

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Menurut Ahmad Suryadi, S.Pd. (2021:63) didalam buku “Menapak Indonesia (Jilid 2 pulau Jawa)”. Kota Administrasi Jakarta Selatan adalah nama sebuah Kota Administrasi dibagian selatan Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Luas wilayahnya adalah 141,27 km persegi dengan jumlah penduduk pada tahun 2018 sebesar 2.296.977 jiwa. Pusat pemerintahannya berada di Kebayoran Baru. Jakarta Selatan adalah salah satu dari lima Kota Administrasi di DKI Jakarta. Kota ini memiliki 10 Kecamatan dan 65 Kelurahan.

Menurut Irfan Efendi (2023). Jakarta Selatan memiliki infrastruktur yang memadai untuk mendukung sektor pariwisata dengan adanya ketersediaan transportasi, akomodasi, dan fasilitas-fasilitas pendukung lainnya. Jakarta Selatan memiliki berbagai atraksi wisata yang menarik baik wisata alam, budaya, maupun buatan. Beberapa wisata yang populer di Jakarta Selatan diantaranya : Taman Margasatwa Ragunan, Museum Satria Mandala, Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan, Senayan City, Pondok Indah Mall, dan Gandaria City. Untuk mewujudkan potensi yang lebih baik, diperlukan upaya-upaya untuk mengembangkan sektor pariwisata di Jakarta Selatan diantara lain, pengembangan fasilitas dan sarana prasarana, meningkatkan kualitas pelayanan, pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan promosi dan pemasaran, pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi

sumber daya manusia untuk meningkatkan daya saing pariwisata di Jakarta selatan.

Berdasarkan data BPS Jakarta Selatan tahun 2023, jumlah wisatawan lokal di Jakarta Selatan mengalami kenaikan signifikan dalam beberapa tahun terakhir yaitu jumlah wisatawan lokal pada tahun 2022 mencapai 10,2 juta orang dan meningkat sebesar 25,4% dibandingkan tahun 2021 kemudian di tahun 2023 mencapai 13,1 juta orang sehingga mengalami kenaikan signifikan sebesar 28,4%. Bukan hanya wisatawan lokal saja, tercatat lebih dari 99 ribu wisatawan mancanegara datang ke Jakarta pada April 2023, ada sebanyak 483.353 kunjungan wisatawan mancanegara selama 4 bulan pertama tahun 2023 angka ini meningkat sebesar 443,85% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Adapun faktor dan hal yang terkait sehingga mendorong kenaikan diantaranya adalah meningkatnya jumlah dan variasi destinasi wisata di Jakarta Selatan, Kemudahan akses transportasi, serta Gencarnya promosi wisata oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif DKI Jakarta.

Didalam buku visi misi pengembangan pariwisata (2023:112). Menuju era industry 4.0, Kemenparekraf/Baparekraf akan mengupayakan untuk selalu mendorong pertumbuhan industri pariwisata dan ekonomi kreatif dalam negeri, baik secara kuantitas maupun kualitas industri dalam peningkatan nilai tambah dan daya saing industri pariwisata dan ekonomi kreatif.

Sandiaga Uno, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) mengungkapkan bahwa produk-produk kreatif yang tersaji dalam pameran UMKM Apresiasi Kreatif Indonesia (AKI) 2023 yang diselenggarakan di

Jakarta Selatan sepenuhnya berlandaskan pada spirit inovasi, adaptasi, dan kolaborasi.

Menurut Ari Sandita Murti (2020). Ragunan adalah nama kelurahan di kecamatan Pasar Minggu, Jakarta Selatan yang memiliki sejarah tersendiri yang penamaannya diambil dari nama seorang tokoh terkenal yang dikenal yaitu Pangeran Wiraguna. Beliau menguasai tanah luas di selatan Batavia, luas tanah yang dimilikinya membuat penduduk sekitar menamai daerah tersebut dengan Tanah Wiraguna yang akhirnya dikenal masyarakat menjadi Ragunan.

Pada masa Gubernur DKI Jakarta Ali Sadikin, kawasan Ragunan menjadi ramai penduduk, apalagi Taman Margasatwa Ragunan tahun 1966 dibuka secara resmi oleh Ali Sadikin. Kebun binatang merupakan tempat wisata paling diminati saat ini karena harganya yang terjangkau oleh lapisan masyarakat, berdasarkan situs Pemkot Jakarta Selatan tercatat sekitar 45 ribu lebih jiwa dengan luas wilayah mencapai 5,05 Km persegi. Kelurahan Ragunan bersebelahan dengan Kelurahan Cilandak dan Jagakarsa.

