

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

1.1 Latar Belakang

Bisnis adalah suatu kegiatan memproduksi dan menjual barang dan/atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Bisnis diambil dari kata “*business*” yang diartikan dari bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Dengan kata lain bisnis adalah suatu kegiatan atau kesibukan yang dilakukan oleh perorangan maupun organisasi yang melibatkan aktivitas produksi, penjualan, pembelian maupun pertukaran barang dan/atau jasa yang memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan atau laba yang diharapkan.

Fungsi dari bisnis secara umum adalah sesuatu yang tidak memiliki nilai dapat diolah menjadi sesuatu yang memiliki nilai dan bisa dimanfaatkan demi kepentingan masyarakat. Bisnis juga memiliki beberapa fungsi yaitu, *Form Utility* merupakan fungsi produksi dimana bisnis menghasilkan suatu barang dan/atau jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. *Place Utility* adalah fungsi distribusi dimana bisnis menyalurkan suatu barang/jasa ke lokasi terdekat yang dapat dijangkau oleh konsumen. *Possessive Utility* adalah suatu fungsi bisnis dimana sebuah perusahaan menjual suatu produk ke konsumen yang membutuhkan. *Time Utility* yaitu fungsi bisnis yang menyimpan barang yang saat itu kurang bermanfaat dan akan memasarkan barang tersebut pada saat barang itu akan lebih bermanfaat.

Dengan dapat dipahaminya fungsi-fungsi bisnis tersebut seseorang atau suatu kelompok dapat memiliki pondasi untuk membangun suatu usaha.

Dengan berdasar kepada fungsi-fungsi tersebut perorang atau suatu kelompok tersebut bisa membuat suatu rencana bisnis atau dikenal juga dengan *Business Plan*. Rencana bisnis ini adalah suatu dokumen tertulis yang di akan buat oleh seorang usahawan untuk menjelaskan atau menggambarkan usaha bisnis apa yang akan dia bangun. Di dalam perencanaan bisnis ini terdapat beberapa aspek yang akan berhubungan dengan bisnis yang akan dibangun, aspek tersebut adalah aspek internal dan eksternal yang akan mempengaruhi perkembangan pembangunan bisnis tersebut. Aspek-aspek yang dimaksud dapat permodalan, pemasaran, lokasi, dan sumber daya manusia yang akan di gunakan dalam bisnis tersebut. Dengan menggunakan aspek-aspek inilah seorang usahawan bisa membuat rencana bagaimana mereka akan membangun bisnis tersebut.

Namun pada tahun 2020 ini, dapat dibilang merupakan tahun tersulit bagi beberapa usahawan untuk membangun dan menjalankan bisnis mereka. Ini dikarenakan adanya wabah virus yang menyerang seluruh dunia, virus ini mudah menyebar dan menular melalui sirkulasi pernafasan manusia dan banyak menyebabkan kematian manusia di seluruh dunia. Pada awalnya Badan Kesehatan Dunia atau *World Health Organization* menyebutkan pada tanggal 31 Desember 2019 trjadi suatu kasus kluster pneumonia dengan etiologi yang tidak jelas yang terjadi di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, China. Dengan mudahnya virus ini menyebar melalui udara, virus ini menyebar keseluruh kota Wuhan yang membuat banyak korban jiwa berjatuhan di kota tersebut. Setelah banyaknya korban jiwa di kota Wuhan, pemerintah China memutuskan untuk mengisolasi kota tersebut. Akan tetapi, tanpa disadari virus tersebut ternyata

sudah menyebar diluar kota Wuhan dan terjadi banyak penularan bahkan diluar negara China. Virus tersebut bernama *Corona Virus Disease 19* (COVID-19). WHO menetapkan COVID-19 sebagai *Public Health Emergency of International Concern* (PHEIC) atau diartikan sebagai Kedaruratan Kesehatan Masyarakat yang Meresahkan Dunia (KKMMD) pada tanggal 30 Januari 2020. Lalu di Indonesia sendiri pada tanggal 2 Maret 2020 telah dilaporkannya 2 kasus yang terkonfirmasi sebagai kasus COVID-19.

