- b. Menggunakan bumbu rahasia keluarga yang membuat citarasa Iga Bakar dan Sate Maranggi terasa berbeda.
- c. Penyediaan fasilitas yang dapat menunjang kenyamanan konsumen seperti toilet, wastafel, *smoking area*, and *free wifi*.
- d. Selalu membentarkan *briefing* sebelum operasional.
- e. Harga yang ditawarkan cenderung terjangkau tanpa mengurangi kualitas rasa dari makanan yang ditawarkan.

- f. Menawarkan pelayanan yang baik sehingga konsumen merasa nyaman saat berkunjung.
- g. Mampu menjaga konsistensi kualitas makanan tanpa menaikkan harga jual.

SWOT Analysis

Menurut Galavan (2014), analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat) adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk mendapatkan strategi yang efektif dan bermanfaat, yang sesuai dengan kondisi pasar dan situasi publik pada saat itu. Dalam analisis ini, peluang (opportunity) dan ancaman (threat) digunakan untuk memahami lingkungan eksternal atau luar, sedangkan kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) diperoleh melalui analisis internal perusahaan.

Strengths

- Menawarkan produk makanan Sate Maranggi dan Iga Bakar sebagai menu utama.
- Menawarkan harga yang terjangkau bagi mahasiswa dan pekerja kantoran.
- Penggunaan bahan-bahan makanan yang berkualitas.
- Fasilitas yang ditawarkan dapat membuat konsumen nyaman.

2. Weaknesses

- Lahan yang digunakan untuk berjualan menyatu dengan rumah pribadi.
- Belum adanya konsumen tetap.
- Kurangnya lahan untuk dijadikan tempat parkir.

- Perizinan untuk berusaha masih belum didapatkan.
- *Brand* baru yang belum dikenal masyarakat.

3. Opportunities

- Harga makanan dijamin mampu bersaing.
- Dapat dikembangkan penjualan *online*.
- Selera masyarakat yang menyukai olahan daging.
- Perluasan tempat usaha.

4. Threats

- Adanya pesaing dengan konsep usaha makanan yang sama.
- Tren makanan yang begitu cepat membuat penjualan tidak stabil.
- Harga bahan-bahan yang naik dengan seiringnya waktu membuat kualitas bumbu terancam.
- Konsumen mungkin tidak akan kembali karena lahan parkir yang minim.
- Luas wilayah yang terbatas untuk peningkatan kapasitas.

Spesifikasi Produk

Dalam membangun sebuah bisnis tentunya perlu ada suatu spesifikasi produk atau jasa yang akan dibangun. Rasagama adalah *brand* dari perencanaan bisnis yang penulis tentukan. Nama atau *Brand* tersebut penulis ambil karena penulis akan membuat usaha produk makanan dan minuman yang sama dengan makna dari Rasagama itu sendiri. Makna Rasagama adalah “Lebih Baik” sehingga

penulis ingin menjual produk makanan dan minuman yang lebih baik dari *Competitor* yang ada di sekitar.

Makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang dibutuhkan setiap saat dan memerlukan pengelolaan yang baik dan benar agar bermanfaat bagi tubuh tidak termasuk air, obat-obatan, dan substansi- substansi lain yang digunakan untuk pengobatan (Hari Purnama dan Adiono, 2009). Produk makanan yang penulis tawarkan dalam kedai Rasagama adalah Iga Bakar dan Sate Maranggi.

Proses pengolahan Iga Bakar dan Sate Maranggi akan menggunakan daging yang memiliki kualitas yang baik sehingga dapat meresap bumbu-bumbu yang sudah disiapkan. Daging dan Iga Sapi yang telah dibumbui akan di biarkan selama satu malam agar bumbu-bumbu meresap.

Selain pengolahan makanan yang penulis jabarkan, penulis akan menyajikan Iga Bakar dan Sate Maranggi dengan memakai piring rotan yang diberi kertas nasi diatasnya untuk *dine-in* dan *paper lunch box* untuk pengemasan *take away*. Lalu untuk pengemasan minuman yang akan digunakan yaitu gelas kaca, cangkir pada saat *dine-in*, untuk pengemasan minuman *take away* yaitu menggunakan *cup plastic*.

Jenis Badan Usaha

Seorang pengusaha perlu mengetahui jenis usaha yang sedang atau akan dijalankan. Oleh karena itu, dalam pengembangan usaha Iga Bakar dan Sate Maranggi di Sarijadi, penulis memilih jenis badan usaha yang disebut sebagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut Tambunan (2012: 2), UMKM merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh individu atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Penulis memilih jenis badan usaha ini karena memiliki berbagai keuntungan, antara lain:

- Mendapatkan perlindungan hukum yang jelas sesuai dengan lokasi usaha yang telah ditetapkan.
- Mendapatkan kemudahan dalam pemberdayaan dari pihak pusat, provinsi, dan daerah.
- Mendapatkan akses yang lebih mudah terhadap pembiayaan.
- Mendapatkan pendampingan dalam pengembangan usaha yang lebih besar.
- Mendapatkan pengakuan resmi dari berbagai pihak atas izin yang dimiliki dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum.

Oleh karena itu penulis memilih UMKM sebagai badan usaha yang baik untuk digunakan dalam jenis usaha ini.

Aspek Legalitas

Dalam memenuhi perizinan dan kelayakan sebuah usaha sehingga mendapat kepercayaan publik maka dokumen legalitas sangat dibutuhkan. Dalam membuka Kedai makanan Rasagama ini tidak luput dari faktor hukum yang telah didokumentasikan pada (PP no.17 tahun 2003) yang menjelaskan tentang aspek legalitas usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Terkait hal tersebut, lebih jelasnya dijelaskan dalam (Pasal 36 PP-UMKM) yang menguraikan unsur-unsur hukum badan usaha perseorangan sebagai berikut:

1. UU perihal Pelaku Usaha diatur dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.
2. UU perihal Merek / Brand diatur dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Dan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.
3. UU perihal fasilitas jaminan kesehatan dan keselamatan, dalam UU no. 13 tahun 2003.
4. UU perihal waktu kerja dan cuti, dalam UU Ketenagakerjaan Nomor 13 Tahun 2003 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 Ordonantie* (HO)

8. UU tentang ketenagakerjaan Upah minimum dalam undang – undang nomor 13 (2003) pasal 89 ayat 3 ayat 1.

Adapun kebutuhan UMKM adalah sebagai berikut:

- Akta Pendirian Perusahaan
- NPWP Badan Usaha
- Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP)
- Tanda Daftar Perusahaan (TDP) atau Nomor Induk Berusaha (NIB)

Penulis ingin menyusun tugas akhir dalam bentuk perencanaan bisnis dengan didukung teori yang dijelaskan diatas.