

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di wilayah Jawa Barat. Tidak hanya menjadi pusat pemerintahan Provinsi Jawa Barat, Kota Bandung juga tumbuh menjadi pusat perdagangan lokal dan regional, pusat pendidikan, kota pariwisata dan kebudayaan, serta pusat industri, sehingga kota Bandung selalu didatangi oleh banyak pengunjung yang berasal dari mancanegara maupun domestik.

Berikut adalah jumlah wisatawan mancanegara dan domestik yang datang ke Kota Bandung:

Tabel 1
Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik Di Kota Bandung

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	M mancanegara	Domestik	
2017	189902	6770610	6960512
2018	227560	7357785	7585345
2019	252842	8175221	8428063
2020	30210	3214390	3244600
2021	37417	3741680	3779097

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2021

Saat ini kota Bandung juga menjadi kota wisata kuliner yang sering menjadi trending disosial media, kuliner Bandung juga merupakan ikon bagi para pemburu

kuliner yang berada diluar kota, tidak salah sekarang Bandung selalu membuat gebrakan baru dengan adanya makanan atau jajanan yang mungkin aneh didengar atau dicoba. Sejalan dengan perkembangan kota dan semakin tingginya persaingan kreatifitas warga Bandung, menciptakan kuliner Kota Bandung yang sangat bervariasi dan sangat kaya tidak hanya membuat makanan atau minuman lokal saja, tetapi mulai merambah ke rasa Timur juga Barat, bahkan Korea.

Dalam bisnis kuliner terdapat dua jenis makanan yaitu makanan berat dan makanan ringan. Makanan ringan dianggap sebagai makanan untuk mengganjal rasa lapar yang tidak sempat memakan makanan berat atau menghilangkan rasa lapar sementara, dan dianggap sebagai selingan sebelum makan. Ada beberapa jenis makanan ringan yaitu makanan ringan sebagai sumber energi, sumber pambangun, dan sumber pengatur yang di kemas dengan baik. Di indonesia ada berbagai jenis makanan ringan yang berasal dari daerah lokal maupun luar negeri yang sudah membudaya di lingkungan masyarakat seperti makanan ringan yang berasal dari Korea. Sejak industri musik masuk ke industri film atau teater, Korea menjadi trend baru bagi anak muda Indonesia, khususnya di kota Bandung. Mereka mulai mengikuti gaya pakaian dan tata rias, mempelajari dan mencicipi budaya khas Korea. Yang dimana hal ini di sebut sebagai trend Korean wave. Perkembangan makanan Korea berkembang pesat di Indonesia terutama di kota Bandung, sehingga makanan Korea berkembang dalam berbagai konsep mulai dari restoran, kafe, makanan jalanan hingga makanan cepat saji. Memiliki rasa yang pedas dan banyak rempah yang menjadi daya tarik kepada penduduk Indonesia terutama di Kota Bandung yang notabenehnya menyukai makanan pedas.

Bisnis Kuliner merupakan bisnis yang sangat potensial dan hasil yang menjanjikan bagi perusahaan daalam industri pangan, baik dari segi produksi, penyajiannya dan menjual produk tertentu kepada pelanggan (MA Mona, 2016). Bisnis kuliner merupakan bisnis dengan peluang yang besar, terutama di kota Bandung yang memang terkenal akan wisata kulinernya dan memiliki banyak pengunjung setiap tahunnya. Di Kota Bandung memiliki berbagai sarana untuk melakukan bisnis kuliner mulai dari restaurant, kedai, angkringan, food court, dan coffee shop. Di era yang semakin maju dan modern banyak inovasi inovasi baru dalam menjual suatu produk makanan atau minuman, mulai dari kedai, angkringan, dan *food truck*.

Food truck merupakan salah satu sarana untuk menjual makanan dan minuman yang menggunakan sebuah kendaraan yang telah di modifikasi sebagai tempat usaha, dengan pemesanan dan pelayanan yang di lakukan di dalam kendaran yang dirancang untuk menarik konsumen (Wicaksono,I.B, 2019). Pada umumnya *food truck* menjual makanan dan minuman secara berpindah-pindah tempat sesuai dengan kondisi dan momen tertentu. Pada era saat ini mulai berkembang usaha bisnis *food truck*, dikarnakan konsep *food truck* ini memiliki keunikan tersendiri dan tidak membutuhkan biaya yang sangat besar untuk menyewa sebuah tempat.