Dengan mulai masuknya pandemi tersebut di Indonesia, pemerintah Indonesia pada tanggal 3 April 2020 mensahkan Permenkes No.9 Tahun 2020 tyang berisikan Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang bertujuan untuk menekan penyebara COVID-19 pada masyarakat Indonesia dengan diawali dari Ibukota DKI Jakarta pada tanggal 6 April 2020, yang diikuti oleh provinsi-provinsi lainnya di Indonesia.

Disebutkan dalam Permenkes No.9 Tahun 2020 disebutkan bahwa Pelaksanaan Pembatan Sosial Berskala Besar mencakup; diliburkannya sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, pembatasan kegiatan di tempat dan/atau fasilitas umum, pembatasan kegiatan sosial dan budaya, pembatasan moda transportasi, dan pembatasan kegiatan lainnya yang dikhususkan terkait aspek pertahanan dan keamanan. Dengan adanya peraturan tersebut, masyarakat diharuskan untuk menghindari tempat dimana banyak orang berkumpul dan mengutamakan bekerja atau berkegiatan didalam rumah atau bisa juga diesbut *work from home* (WFH). Namun pembatasan tersebut mengecualikan bebarapa tempat seperti Toko yang menjual bahan

pokok seperti, *Supermarket, Minimarket*, pasar, apotek atau tempat penjalana obat-obatan untuk medis. Terdapat juga pengecualian pada tempat yang menjual energy yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari contohnya POM bensin, tempat penjualan gas dan minyak tanah. Mereka masih tetap dapat beroperasi dengan syarat harus dipatuhinya protocol kesehatan yang berlaku guna menekan penyebaran COVID-19.

Dengan diterapkannya sistem Pembatasan Sosial Berskala Besar, menjadi sebuah permulaan dari pergeseran yang mempengaruhi gaya hidup, perilaku, serta kebiasaan masyarakat di Indonesia. Perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia ini terjadi hingga Pembatasan Sosial Berskala Besar dimulai hingga berakhir dan berubah menjadi Adaptasi Kebiasaan Baru (*New Normal*) diberlakukan.

Diberlakukannya Adaptasi Kebiasaan Baru adalah diberlakukannya kelonggaran dalam sistem Pembatasan Sosial Berskala Besar dengan syarat dipatuhinya protocol kesehatan yang bertujuan untuk tetap mencegah penyebaran dan penularan COVID -19. Akan tetapi, meskipun dengan dilonggarkannya pembatasan sosial tersebut, sudah banyak pelaku bisnis yang mengalami kerugian besar dan tidak sedikit juga yang gulung tikar selama pandemi berlangsung. Terjadinya penurunan ini paling dirasakan oleh bisnis yang masuk kategori Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), terutama yang bergerak di bidang kuliner.

Berdasarkan pada Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UMKM didefinisikan sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. 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, ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.

Dengan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar banyak pelaku UMKM yang terkena dampak negatif yang sangat besar. Bahkan banyak yang pelaku UMKM yang menutup secara permanen bisnis mereka. Meskipun begitu banyak

juga pelaku bisnis UMKM tersebut yang masih bisa bertahan hingga dilonggarkannya Pembatasan Sosial Berskala Besar. Faktor yang membuat para pelaku bisnis UMKM masih bisa bertahan adalah dimanfaatkannya perangkat digital untuk membantu mereka memasarkan produk mereka.

Setelah dilonggarkannya Pembatasan Sosial Berskala Besar, banyak gaya hidup masyarakat beralih menggunakan sistem *online*. Sistem *online* digunakan untuk meminimalisir penularan COVID-19, dikarenakan dengan tidak membuat berkumpulnya masyarakat dalam suatu tempat/lokasi. Sekarang masyarakat menggunakan sistem *online* untuk berbelanja makanan jadi atau yang biasa disebut sebagai *take away*.

Pada Penyusunan Tugas Akhir ini, Penulis akan merancang perencanaan bisnis usaha di bidang kuliner yang berbasis kepada UMKM. Dengan dipilihnya sistem UMKM ini, penulis ingin membangun usaha yang bisa menyerap banyak tenaga kerja dan bisa bermanfaat bagi masyarakat sekitar.

Dengan penjelasan yang telah penulis susun tersebut, Penulis ingin menjadikan perancangan perencanaan pembangunan dan pengembangan usaha sebagai Tugas Akhir dalam bentuk *business plan* yang berjudul “**Bisnis Kuliner Menjual ‘Bakso Kaget’ Secara Online**“. Dengan harapan, perencanaan bisnis usaha ini akan berjalan.

