

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tasikmalaya merupakan daerah yang termasuk provinsi di Jawa Barat yang terdiri dari Kota dan Kabupaten yang dipimpin oleh seorang Walikota dan Bupati. Kota Tasikmalaya salah satu kota wisata kuliner dengan beragam macam makanan mulai dari modern dan tradisional dan jadi salah satu sarana dan prasarana sebagai potensi kota. Ikon dari kota ini yaitu *Payung Geulis* yang berarti Payung Cantik. Makanan ciri khas kota Tasikmalaya juga cukup unik seperti wajit (panggangan dari beras ketan), citruk (sejenis kerupuk), opak, keripik sukun, dll.

Industri makanan dan minuman merupakan semua perusahaan yang terlibat dalam pembuatan bahan makanan, pengemasan, cara pendistribusian dan cara penyajiannya hingga sampai ke tangan konsumen. Yang termasuk dalam industri makanan dan minuman adalah semua jenis bisnis yang menempatkan makanan dan minuman sebagai bisnis utamanya, termasuk juga restoran, kafetaria, kafe, kedai, makanan cepat saji, pub, toko makanan, katering, dan lainnya. (LinovHR, 2023)

Dalam sebuah industri makanan dan minuman tentunya mempunyai daya tarik yang kuat, karena pasar di Indonesia yang sangat besar. Alasan inilah yang membuka peluang usaha atau bisnis di bidang makanan dan minuman sangat menjanjikan jika dikelola secara baik dan benar. Bisnis atau usaha di bidang kuliner memang menjadi salah satu bisnis yang hampir tidak ada matinya. Tahun ke tahun selalu saja muncul aneka ragam *trend* dan keunikan dari makanan atau minuman. Dalam masa pandemi

Covid-19 pada tahun 2020 hingga sekarang yang sudah mengalami masa pemulihan dan sudah mulai normal.

Wabah *Covid-19* mempengaruhi kebiasaan konsumsi para masyarakat yang ikut berubah. Mulai dari kebiasaan makan hingga tipe makanan itulah yang menentukan tren makanan 2021 sekarang ini. Pada survei yang dilakukan CLSA Indonesia pada 450 *responden*, sebanyak 70% diantaranya menjadi sering memesan makanan secara *online* dibandingkan sebelum pandemi *covid-19*. Penulis mengutip dari *website* republika.co.id tentang *survey* kebiasaan masyarakat setelah pandemi yaitu 70 persen masyarakat gemar pesan makanan *online*. Hasil dari kutipan tersebut maka penulis mendapat ide rencana membuat bisnis dengan *trend* masa kini dengan mendaftarkan ke pihak ketiga di aplikasi *online*.

Berkembangnya gaya hidup pada masyarakat tentunya membuat urusan tentang pangan bukan hanya asal memenuhi nafsu makan saja. Ketika sedang memesan makanan, tentunya pelayan akan menanyakan akan memesan secara *dine in* atau *take away*. Hal ini membuat peluang cukup besar untuk membuka usaha dibidang kuliner atau makanan dan minuman dengan menyediakan kedua konsep dalam menikmati makanan yaitu *dine in* dan *take away*. Dengan dibantu nya zaman sekarang yang serba menggunakan *online* maka akan mudah diakses masyarakat sekitar dan mudah diketahui oleh masyarakat untuk membuka usaha dibidang kuliner atau makanan dan minuman.

Perkembangan industri makanan dan minuman itulah yang menjadikan potensi untuk terus dikembangkannya sektor perekonomian unggulan di kota Tasikmalaya. Tercatat tahun 2023 sekarang usaha di bidang kuliner atau makanan yang ada di kota

Tasikmalaya ada 141 usaha yang terdaftar di wisata kuliner dalam *web site* portal.tasikmalayakota.go.id.