Berdasarkan paparan di atas, dalam Tugas Akhir kali ini penulis akan mengangkat topik perencanaan bisnis *food truck* dalam menjual produk makanan ringan khas Korea Selatan di Kota Bandung. Penelitian ini akan dituangkan ke dalam Tugas Akhir dengan judul “*Perencanaan Bisnis Food Truck Korean Gansig Di Kota Bandung*”.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Bisnis adalah jumlah total bisnis yang mencakup pertanian, manufaktur, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, bisnis jasa dan administrasi pemerintah yang bergerak dibidang manufaktur dan pemasaran barang dan jasa kepada konsumen (Alma, Buchari 1993:26).

Pada tahun 1866 di Texas, Amerika Serikat *food truck* pertama kali digunakan oleh seorang tentara Amerika bernama Charles Goodnight memberikan kiriman besar peralatan makan dan bahan masakan untuk dia siapkan dengan cepat ketika tentara kelaparan selama perang. Pangan diolah atau diproses dengan cara tetap menjaga kualitas produk.

Bisnis *food truck* yang direncanakan oleh penulis yaitu sebuah bisnis kuliner yang akan hadir di daerah Kota Bandung dengan menggunakan kendaraan SUV yang menggunakan modal yang tidak terlalu besar, namun memiliki peluang yang bagus dan bertujuan untuk memudahkan para pelanggan yang berada di suatu tempat yang terselenggara suatu acara mudah untuk mendapatkan makanan, sehingga kami sebagai pelaku usaha yang akan menghampiri pelanggan dan memberikan pelayanan terbaik bagi para pelanggan yang dimana kami yang menghampiri pelanggan serta menjadikan produk dari *Food Truck Korean Gansig* menjadi makanan terfavorit di Kota Bandung.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Menurut teori (Carter, 1967) adalah identitas perusahaan dalam bentuk visual, digunakan do berbagai ruang atau operasi perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual, fungsi logo juga sebagai penanda identitas dan ciri khas perusahaan. Logo merupakan suatu gambar atau sebuah sketsa grafis tertentu untuk menggambarkan suatu brand yang memiliki arti tertentu dan mewakili arti dari sebuah perusahaan, produk, atau organisasi. Peran penting logo terhadap suatu perusahaan sebagai bentuk profesionalitas dan juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual oleh perusahaan. Menurut Knapp (2000:107) Nama adalah ekspresi merek yang pertama dan mungkin terbesar itu mengatur nada untuk semua orang dari identitas korporat hingga periklanan dan pengemasan. Nama dari usaha yang direncanakan yaitu *Korean Gansig* memiliki arti *Korean* adalah tema dari produk yang kami jual yaitu makanan yang berasal dari Korea dan *Gansig* artinya adalah makanan ringan yang diterjemahkan dalam bahasa Korea yang dilatinkan. makanan yang berasal dari Korea dan *Gansig* artinya adalah makanan ringan yang diterjemahkan dalam bahasa Korea yang di latinkan. Penulis memilih nama *Korean Gansig* sebagai nama bisnis yang akan di jalankan menggambarkan produk yang akan dijual, apabila disatukan *Korean Gansig* artinya adalah makanan ringan khas Korea. Ada pula logo *Korean Gansig* sebagai berikut :

Gambar 1
LOGO USAHA



Sumber: Desain Penulis (2023)

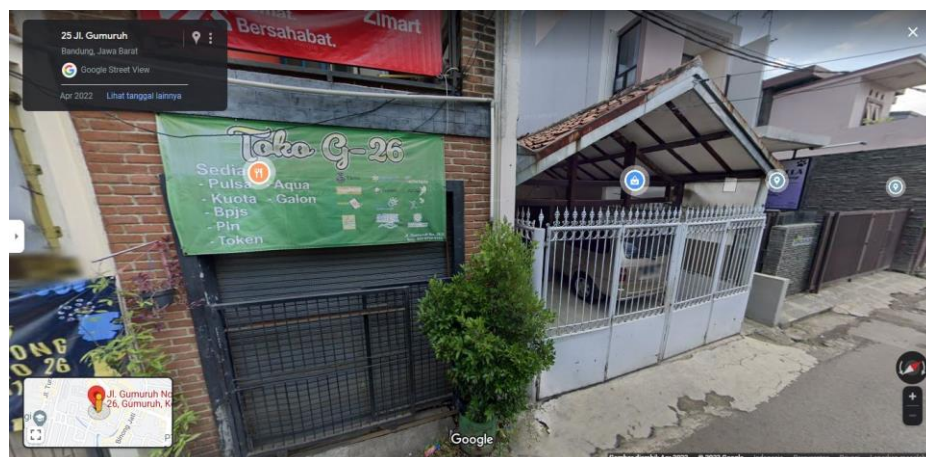
- a. Jenis font huruf yang digunakan pada tulisan “*Korean*” adalah *Moontime*, “*Gansig*” adalah *Aloja*, “*Food Truck*” adalah *Yellowtail*, font ini dipilih oleh penulis karena sesuai dengan tema yang diusung oleh penullis.
- b. Warna hitam sebagai dasar dari warna logo berguna untuk membuat nama brand dari perusahaan yang di rancang penulis menjadi lebih terlihat jelas dan menarik perhatian.
- c. Warna dari 3 lingkaran yang melingkari dari nama brand penulis, menggunakan warna merah, biru, dan kuning, dikarnakan warna ini sangat cocok dengan konsep *foodtruck* yang penulis rancang.
- d. Warna pada tulisan brand *Korean Gansig Food Truck* menggunakan warna biru muda, orange, dan putih yang melambangkan kehangatan yang dimana penulis menginginkan adanya kehangatan antara konsumen dengan brand penulis, sehingga terjalinnya kedekatan.