1.2 Gambaran Umum Bisnis

1.2.1 Deskripsi Bisnis

Bakso Kaget adalah bisnis kuliner yang akan berbasis kepada UMKM yang akan membuat produk berupa makanan khas Indonesia dengan bahan campuran daging giling dan tepung tapioka dengan pemutakhiran pada bagian isi dari bakso tersebut. Dengan adanya pemutakhiran isian penulis beranggapan bisa bersaing dengan para pelaku bisnis usaha yang menggunakan produk bakso sebagai produk yang mereka jual. Pemutakhiran isian yang dimaksud adalah membuat isian bakso yang bisa membuat bakso yang tadinya seperti hidangan bakso pada umumnya menjadi hidangan bakso yang unik.

Target konsumen dari Bakso Kaget adalah para pecinta makanan bakso dari segala kalangan. Kalangan yang dimaksud adalah dari anak-anak hingga orang yang sudah lanjut usia. Dipilihnya kalangan ini karena tekstur bakso dari Bakso Kaget akan dibuat menjadi kenyal dan lembut, sehingga meskipun konsumennya berasal dari anak kecil yang baru kehilangan gigi susu mereka hingga orang lanjut usia yang kekuatan dari giginya sudah berkurang masih dapat menikmati produk yang di hasilkan dari Bakso Kaget ini.

Bakso Kaget pada awalnya akan menjual produknya dengan cara penjualan via internet/*online*. Teknik penjualan ini dipilih karena dianggap paling ampuh dalam mengatasi kondisi *new normal* dimana tidak diperbolehkan banyaknya masyarakat berkumpul dalam satu tempat. Dengan menggunakan media internet sebagai media penjualan dan pemasaran, bisa dianggap sebagai

tindakan menghindari atau mengurangi berkumpulnya masyarakat pada satu tempat. Dan juga cara ini digunakan agar Bakso Kaget juga bisa mengikuti perkembangan teknologi dalam bidang pemasaran dan penjualan.

Dengan menggunakan media internet sebagai media pemasarannya, maka di perlukan juga jenis *packaging* yang akan digunakan. *Packaging* yang dimaksud harus bisa menjaga kualitas produk dari Bakso Kaget selama dalam proses pengiriman dari dapur produksi hingga ke tangan konsumen.

Packaging ini terbuat dari plastic tahan panas dan untuk sekali pakai saja. Dipilihnya desain ini memiliki tujuan agar konsumen bisa menikmati Bakso Kaget dimana saja secara langsung. Tentu saja desain yang digunakan ini diharuskan memiliki lisensi *Food Grade* dan tahan panas, dimana lisensi ini bisa menjadi jaminan bahwa *packaging* ini bisa aman untuk menyimpan makanan dan tidak akan menimbulkan efek samping bagi konsumen.

Dengan tujuan pemilihan *packaging* ini Bakso Kaget juga akan menyediakan alat makan sekali pakai. Tentu saja alat makan sekali pakai ini juga diharuskan memiliki lisensi tahan panas dan *food grade*.

Model pengemasan produk Bakso Kaget adalah dengan memasukan kondimen yang sudah setengah matang kedalam *cup* dan kuah dari bakso akan dimasukan kedalam kantung plastic yang tentu saja aman digunakan untuk menyimpan makanan dengan kondisi panas. Kemudian semua itu akan dimasukan kedalam *packing* yang dibuat agar memudahkan proses pengiriman produk Bakso Kaget bisa sampai ketangan konsumen dengan kualitas yang masih terjaga.

1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama

Sebuah nama dan logo dapat menjadi suatu identitas bagi suatu usaha bisnis yang akan dibuat. Identitas tersebut sering disebut juga sebagai *brand*. *Brand* atau bisa disebut juga merk dapat menjadi pembeda antara suatu produk atau jasa dengan yang lainnya.

Dengan penjelasan tersebut, penulis berencana membuat nama Bakso Kaget sebagai nama dari bisnis usaha yang akan penulis bangun. Nama tersebut digunakan karena nama tersebut akan menggambarkan ekspresi konsumen saat akan memakan produk Bakso Kaget. Dimana ekspresi yang penulis maksud adalah dimana konsumen terkejut/kaget saat mereka membuka Bakso Kaget dan menemukan isian yang unik dalam produk tersebut.