Adapun faktor-faktor pendukung maupun perilaku masyarakat pada lingkungan bisnis agar dapat menunjang dan dapat terlaksanakan suatu usaha bisnis di daerah yang dituju untuk mengetahui efisiensi dan kapabilitas penjualan usaha bisnis. Seperti pada faktor budaya, sosial, ekonomi masyarakatnya.

Para pelaku bisnis mulai mempelajari bagaimana pola kebiasaan dan perilaku konsumen, mengobservasi bagaimana cara supaya menarik konsumen, budaya-budaya keseharian konsumen, dan lain sebagainya. Maka

dari itu banyak pelaku bisnis bersaing mendirikan usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup, ekonomi, bahkan trend yang sedang hangat di lingkungan masyarakat yang memungkinkan menjadi peluang bisnis untuk menghasilkan keuntungan. Berbagai macam konsep baru serta pelaku bisnis menggunakan kreasi dan kreatifitas nya masing-masing sebagai jargon bisnis yang memiliki tujuan sebagai tingkat daya saing dan membedakan produk dari pesaing serta membuat konsumen yang positif untuk menarik perhatian dari produk yang ditawarkan.

Didalam buku Jakarta Membangun (2023:75-77). Budaya masyarakat di sekitar Ragunan sangat beragam. Beberapa faktor budaya yang memengaruhi lingkungan bisnis di ragunan diantaranya budaya gotong royong dan kebersamaan serta budaya konsumtif yang kuat sehingga dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk mejalin kerjasama dan menciptakan lingkungan bisnis yang harmonis dengan mengakomodasikan kebutuhan masyarakat berupa usaha menjual produk atau jasa seperti makanan, minuman, dan hiburan. Kemudian budaya religious masyarakat di sekitar ragunan yang mayoritas muslim maka dari itu pelaku bisnis tidak membuka bisnis yang bertentangan dengan nilai-nilai agama.

Menurut Andry Budiman (2023:13-22). Kemudian faktor sosial yang perlu dipertimbangkan pada lingkungan bisnis di Ragunan adalah dengan memperhatikan kembali bawasannya masyarakat di sekitar Ragunan pada umumnya merupakan masyarakat Betawi yang memiliki budaya kental dan juga memiliki tradisi-tradisi merayakan hari raya keagamaan sehingga untuk melakukan usaha bisnis di daerah Ragunan perlu menyesuaikan jam

operasional dengan kegiatan tradisi masyarakat setempat dan menyesuaikan produk ataupun jasa yang ditawarkan dengan masyarakat setempat.

Menurut Irfan Efendi (2023:11-15). Sedangkan dilihat dari faktor ekonomi, Ragunan merupakan salah satu destinasi wisata yang populer di Indonesia. Ketika perekonomian nasional sedang mengalami pertumbuhan, maka jumlah wisatawan yang berkunjung ke Ragunan juga akan meningkat dan dapat berpengaruh juga pada peningkatan pendapatan usaha bisnis di sekitar Ragunan. Kemudian kebijakan pemerintah juga dapat berdampak terhadap perekonomian di Ragunan. Hal ini karena pemerintah memiliki kewenangan untuk mengeluarkan kebijakan yang dapat mempengaruhi perekonomian nasional, daerah, maupun internasional, misalnya kebijakan untuk menurunkan pajak dapat mendorong pertumbuhan ekonomi sehingga meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Ragunan.

Menurut D. Euis Hermiati, M.Si. (2020:176). Bisnis kuliner merupakan peluang yang sangat menjanjikan, namun tidak bisa sembarangan tanpa ada perencanaan dan konsep yang jelas, baik ditinjau dari rasa, selera, yang selalu digemari banyak orang, walaupun lokasinya sangat jauh, yang terpenting punya keunikan, selera dan rasa yang menantang banyak orang apalagi didengar dengan harga murah.

Bisnis kuliner di Indonesia sampai saat ini sudah menjamur dengan total mencapai lebih dari 10.000 unit yang dikutip dari data Badan Pusat Statistik tahun 2022, ada sebanyak 11.224 usaha di bidang kuliner yang tersebar di Indonesia pada tahun 2020. Kemudian ada sebanyak 8.043 (71,65%) usaha

berupa restoran atau rumah makan, 269 (2,40%) berupa catering, dan 2.912 (25,95%) masuk dalam kategori yang lain.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik DKI Jakarta tahun 2023, Bisnis kuliner yang merambah dan memiliki potensial di daerah Jakarta Selatan, ada sebanyak 2.345 unit (38,7%) restoran cepat saji yang dimana permintaan masyarakat yang sibuk dan menginginkan makanan yang cepat dan praktis, kemudian ada sebanyak 1.879 unit (31,2%) rumah makan yang dimana masyarakat Jakarta Selatan memiliki tingkat pendapatan yang relatif tinggi dan cukup sering makan di luar, lalu ada sebanyak 1.123 unit (18,5%). Kafe yang merupakan budaya minum kopi dan sejenisnya yang berkembang di kalangan masyarakat Jakarta Selatan, dan ada 245 unit (4%) catering bagi masyarakat yang membutuhkan layanan catering karena menawarkan kemudahan dan kepraktisan bagi penyelenggara acara.