3. Identitas Bisnis

Identitas Bisnis digunakan sebagai upaya untuk menampilkan dirinya kepada publik bertujuan untuk memperluas jaringan dengan memberikan informasi pemangku kepentingan eksternal seperti investor dan pemerintah (RAD Putera 2014). Layaknya bisnis pada umumnya *Food Truck Korean Gansig* yang akan dijalankan, memiliki identitas pribadi yang berupa alamat lokasi dan kontak usaha yang dijalankan. Akan tetapi alamat lokasi yang direncanakan adalah *home-office* dari usaha ini yang sebenarnya adalah kediaman penulis sendiri, hal ini dikarenakan usaha yang direncanakan untuk menjual produk kami akan dilakukan secara *mobile* yaitu berpindah pindah tempat sesuai dengan kondisi dan momen tertentu menggunakan kendaraan seperti saat ada suatu *event* konser musik, *festival*, dan *car free day*. Begitu pula ada kontak yang dapat dihubungi adalah nomor dari penulis selaku *owner* dari usaha bisnis ini.

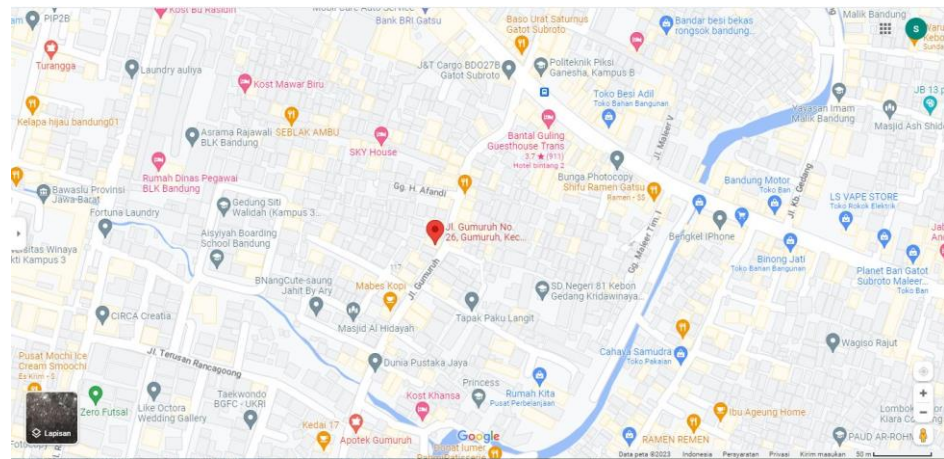
Gambar 2

GAMBAR LOKASI



Sumber: *Google Maps, 2023*

Gambar 3
GAMBAR PETA LOKASI



Sumber: *Google Maps*

C. Visi dan Misi

Menurut (Anisa, 2020) Misi adalah penetapan tujuan atau sasaran jangka pendek perusahaan (biasanya 1-3 tahun), sedangkan visi adalah cara pandang masa depan perusahaan. Visi dan Misi adalah suatu perencanaan yang mengandung pengertian bertindak sesuai dengan apa yang direncanakan untuk mencapai sebuah tujuan. Maka dari itu sebuah perusahaan harus memiliki visi misi yang jelas untuk masa depan perusahaan yang baik. Dan perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin mencapai tujuan tersebut dengan optimis dan penuh tekad agar perusahaan berjalan sesuai dengan visi misi yang ditetapkan.