Logo yang akan digunakan oleh bisnis usaha Bakso Kaget adalah :



Gambar 1.1 Logo bisnis usaha Bakso Kaget

Yang dimana penulis beranggapan bahwa logo tersebut dapat mewakili dan menjelaskan produk Bakso Kaget. Dimana bentuk bulatan itu akan mewakili dari bakso khas Bakso Kaget dan logo hidangan didalam lingkaran sebagai symbol dari *essence* dari hidangan lain yang akan ditempatkan didalam bakso dari Basko Kaget.

1.2.3 Identitas Bisnis

Bakso Kaget merupakan *Initial Business* dimana bisnis ini adalah inisiasi dari penulis dan bukan bisnis yang sudah ada di pasaran. Penulis disini berperan sebagai *owner* dari Bakso Kaget itu sendiri. Bakso Kaget akan bergerak di bidang penjualan kuliner secara *online*.

Dapur produksi Bakso Kaget akan berlokasi di Jl. Budi Kampung Singkurmulya Rt.02 Rw. 12 No.35 Pasrikaliki, Cimahi Utara, Cimahi, Jawa Barat, dimana lokasi ini merupakan rumah dari penulis yang merangkap sebagai *founder* dari Bakso Kaget. Produksi Bakso Kaget akan berupa produksi rumahan yang tidak terlalu memerlukan banyak tenaga kerja dan juga terlalu banyak peralatan berat.

Dengan menggunakannya sistem pemasaran dan penjualan secara *online*, maka tidak diperlukan membuka gerai untuk penjualan langsung Bakso Kaget.

1.3 Visi dan Misi

1.3.1 Visi

- Menjadi bisnis kuliner bakso yang dapat dikenal diseluruh kota Bandung,
- Melestarikan makanan Indonesia yang bisa mengikuti perkembangan zaman,
- Memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen.

1.3.2 Misi

- Membuat produk Bakso Kaget yang selalu dapat bersaing dengan produk cepat saji lainnya,
- Memberikan produk dengan kualitas yang baik dengan harga yang dapat terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat,
- Menjaga kualitas yang sudah bagus.

1.4 SWOT Analysis

- *Strength*

Strength atau disebut juga kekuatan, merupakan suatu faktor yang membuat produk yang dibuat dapat bersaing dengan produk yang sudah berkembang di pasaran.

Dalam produk Bakso Kaget, faktor yang merupakan *strength* atau kekuatan untuk bersaing dengan produk-produk bakso yang sudah beredar di daerah sekitar adalah penggunaan *essence* yang terdapat di dalam Bakso Kaget yang bisa merubah kuah kaldu yang awalnya terasa biasa, bisa berubah menjadi kuah dari makanan lain.

Begitu pula dengan adonan bakso dari produk Bakso Kaget. Adonan tersebut akan dibuat dengan tekstur yang kenyal dan lembut hingga bisa dinikmati oleh seluruh usia dan juga memiliki rasa yang gurih dari banyaknya daging giling segar yang digunakan. Dan penggunaan bumbu-bumbu yang membuat produk dari Bakso

Kaget memiliki kekuatan untuk bersaing dengan produk-produk bakso lainnya.

Kekuatan utama yang penulis rasakan dan tekankan adalah dengan harga yang terjangkau oleh para konsumen dari berbagai kalangan, para konsumen dapat menikmati rasa bakso yang bervariasi.

- *Weakness*

Weakness adalah kelemahan yang akan di miliki dalam membuat suatu bisnis usaha. Kelemahan inilah yang juga akan menjadi faktor penting, dimana pemilik usaha harus bisa memnangani kelemahan dalam bisnis yang mereka miliki.

Dalam bisnis usaha Bakso Kaget, penulis sebagai *founder* dan *owner* yang merasa masih memiliki banyak kekurangan sebagai pemula dalam bisnis di bidang kuliner terutama pada produk bakso. Begitu pula masih minimnya pengalaman penulis dalam mengatur atau *managing* suatu bisnis usaha.

Kelemahan lain yang penulis rasakan pada produk Bakso Kaget ini adalah ketidak bisaannya memberikan harga yang terlalu mengambil keuntungan untuk perusahaan. Dikarenakan imej bakso pada masyarakat adalah harga yang terjangkau dan bisa mendapat porsi yang besar.