Menurut SNI (Standar Nasional Indonesia) 3719.2014. Jus buah adalah minuman yang diperoleh dengan mencampur air minum, sari buah atau campuran sari buah yang tidak difermentasi dengan satu jenis buah atau lebih, dengan atau tanpa penambahan gula serta bahan tambahan pangan lainnya yang diizinkan.

Sedangkan menurut Dr. Ir. Sri Nuryanti, M. Si (2018). Jus buah adalah minuman yang diperoleh dengan cara memeras atau mengekstrak buah-buahan segar. Dan jus buah mengandung vitamin, mineral, dan serat yang bermanfaat bagi kesehatan.

Menurut observasi penulis, perlu adanya bisnis jus buah dengan pemanis alternatif alami di Ragunan dikarenakan data penjualan dari toko-toko di sekitar Ragunan menunjukkan bahwa jus buah, minuman bersoda dan minuman manis lainnya mendominasi penjualan, segar, dan praktis.

Data dari kementerian Kesehatan juga menunjukkan bahwa konsumsi gula masyarakat di Indonesia melebihi batas aman yang dapat meningkatkan resiko berbagai penyakit kronis, seperti diabetes, obesitas, dan penyakit jantung. Maka dari itu penulis menawarkan pilihan jus buah dengan pemanis alternatif alami yang lebih sehat bagi masyarakat yang ingin mengurangi konsumsi gula dan praktis bagi masyarakat Ragunan dan sekitarnya .

Penulis juga mendeskripsikan lingkungan bisnis menggunakan konsep *Food Truck* minuman jus buah cocok dilakukan di daerah Ragunan, Jakarta Selatan memiliki peluang pasar yang cukup besar karena ragunan adalah salah satu daerah wisata kebun binatang, lokasi mobilitas masyarakat sekitar berdekatan dengan terminal, gelanggang olahraga, daerah pemukiman penduduk dan banyaknya aktifitas para pelajar.

Maka dari itu penulis berencana untuk mendirikan satu bisnis dibidang makanan dan minuman yang menggunakan food truck dengan produk berupa minuman jus buah dengan pemanis alternatif alami dan juga makanan dari olahan buah-buahan di Ragunan dan sekitarnya yang disusun dalam bentuk tugas akhir dengan judul “ Perencanaan Bisnis Food Truck Eunoia Juice di Ragunan dan Sekitarnya”

## B. Gambaran Umum Bisnis

### 1. Deskripsi Bisnis

Menurut Allan Afuah (2004). Bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan ada dalam industri. Orang yang mengusahakan uang dan waktunya dengan menanggung resiko dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut *Entrepreneur*.

Untuk dapat mewujudkan perencanaan bisnis tentu saja perlu adanya patokan atau point-point pendukung yang dapat dijadikan rujukan maupun acuan bisnis yaitu dengan menggunakan *Business Model Canvas*. Penulis menggunakan pendekatan Business Model Canvas sebagai rujukan utama dalam “Perencanaan Bisnis Food Truck Eunoia Juice di Ragunan dan Sekitarnya”.

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010:15) , *Business Model Canvas* adalah alat visual yang digunakan untuk menggambarkan Sembilan elemen kunci dari model bisnis suatu perusahaan. Sembilan elemen tersebut adalah customer segments (segmen pelanggan), value proposition (nilai proposisi), channels, customer relationship (hubungan pelanggan) revenue streams (aliran pendapatan), key activities (aktivitas utama), key partnerships (kemitraan utama), dan cost structure (struktur biaya).