Visi suatu usaha bisnis yaitu sekumpulan kata yang mengungkapkan mimpi, aspirasi, nilai-nilai inti dari suatu usaha, dan tujuan masa depan yang ingin dicapai oleh suatu usaha. Visi dari *Food Truck Korean Gansig* adalah menjadikan produk

makanan ringan yang berasal dari Korea Selatan menjadi makanan ringan terfavorit di Kota Bandung.

Misi dari *Korean Gansig* ini yaitu :

1. Menawarkan produk *Korean Gansig* dengan cita rasa lokal
2. Menawarkan makanan yang berkualitas dengan bahan baku yang berkualitas
3. Pengelolaan produk dari *Korean Gansig* dengan mengutamakan *hygiene* dan sanitasi.

D. SWOT Analysis

Menurut (Endarwita,2021) Analisis *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) adalah mengidentifikasi beberapa faktor yang dijalankan secara sistematis untuk merumuskan strategi sebuah perusahaan. Identifikasi dan analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), sekaligus berupaya meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).

Sesuai dengan paparan teori diatas berikut adalah Analisis SWOT dari usaha bisnis *Food Truck Korean Gansig*:

1. *Kekuatan (Strength)*:
 - a. Mobilitas *food truck* lebih fleksible, kemampuan menjangkau pelanggan atau masyarakat lebih luas.
 - b. Memiliki cita rasa lokal sehingga bisa masuk di lidah masyarakat Indonesia terutama di Kota Bandung.
 - c. Penyajian produk yang cepat serta bersih.

2. Kelemahan (*Weakness*):
 - a. Biaya operasional yang tinggi terutama kendaraan
 - b. Sumber daya manusia yang terbatas
3. Peluang (*Opportunity*):
 - a. Kota Bandung terkenal dengan kota kuliner
 - b. Trend *Korean Wave* membuat masyarakat menyukai hal-hal yang berbau Korea atau *K-Pop*.
 - c. Masyarakat bandung menyukai memakan makanan ringan
4. Ancaman (*Threats*):
 - a. Bahan baku yang kurang untuk tahan lama
 - b. Ketatnya persaingan antar sesama pelaku usaha *food truck*

Tabel 2
SWOT ANALYSIS

SWOT Analysis	Strength: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Memiliki harga yang terjangkau ▪ Penyajian makanan yang cepat. 	Weakness: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Biaya operasional yang tinggi (kendaraan) ▪ SDM terbatas
Opportunity: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kota Bandung terkenal dengan pusat kuliner ▪ Masyarakat menyukai 	S-O: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Potensi konsumen dapat banyak karna memiliki sistem penjualan yang mobile dan 	O-W <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bekerja sama dengan <i>event organizer</i> supaya dapat sering bekerja sama sebagai

memakan makanan ringan	fleksible, sehingga bisa menjangkau banyak wilayah di Kota Bandung.	<i>supporting tenants.</i>
<p>Threats:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bahan baku yang kurang untuk tahan lama ▪ Persaingan antar sesama pelaku usaha <i>Food Truck</i> 	<p>S-T:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Karna adanya mobilitas yang bagus, jadi bahan baku yang digunakan tidak menjadi boros dan untuk pembelian bahan baku yang kurang tahan lama di lakukan 1 sampai 2 hari sekali. 	<p>W-T:</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Menawarkan <i>food truck</i> dengan dekorasi dan menu yang unik, staf yang berkualitas, dan penggunaan bahan baku sebaik mungkin sehingga kelemahan dan risiko dapat diminimalkan dengan baik.

E. Spesifikasi Produk

Spesifikasi produk adalah serangkaian proses yang mengungkapkan detail yang tepat dan terukur dari apa yang ingin dilakukan oleh suatu produk. Informasi teknis tidak mengatakan bagaimana memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi memberikan pernyataan yang jelas tentang apa yang perlu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Irfan 2011).

Produk yang akan ditawarkan dari *Food Truck Korean Gansig* berupa makanan ringan yang berasal dari Korea Selatan. Makanan ringan termasuk kedalam kategori sebagai makanan untuk mengganjal rasa lapar yang tidak sempat memakan makanan berat atau menghilangkan rasa lapar sementara, dan dianggap sebagai selingan sebelum makan. Selain itu masyarakat terkadang suka malas bergerak, sehingga mereka yang malas bergerak akhirnya membeli jajanan atau makanan ringan untuk mereka makan, agar memenuhi keinginan makan tetapi tidak mau ribet.