Dikarenakan keterbatasan modal yang dimiliki, pada Bakso Kaget awalnya hanya dapat membuat porsi yang tidak terlalu

banyak. Begitu pula dengan sumber daya manusia yang akan dipekerjakan, untuk masa merintis usaha, penulis sekaligus *founder* yang akan merangkap di segala bidang, dari memproduksi hingga menjual produk.

- *Opportunity*

Opportunity atau biasa disebut juga kesempatan, merupakan faktor eksternal yang akan mempengaruhi jalannya bisnis usaha Bakso Kaget.

Kesempatan yang terlihat oleh penulis saat akan merencanakan pembuatan bisnis usaha Bakso Kaget ini adalah meskipun dalam era modern seperti sekarang ini, masih banyak penikmat hidangan bakso, dari anak-anak hingga orang yang sudah usia lanjut pun masih menyukai hidangan bakso. Tidak hanya di pulau Jawa, hidangan bakso sudah menyebar diluar pulau Jawa dan meningkatkan jumlah penikmat bakso yang ada di Indonesia.

Selain itu juga, dengan menggunakan tekstur bakso yang kenyal dan lembut, bisa menjadikan Bakso Kaget ini bisa dinikmati kalangan masyarakat yang sudah lanjut usia dan masih sangat ingin menikmati hidangan bakso.

Dengan penjualan Bakso Kaget secara *online* bisa juga membuat konsumen merasa nyaman, karena mereka tidak perlu untuk keluar rumah hanya untuk memenuhi hasrat mereka untuk menikmati hidangan bakso. Hal ini juga dapat membuat konsumen

merasa aman, dikarenakan dalam kondisi pandemi ini jika konsumen ingin keluar rumah bisa menimbulkan resiko terpapar COVID-19 yang mudah menular tersebut.

Begitu pula dengan menu-menu yang dimiliki Bakso Kaget, bisa menarik perhatian konsumen yang sudah mulai bosan dengan rasa hidangan bakso yang monoton seperti biasa. Dengan rasa dari Bakso Kaget yang unik bisa menciptakan kombinasi cita rasa makanan khas Indonesia dan makanan khas daerah lain. Dan juga dapat menjadi suatu produk yang disukai oleh konsumen yang menyukai makanan yang memiliki rasa yang unik.

- *Threat*

Threat yang berarti ancaman merupakan salah satu faktor penting yang harus dihadapi saat akan memulai membuat suatu bisnis usaha. Yang di maksud ancaman adalah faktor eksternal atau faktor dari luar perusahaan yang bisa mengancam keberlangsungan kelanjutan bisnis usaha.

Ancaman dari bisnis kuliner Bakso Kaget adalah banyaknya pesaing dari produk bakso yang sudah banyak beredar dan banyak dari mereka yang sudah memiliki pelanggan tetap.

Dari ancaman ini penulis akan mencoba untuk memaksimalkan kualitas adonan bakso yang akan dibuat dengan tetap bisa menekan harga agar bisa bersaing dengan produk bakso lainnya.

Penulis juga akan memberikan pelayanan yang maksimal dengan standar fast food, agar konsumen yang membeli Bakso Kaget bisa merasa puas, bukan hanya dari produk tapi juga dari pelayanan yang berkualitas juga.

Berikut penulis melampirkan data penjual bakso di kota Bandung :