Gambar 1.1

Business Model Canvas

<p><b>Judul :</b> Perencanaan Bisnis Food Truck Eunoia Juice di Ragunan dan Sekitarnya  <b>Problem Statement :</b> Di Jakarta Selatan, tepatnya daerah Ragunan, belum ada <i>food truck juice</i> yang menawarkan <i>product jus</i> buah dengan pemanis alternatif alami berupa pemanis madu, stevia dan jagung.</p>				<p><b>CUSTOMER SEGMENTS</b>  <b>Mass Market :</b> Pasar yang dituju adalah Para Pelajar/Penduduk sekitar, Pengguna transportasi umum Terminal Ragunan, Wisatawan.</p>	
<p><b>KEY PARTNERSHIPS</b>  <b>Buyer-supplier relationship :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bekerjasama dengan supplier bahan dasar produk.</li> <li>Bekerjasama dengan pihak keamanan setempat.</li> <li>Bekerjasama dengan teknisi mesin untuk merawat kelayakan keseluruhan Food Truck.</li> </ul>		<p><b>KEY ACTIVITIES</b>  <b>Production :</b> Membuat dan menjual produk makanan dan minuman. Yaitu; jus buah dengan pemanis alternatif alami, rujak buah, manis buah, dan asinan buah.  <b>Platform/ Network :</b> Supplier, konsumen, pihak keamanan</p> <p><b>KEY RESOURCES</b>  <b>Physical:</b> Food Truck, Machine production, Equipment penunjang.  <b>Intellectual :</b> Produk minuman jus buah dengan pemanis alternatif alami.  <b>Human :</b> Supplier, Karyawan, Teknisi Perawatan mesin.  <b>Financial :</b> Tabungan pribadi, atau tabungan penanam modal.</p>		<p><b>CUSTOMER RELATIONSHIPS</b>  <b>Personal assistance :</b> Merekrut karyawan jasa untuk melayani pelanggan dan bekerja sama dengan ojek online.  <b>Self service :</b> Memberikan pelayanan yang lebih cepat dan efisien.</p> <p><b>CHANNEL</b>  <b>Awareness :</b> Melalui konsumen secara lansung serta Sosial media ( Instagram, TikTok ) ; Brosur, Packaging.  <b>Evaluation :</b> Tester produk makanan dan minuman untuk konsumen.  <b>Purchase :</b> konsumen dapat melakukan transaksi secara langsung atau layanan telepon pesan antar.  <b>Delivery :</b> self service dan layanan pesan antar.  <b>After Sales :</b> testimoni konsumen melalui TripAdvisor, Google Rate.</p> <p>Type:  Direct (sales forces: own/ partner)  Konsumen datang langsung ke lokasi food truck ataupun melalui layanan telepon.</p>	
<p><b>VALUE PROPOSITIONS</b>  <b>Performance :</b> Produk minuman jus buah dengan pemanis alternatif alami madu, stevia, dan jagung.  <b>Design :</b> Menggunakan kemasan produk organik dan wadah ramah lingkungan berbahan dasar kertas dan plastik <i>take away</i> berbahan dasar singkong.  <b>Price :</b> Menjual produk makanan dan minuman dengan harga terjangkau.</p>		<p><b>REVENUE STREAMS</b>  <b>Streams type:</b> * <b>Asset sale :</b> Menjual produk berupa makanan dan minuman.  <b>Pricing types:</b> * <b>Fixed Menu Pricing: List price :</b> Setiap produk makanan dan minuman yang ditawarkan menggunakan harga tetap.</p>		<p><b>CUSTOMER RELATIONSHIPS</b>  <b>Personal assistance :</b> Merekrut karyawan jasa untuk melayani pelanggan dan bekerja sama dengan ojek online.  <b>Self service :</b> Memberikan pelayanan yang lebih cepat dan efisien.</p> <p><b>CHANNEL</b>  <b>Awareness :</b> Melalui konsumen secara lansung serta Sosial media ( Instagram, TikTok ) ; Brosur, Packaging.  <b>Evaluation :</b> Tester produk makanan dan minuman untuk konsumen.  <b>Purchase :</b> konsumen dapat melakukan transaksi secara langsung atau layanan telepon pesan antar.  <b>Delivery :</b> self service dan layanan pesan antar.  <b>After Sales :</b> testimoni konsumen melalui TripAdvisor, Google Rate.</p> <p>Type:  Direct (sales forces: own/ partner)  Konsumen datang langsung ke lokasi food truck ataupun melalui layanan telepon.</p>	
<p><b>COST STRUCTURE</b>  <b>Cost Driven :</b> Harga jual produk makanan dan minuman yang bisa berubah sewaktu – waktu tergantung oleh biaya produksi.  <b>Fixed cost :</b> Gaji karyawan dan pajak food truck  <b>Variable cost :</b> Biaya bahan produk, bahan bakar kendaraan, bensin , air bersih, genset untuk listrik , perawatan mesin, pengelolaan sampah, pungutan biaya keamanan setempat.</p>		<p><b>REVENUE STREAMS</b>  <b>Streams type:</b> * <b>Asset sale :</b> Menjual produk berupa makanan dan minuman.  <b>Pricing types:</b> * <b>Fixed Menu Pricing: List price :</b> Setiap produk makanan dan minuman yang ditawarkan menggunakan harga tetap.</p>			