Disamping perkembangan industri kuliner di Tasikamalaya, Tasikmalaya juga memiliki *event* kuliner mingguan, MKNT atau kepanjangan dari Mambo Kuliner *Nite* Tasikmalaya. Mambo Kuliner *Nite* Tasikmalaya (MKNT) merupakan pasar kuliner yang menjual berbagai makanan dan minuman produk UMKM. MKNT buka setiap hari Sabtu dari pukul 16.00 sampai dengan pukul 22.00 WIB. (Riani, 2023)

Dalam perkembangan dan *trend* yang terjadi kini, kuliner Jepang masuk daftar kuliner terpopuler di Instagram. Dikutip dari Chefspencil.com, (23/2/2021), Jepang menduduki posisi pertama yang dihimpun oleh Chef Pencil, dengan lebih dari 15 juta tagar #Japanesefood terkait kuliner di Instagram. (Williams, 2021)

Saat ini para pemilik restoran tidak hanya menjual makanan sebagai produk utamanya. Selain rasa makanan, kini suasana ruang, tata letak dan sirkulasi serta ciri khas suatu tempat juga menjadi pertimbangan oleh konsumen. Jika dilihat dari segi aktifitas konsumen di restoran, konsumen juga menghabiskan waktu mereka dengan kegiatan lain selain menyantap hidangan seperti bercengkrama bersama rekan dan keluarga atau mengadakan pertemuan di restoran. (Hapsari, 2017)

Sebelum melakukan penyusunan tugas akhir ini penulis melakukan *survey* terlebih dahulu bertujuan untuk memperkuat alasan mengapa penulis membuat perencanaan bisnis ini. Hasil dari *survey* yang telah disebar kepada kerabat dan teman-teman sekitar Kota Tasikamalaya dan Kota Bandung, terdapat 31 *responden* yang telah mengisi *kuesioner* yang telah penulis buat.

Hasil dari *pra-survey* telah dilampirkan dibagian lampiran, jawaban dari para *responden* yang diperoleh dari *kuesioner* sangat cukup untuk memberikan alasan yang kuat untuk membuat perencanaan bisnis dengan konsep Sunda dan Jepang di Kota Tasikmalaya. Hasilnya menyatakan bahwa para *responden* cukup tertarik dengan perencanaan bisnis dari kedai yang akan penulis buat.

Berdasarkan paparan diatas maka penulis menyusun tugas akhir sebuah perencanaan bisnis dengan konsep Sunda dan Japanese yang berjudul. “Perencanaan Bisnis Kedai Kaiteki di Kota Tasikmalaya”.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Bisnis adalah semua hal yang kompleks yang ada di dalam berbagai macam bidang, seperti penjualan dan industri, industri dasar, processing dan industri, manufaktur dan jaringan, distribusi, perbankan, transportasi, asuransi, dan lain-lain yang kemudian semua bidang tersebut masuk ke dalam dunia bisnis secara menyeluruh. (Hooper, 2023)

Restaurant adalah suatu ruangan atau tempat dimana tamu dapat membeli dan menikmati makanan dan minuman atau merupakan suatu seksi untuk menyiapkan makan dan minum bagi tamu yang memerlukannya. (Mertayasa, 2017). Disamping itu, kedai bisa diartikan sebagai bangunan tempat berjualan (makanan dan sebagainya) atau warung (KBBI, 2023). *Trend* pada zaman sekarang rumah makan bisa disebut dengan kedai dan sebuah kedai adalah turunan dari restoran.

Dari kutipan diatas penulis akan memilih jenis bisnis dibidang kuliner atau dibidang makanan dan minuman, yaitu jenis bisnis kedai.

Konsep bisnis yang akan penulis buat yaitu dengan mengusung konsep *packaging* dari Jepang dengan cita rasa makanan khas dari Sunda. Kedai ini juga tidak hanya menawarkan makanan yang berkonsep Jepang dan Sunda, namun minuman yang ditawarkan juga menggunakan kedua konsep tersebut. Penulis berencana membuat kedai ini dengan sentuhan Jepang yang kental namun sentuhan khas Sunda nya pun tetap ada. Hal ini membuat konsep kedai yang penulis rencanakan cukup unik dengan mengusung kedua konsep tersebut yaitu Jepang dan Sunda. Dan tentunya kedai ini bisa menyediakan *dine in* dan *take away*.