DAFTAR PENJUAL BAKSO DI KOTA BANDUNG		
No	Nama	Alamat
1	Cuanki dan Batagor Serayu	Jl. Serayu No.2
2	Bakso So'un & Mie Ayam Lodaya	Jl. Veteran No.3
3	Bakso Boedjangan Dipati Ukur	Jl. Dipati Ukur No.1
4	Baso Mantep Gunung Giri Solo	Jl. Aceh No.22A
5	Bakso Cuanki Serayu Cabang Mangga	Jl. Mangga No.20-22
6	Bakso Boedjangan Burangrang	Jl. Burangrang No.38A
7	Baso Panghegar Mang Ade	Jl. Hasanudin No.3
8	Baso Aci Ganteng	Jl. Japati
9	Baso Ikan Goreng Damar	Jl. Cibadak No. 157-161
10	Baso Beranak	Jl. Peta No.3
11	Baso Ikan Tenggiri isi Babi	Jl. Gedung Delapan No.9
12	Bakso Aci Mas Jay	Jl. Pahlawan No.43
13	Bakso Ika Asgar	Jl. Sultan Tirtayasa No.41
14	Bakso Ikan Paledang	Jl. Paledang
15	Bakso Son Haji Sony	Jl. Terusan Jakarta No.70
16	Bakso Aci S.E	Jl. Cemara
17	Bakso Lotus Jembar	Jl. Awi Bitung No.3
18	Mie Joyo Mangkok Baso	Jl. Titiran No.4
19	Baso Restorja Mas Karwan	Jl. Kacapiring
20	Sobaso Bandung	Jl. Bahureksa Bo.12
21	Tulen Situ Indah Siomay No.1 di Bandung	Jl. Pagarsih No.176
22	Bakso Patrol	Jl. Guntursari Wetan No.17
23	Siomay Tulen Situ Indah	Jl. Dr Setiabudi No.107
24	Cwie Mie Malang Karapitan	Jl. Karawitan No.36

Tabel 1.1 Daftar pesaing penjual bakso di kota Bandung, Sumber : Google Maps, 2020

Berikut juga penulis akan melampirkan data dari penjual bakso secara online berdomisili di Bandung :

No	DATA PENJUAL BAKSO SECARA ONLINE DI BANDUNG
1	Baso Bayana – Sarijadi
2	Seblak dan Bakso Ibu Nunung – Sariwangi
3	Warung Makan Mbak Sri Bakso & Nasi Pecel Khas Blitar
4	Dapur Naya 88 – Sukagalih
5	Bakso Kekinian – Pasirkaliki
6	Mie Jakarta – Sukawarna
7	Ukhty Food – Citeureup
8	Mie Baso Berkah Toto – Karangmekar
9	RR Chinesefood (HALAL) – Terusan Babakan Jeruk
10	Bakso Laman Astagfirullahhaladzim
11	Baso Acci Sulthan (Bacci) – Pajajaran
12	Pentol Ceker Siminreng – Sukagalih
13	Khodijah Berkah – Sukawarna
14	Sop Iga Kakek Legend – Sukagalih
15	Bakso Kerikil Reseup – Sukawarna
16	Baso Iga Neng All – Cipedes
17	Warung Mie Pak Mul - Cibabat

Tabel 1.2 Daftar pesaing penjual bakso online di kota Bandung, Sumber : Grab Food, 2020

Lean Canvas		Designed for: Bakso Kaget	Designed by: Chandra Mahendrata	Date: 10/02/2021	Version: 2
Problem <ul style="list-style-type: none"> Banyaknya hidangan bakso yang memiliki rasa yang monoton Kondisi Pandemi dimana konsumen sulit untuk keluar dari rumah mereka Kurang praktisnya pengemasan produk-produk bakso yang ada di pasaran 	Solution <ul style="list-style-type: none"> Membuat produk bakso dengan rasa yang unik dengan kombinasi dari hidangan lain Memberikan jalan untuk konsumen agar dapat menikmati hidangan bakso tanpa harus keluar dari rumah Mendisain pengemasan yang praktis dan efisien agar konsumen dapat menikmati hidangan ini dimana saja 	Unique Value Proposition <ul style="list-style-type: none"> Produk Bakso Kaget memiliki rasa yang unik yang akan disukai oleh pecinta makanan unik tapi tetap menerapkan rasa khas dari hidangan bakso tradisional Hidangan bakso yang dapat dinikmati segala kalangan masyarakat dari anak-anak hingga usialanjut 	Unfair Advantage <ul style="list-style-type: none"> Adonan bakso yang dibuat dengan resep sendiri Pembuatan <i>essence</i> yang menggunakan komposisi yang rumit 	Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> Kalangan muda yang berusia 12-25 tahun yang menyukai tren makanan unik Ibu-ibu yang biasanya sangat menyukai hidangan bakso Kalangan dewasa yang berusia 26-50 tahun yang menyukai hidangan bakso 	
Existing Alternatives <ul style="list-style-type: none"> Adanya produk bakso dengan isian yang unik seperti keju, dll Banyaknya produk makanan yang dijual secara online 	Key Metrics <ul style="list-style-type: none"> Membuat hidangan bakso yang bisa merubah rasa kuah bakso tersebut saat Baksonya dipotong Pengiklanan yang unik dan berbeda yang bisa mencerminkan produk dari Bakso Kaget Mendesain <i>packaging</i> untuk pembelian secara online 		Channels <ul style="list-style-type: none"> Akan digunakannya media sosial untuk sarana pengiklanan seperti Instagram, dan Facebook Digunakannya jasa ojek online untuk proses pengiriman produk ke konsumen 	Early Adopters Kalangan muda dari 12-25 tahun yang menyukai panganan Bakso dengan rasa yang unik.	
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> Bahan-bahan produksi Percetakan <i>packaging</i> Gas, Listrik, dan Air Tenaga pekerja 		Revenue Structure <ul style="list-style-type: none"> Penjualan produk secara online Tabungan 			