Produk yang di tawarkan memiliki bahan baku yang berasal dari berbagai macam tepung, ikan, kentang, keju *mozzarella*, dan berbagai bumbu khas Korea Selatan seperti *Gochujang* (pasta cabai merah) dengan berbagai cara pengolahan mulai dari digoreng, ditumis, dikukus, dipanggang, dan direbus. Makanan ringan yang di tawarkan memiliki aneka macam rasa, mulai dari makanan yang pedas, manis, asin dan gurih. Dan juga produk yang akan ditawarkan akan menyesuaikan sesuai dengan citra rasa lokal, sehingga rasanya akan cocok dengan lidah masyarakat Kota Bandung terutama sebagai target pemasaran usaha bisnis ini.

F. Jenis Usaha

Badan usaha adalah suatu kesatuan yuridis ekonomis yang mendirikan usaha untuk menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus – menerus, didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah Negara Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan/laba, (Zaeni Asyhadie 2005:34).

Ada beberapa jenis badan usaha yang berlaku di Indonesia antara lain:

1. Perseorangan
2. Firma
3. Koperasi
4. Perseroan Komanditer (CV)
5. Perseroan Terbatas
6. Perusahaan Negara Umum (Perum)

(Kitab Undang Undang Hukum Dagang)

Sesuai dengan paparan teori di atas penulis memilih badan usaha perseorangan dikarenakan badan usaha perorangan memerlukan modal yang tidak terlalu besar, pajak yang harus di bayarkan tidak terlalu besar, dan kerahasiaan perusahaan serta fleksibilitas perusahaan terjamin. Ciri-ciri perusahaan perseorangan yaitu barang atau jasa yang diproduksi dalam skala kecil dengan alat produksi yang sederhana. Ada beberapa kelebihan dan kelemahan dari badan usaha perorangan yang akan penulis jalankan dalam bisnis ini yaitu:

1. Kelebihan :
 - a. Penulis dapat mengatur jalannya usaha menurut pandangannya sendiri
 - b. Pengambilan keputusan dapat dilakukan lebih cepat.
 - c. Semua keuntungan usaha menjadi milik sendiri.
 - d. Modal yang diperlukan tidak perlu besar.
 - e. Beban pajak tidak tinggi.
 - f. Kerahasiaan dan fleksibilitas usaha terjamin.
2. Kelemahan :
 - a. Modal yang sedikit sehingga pendanaan terbatas

- b. Manajemen usaha di pegang sendiri oleh pemilik usaha
- c. Pemilik usaha bertanggung jawab sepenuhnya atas kewajiban bisnisnya

G. Aspek Legalitas

Aspek legalitas merupakan aspek penting dalam suatu bisnis atau masyarakat karena legalitas merupakan identitas yang melegitimasi suatu badan usaha sehingga diakui oleh masyarakat dan pemerintah. Manfaat legalitas sendiri adalah sebagai sarana perlindungan hukum, sarana periklanan, bukti kepatuhan dan promosi pengembangan usaha. Aspek hukum yang berlaku untuk perencanaan bisnis *food truck* adalah sebagai berikut::

1. Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER – 38/PJ/2013 NPWP tentang kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak.
2. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 Tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan (Permendag 36/2007), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) adalah Surat Izin untuk dapat melaksanakan kegiatan usaha perdagangan.
3. Perusahaan (TDP) adalah bukti bahwa Perusahaan/Badan Usaha telah melakukan Wajib Daftar Perusahaan berdasarkan Undang-undang Nomor 3 Tahun 1982 Tentang “WAJIB DAFTAR PERUSAHAAN”.
4. Berdasarkan undang - undang no 3 tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan, maka perusahaan diwajibkan mendaftarkan ke kantor pendaftaran. yaitu di kantor departemen perdagangan setempat NRP.

5. Kepmen Kesehatan Nomor 942/Menkes/SK/vii/2003 tentang Pedoman Persyaratan Hygiene Sanitasi Makanan Jajanan
6. Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 18 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Usaha Pariwisata
7. PP Nomor 35 Tahun 2021 tentang PKWT, Alih Daya, Waktu Kerja dan Waktu Istirahat dan PHK.
8. PP Nomor 36 Tahun 2021 tentang Pengupahan.
9. Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 39 Tahun 2022 Tentang Standar Industri Hijau untuk Industri Produk Makanan Ringan.
10. Undang-undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, dimana dalam Pasal-Pasal yang diubah ada menyisipkan Pasal yang mewajibkan pelaku usaha mikro dan kecil untuk memiliki sertifikat halal bagi produk olahannya.