Kedai ini menawarkan berbagai menu variatif mulai dari makanan berat, makanan ringan, makanan penutup dan tentunya minuman. Penulis berencana akan memberi nama-nama dari menu tersebut dari bahasa Jepang dan Sunda.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Gambar 1. 1
DESAIN LOGO KAITEKI



Sumber : Olahan Penulis, 2023

Gambar 1.1 diatas adalah desain logo dari bisnis kedai yang akan di buat oleh penulis. Logo adalah penyingkatan dari *logotype*. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer daripada *logotype*. Logo bisa menggunakan elemen apa saja, berupa tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain. Banyak juga yang mengatakan logo adalah elemen gambar / simbol pada identitas visual. (Rustan, 2009).

Maka dari itu penulis membuat logo dan nama semenarik mungkin agar mudah diingat oleh masyarakat. Dari logo dan nama yang penulis buat ini mempunyai filosofi tersendiri, dengan megusung nama “Kaiteki”, nama itu berasal dari bahasa Jepang yang artinya Sreg, nyaman, ramah, menyenangkan dari kamus Jepang-Indonesia. Dengan tujuan mudah diingat dan mudah dibaca.

Sementara itu filosofi dari logo tersebut mempunyai makna tersendiri dari aspek elemen dan nama yang dicantumkan didalam logo tersebut, yaitu mulai dari warna latar yaitu warna orange muda. Warna orange adalah simbol dari optimisme, petualangan, kemampuan, dan kemampuan bersosialisasi. Dapat juga melambangkan sikap percaya diri karena identik dengan sebuah kreativitas. (Meltem, 2019)

Lalu warna yang digunakan pada logo yaitu warna biru dikutip dari buku Keajaiban Terapi Warna Biru karya Muhammad Adam Hussein, S.Pd, M.QHi yang diartikan ketenangan, kebahagiaan, keharmonisan, dan ketenangan batin. (Muhammad Adam Hussein, 2015). Lalu dibagian elemen gambar yang ada didalam logo memiliki arti tersendiri, sebagai berikut:

- a. Bagian luar, yaitu lingkaran yang bisa diartikan dengan suatu hal yang tidak pernah putus.
- b. Gambar mangkok serta alat makannya tentu saja didalam logo bisnis dibidang makanan identik dengan peralatan makan.
- c. Kilauan di mangkok yang memberi kesan indah dan *eye catching*.
- d. Lalu pada logo mangkuk terdapat tulisan Jepang yaitu “かいてき” atau dalam bahasa latin yaitu kaiteki.
- e. Lalu menyantumkan Nama dari bisnis yang penulis rencanakan tentunya untuk mudah diketahui dan diingat oleh masyarakat yaitu Kaiteki.

- f. Dan terakhir yaitu menyantumkan tulisan “Sunda Japanese Concept” karena rencana bisnis yang akan dibuat yaitu perpaduan konsep Sunda dan Japanese.

3. Identitas Bisnis

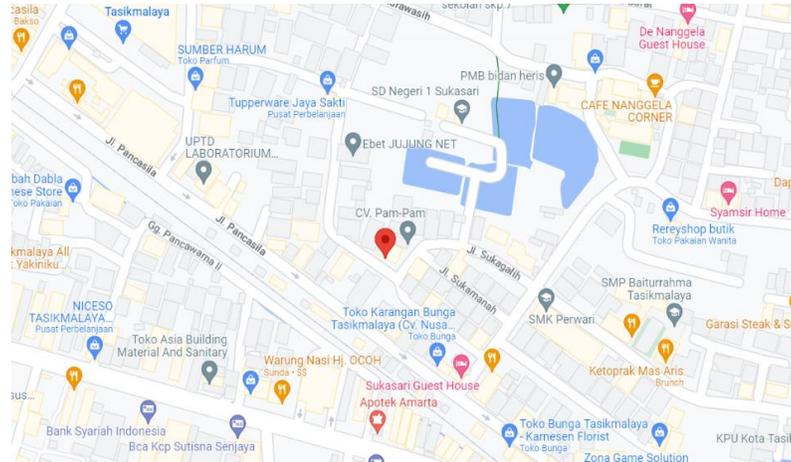
Identitas bisnis tentunya cukup berperan penting dalam pembuatan bisnis, baik itu mulai dari alamat atau lokasi dari bisnis yang akan di buat. Bisnis kedai yang akan penulis buat ini akan bertempat atau berlokasi di rumah pemilik yaitu beralamat di Jl. Sukapura No.16 RT/RW 001/010 Kel. Lengkongsari, Kec. Tawang, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia, 46111. Contact person; 081222839175.