1.5 Spesifikasi Produk/Jasa

Bakso Kaget merupakan bisnis usaha kuliner yang menyajikan produk makanan Indonesia yang berupa bakso. Bakso adalah makanan yang terbuat dari campuran daging giling, tepung tapioka, dan berbagai macam bumbu, lalu dibulatkan dan direbus hingga matang. Bakso biasanya dihidangkan dengan mie, bihun, sayur-sayuran dan kuah yang terbuat dari rebusan tulang sapi. Hidangan bakso sendiri merupakan jenis makanan cepat saji/*fast food* dimana konsumen tidak harus menunggu lama hingga makanan disajikan kepada mereka.

Yang membuat produk Bakso Kaget dapat berbeda dari bakso lain adalah dimana isian bakso kaget akan menggunakan campuran *essence*, yang nantinya saat bakso dibelah *essence* tersebut akan keluar dan menyatu dengan kuah bakso yang hangat dan menjadikan hidangan bakso yang pada awalnya biasa menjadi hidangan yang unik. *Essence* sendiri adalah hasil rebusan kuah yang direbus hingga sebagian besar kadar airnya hilang dan menyisakan rasa yang kuat dari kuah tersebut.

Pada Bakso Kaget, *essence* tersebut akan dibuat dari kuah yang berasal dari hidangan lain, contohnya Tom-Yum. Kuah Tom-Yum yang sudah diberi bumbu dan sudah terasa pas akan dikentalkan dan dibekukan sebelum di masukan kedalam adonan Bakso Kaget. Setelah *essence* tersebut beku, *essence* akan dipotong sesuai ukuran yang diinginkan dan akan dibalut dengan daging cincang, lalu dimasukan kedalam adonan Bakso Kaget yang akan direbus hingga matang.

Untuk kondimen lain yang akan dijadikan sebagai pelengkap hidangan Bakso Kaget, penulis akan menyediakan beberapa jenis mie dan sayuran. Untuk jenis-jenis mie yang akan digunakan adalah mie basah, mie telur, bihun, soun, dan udon, dipilih nya jenis-jenis mie ini dikarenakan rasa dari mie-mie tersebut yang tidak terlalu kuat dan akan bisa menyesuaikan dengan rasa dari kuah Bakso Kaget.

Kuah merupakan sesuatu yang harus ada dalam setiap hidangan bakso. Dalam hidangan Bakso Kaget, kuah yang akan digunakan terbuat dari hasil rebusan tulang kaki sapi. Tulang-tulang tersebut akan direbus hingga mengeluarkan aroma khas kuah bakso. Untuk rasa dari kuah tersebut, penulis berencana membuat rasa kuah bakso tersebut tidak terlalu kuat, ini dikarenakan banyak konsumen penikmat bakso yang lebih menyukai dimana mereka mengatur rasa dari kuah bakso yang mereka akan nikmati.

1.6 Jenis/Badan Usaha

Badan Usaha yang akan di terapkan oleh bisnis kuliner Bakso Kaget adalah perusahaan perorangan. Alasan pemilihan badan usaha ini adalah dimana tidak diperlukannya terlalu banyak modal dan tenaga kerja dalam menjalankan bisnis usaha kuliner ini.

Dalam badan usaha perusahaan perseorangan ini kepemilikan badan usaha hanya dipegang oleh satu orang saja. Badan usaha ini tidak memerlukan izin khusus untuk mulai bergerak. Untuk bagian permodalan pemilik usaha dapat melakukan pinjaman, tanpa melibat pihak peminjam untuk menjadi pihak kepemilikan dari usaha tersebut.