GAMBAR 1. 2
LOKASI USAHA KAITEKI



Sumber : Google Maps, 2023

GAMBAR 1.3 LOKASI USAHA



Sumber : Google Maps, 2023

Alasan utama penulis memilih lokasi tersebut karena penulis memilih tempat milik sendiri dan memiliki lahan kosong yang cukup luas. Lokasi tersebut cukup strategis karena terletak di tengah kota Tasikmalaya, disamping itu lokasi ini juga memiliki lahan parkir yang cukup untuk beberapa kendaraan. Tujuan dari penulis memilih lahan milik sendiri karena agar tidak perlu lagi mengeluarkan biaya untuk sewa bangunan.

C. Visi dan Misi

Visi bisa diartikan dengan cita-cita atau tujuan utama dan gambaran secara garis besar. Visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. (Wibisono, 2006).

Misi adalah pernyataan tentang hal-hal yang harus dicapai organisasi di masa yang akan datang bagi pihak-pihak yang berkepentingan. (Akdon, 2006). Tentunya dalam membangun sebuah perencanaan bisnis perlu adanya visi dan misi. Penulis memiliki visi dan misi untuk menjalankan bisnis kedai yang akan dibuat.

1. Visi Kaiteki

Menjadikan kedai *rice bowl* dengan konsep perpaduan Jepang & Sunda nomor 1 di kota Tasikmalaya pada tahun 2025.

2. Misi Kaiteki

Misi dari kedai Kaiteki sebagai berikut:

- a. Menawarkan menu makanan dan minuman dari Jepang dengan cita rasa sunda.
- b. Memberikan pelayanan yang cepat, ramah dan profesional.
- c. Menawarkan varian menu yang inovatif dan bercita rasa lokal.

D. SWOT Analysis

Analisis SWOT adalah alat analisis yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau mungkin akan dihadapi oleh organisasi. Analisis ini didasarkan agar dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), yang secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). (Rachmat, 2014)

Tabel 1. 1
ANALYSIS SWOT

	<p style="text-align: center;"><u>Strengths (S)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Inovasi dalam konsep dan menu yang unik. - Lokasi yang mudah diakses. - Pelayanan yang ramah dan baik. 	<p style="text-align: center;"><u>Weakness (W)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Lahan parkir yang terbatas. - Modal pribadi yang terbatas.
<p style="text-align: center;"><u>Opportunity (O)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak banyak memiliki pesaing. - Kota Tasikmalaya terkenal dengan wisata kulinernya 	<p style="text-align: center;"><u>Strategi (S-O)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mempertahankan konsistensi pelayanan dan produk. 	<p style="text-align: center;"><u>Strategi (W-O)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Dengan memastikan kendaraan yang akan parkir dengan rapih dan tersusun. - Mengkontrol keuangan dengan sesuai kebutuhan kedai.
<p style="text-align: center;"><u>Threats (T)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Munculnya pesaing baru dengan inovasi yang serupa. 	<p style="text-align: center;"><u>Strategi (S-T)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Memberi inovasi seiring perkembangan industri kuliner. 	<p style="text-align: center;"><u>Strategi (W-T)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjalankan pemasaran dengan memberikan promo yang berlaku sementara.

Sumber: Olahan Penulis (2023)

E. Spesifikasi Produk

Dalam membangun sebuah perencanaan suatu bisnis tentunya perlu spesifikasi produk atau jasa. *Kaiteki* adalah nama atau *brand* dari perencanaan bisnis yang akan dibuat oleh penulis. Nama atau *brand* tersebut diambil karena penulis akan membuat produk makanan dan minuman dengan konsep dari Jepang dengan sentuhan Sunda. Produk yang akan ditawarkan yaitu makanan berat, makanan ringan, makanan penutup, dan minuman.

Makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang diperlukan setiap saat dan memerlukan pengolahan yang baik dan benar agar bermanfaat bagi tubuh. Produk makanan atau pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati atau air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan untuk makanan atau minuman bagi konsumsi manusia (Saparinto & Hidayati, 2010). Salah satu produk makanan yang ditawarkan dari kedai ini adalah makanan berat dengan sajian yang ditawarkan dalam bentuk *rice bowl*. Produk makanan berat tersebut adalah olahan makanan karbohidrat yaitu nasi hangat yang di campur dengan tutug oncom.

Cara pengolahan tutug oncom yaitu dengan cara disangrai dengan kata lain diolah tanpa menggunakan minyak, namun sebelum disangrai oncom tersebut di bakar terlebih dahulu, lalu bahan yang digunakan dalam pengolahan oncom ini terdiri dari kencur, bawang merah, bawang putih, dan cabai. Dalam pengolahan tersebut semua bahan tersebut dipastikan tercampur rata dan oncom nya sudah tertumbuk.

Disamping pengolahan salah satu menu yang akan ditawarkan dalam kedai ini. Penulis tentunya akan memunculkan konsep perpaduan dari Sunda dan Jepang pada

pengemasan produk makanan minuman yang akan ditawarkan. Salah satu contoh pengemasan makanan yang akan dipakai yaitu mangkuk kaca untuk *dine-in* dan *paper bowl* untuk pengemasan *take away*. Lalu untuk pengemasan minuman yang akan digunakan yaitu gelas kaca, cangkir menyesuaikan dari jenis minuman yang akan ditawarkan pada saat *dine-in*, untuk pengemasan minuman *take away* yaitu menggunakan *cup take away* untuk minuman *hot* dan *cup plastic* untuk minuman *cold*.

F. Jenis/Badan Usaha

Badan usaha adalah sebagai kegiatan yang dilakukan secara terus menerus dan bersifat keluar, untuk mendapatkan penghasilan dengan melakukan kegiatan produksi di dalamnya. Hasil dari produksi itu kemudian diperdagangkan secara bebas kepada masyarakat. (Molengraff, 2023). Pentingnya pertimbangan perihal jenis/badan usaha apa yang akan di ambil untuk suatu usaha. Menurut Undang-Undang Cipta Kerja Nomor 11 Tahun 2020, badan usaha adalah badan usaha berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum yang didirikan di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dan melakukan usaha dan/atau kegiatan pada bidang tertentu.

Maka dari itu penulis memilih jenis/badan usaha perorangan atau individu. Alasan penulis memilih badan usaha perorangan, karena tanggung jawab yang hanya di tanggung oleh pemilik, dan juga keuntungan dari kedai langsung di tanggung oleh pemilik. Lalu perseorangan juga dapat membuat keputusan yang bebas, dan juga segala rahasia yang ada didalam perusahaan akan terjamin karena hanya perseorangan.

Meskipun badan usaha perorangan namun penulis masih dapat memperkerjakan orang lain dalam membantu dan mengurus seputar kedai.

G. Aspek Legalitas

Suatu perencanaan sebuah bisnis tentunya perlu mencamtukan aspek-aspek legalitas dalam bisnis tersebut. Dalam perencanaan bisnis yang akan penulis buat, karena bisnis yang akan dibuat ini adalah perseorangan maka penulis harus memperhatikan aspek Undang-undang yang dibutuhkan di dalam bisnis ini adalah, 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.