Dalam peraturan Menteri Pariwisata Pasal 1 ayat (20) nomor 18 Tahun 2016 terkait pendaftaran usaha pariwisata yaitu “Usaha Jasa Makanan & Minuman ialah usaha penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan/atau penyajiannya.” Dari definisi usaha dibidang pariwisata jasa makanan dan minuman memang tidak disebutkan secara rinci terkait toko atau gerai makanan yang dijual dalam kendaraan seperti *Food Truck*. Namun *Food Truck* tetap dapat dikategorikan kedalam usaha dibidang pariwisata pada layanan jasa makanan dan minuman dengan memperhatikan peraturan daerah yang berlaku.

Sedangkan dalam Peraturan Gubernur DKI Jakarta Pasal 1 ayat (11) Nomor 13 Tahun 2017 tentang Restoran Bergerak menyebutkan bahwa “Restoran Bergerak adalah fasilitas penyedia makanan dan/ atau minuman dengan dipungut bayaran yang menggunakan kendaraan bermotor khusus sebagai tempat usaha dan dilakukan secara berpindah-pindah lokasi.”

Menurut Alan Philips (2020). *Food Truck* adalah dapur bergerak, kantin, atau katering dengan kendaraan besar yang umumnya menjual berbagai makanan dan minuman. *Food Truck* merupakan kendaraan bermotor yang dilengkapi untuk menyediakan, memasak, dan/atau menjual makanan kepada orang ramai di lingkungan luar.

*Food Truck* bisa menjadi alternatif bisnis yang menarik bagi konsumen dan juga menjadi peluang yang baik bagi para pelaku usaha bisnis dibidang kuliner dengan cara menjangkau suatu titik keramaian masyarakat yaitu berdekatan dengan daerah pemukiman, wisata, terminal, halte transjakarta,

sekolah, dan lainnya serta mampu berpindah lokasi juga apabila terdapat event di tempat lainnya. Bagi penulis bisnis *Food Truck* ini cukup menjanjikan karena akan memiliki banyak keuntungan serta peluang yang sama bahkan lebih baik daripada para pelaku bisnis lainnya.

Konsep dari bisnis *Food Truck* penulis yang bernama “Food Truck Eunoia Juice“ ini adalah dengan menawarkan dan menjual produk makanan dan minuman yaitu variasi jus buah dengan pemanis alami alternatif, rujak buah, manisan buah, dan asinan buah dengan kualitas terbaik dengan harga terjangkau bagi konsumen.

Food Truck Eunoia Juice memiliki konsep restoran bergerak yang menyajikan produk makanan dan minuman, penulis memiliki ide konsep yang berbeda pada kendaraan *Food Truck* yaitu dengan memodifikasi bajaj sebagai media operasional *Food Truck* dan fokus produk penulis yaitu; jus buah dengan pemanis alami alternatif berupa pemanis alternatif dari jagung, stevia, dan madu, kemudian ada rujak buah, manisan buah, dan asinan buah dengan kualitas terbaik sehingga dapat dikonsumsi oleh semua kalangan serta dapat memenuhi nutrisi konsumen yang banyak melakukan aktivitas di luar lapangan maupun di dalam ruangan.

## **2. Deskripsi Logo dan Nama**

Logo sendiri merupakan salah satu komponen pengenal merek suatu perusahaan atau bisnis. *Wheeler* (2009) mendefinisikan logo perusahaan atau bisnis sebagai "*signature*" dalam bukunya. Secara umum logo adalah simbol gambar yang digunakan dalam suatu organisasi, produk, perusahaan atau layanan sebagai identitas visual yang mudah dikenali dan diingat oleh

konsumen untuk membantu citra merek yang kuat dan untuk mengkomunikasikan pesan atau nilai-nilai yang terkait serta membedakan suatu merek dari pesaing dan membangun kesetiaan konsumen.

Nama bisnis yang digunakan penulis adalah “Eunoia Juice” nama dari Eunoia yang diambil dari bahasa Yunani yang artinya adalah pemikiran indah dari hasil pikiran-pikiran yang baik, kata Eunoia ini dapat dilafalkan dengan “yunoya”. Penulis mengambil nama tersebut dikarenakan konsep bisnis food truck ini sudah dipikirkan secara baik-baik dan matang terkait konsep bisnisnya dengan melakukan banyak diskusi dan sharing session dengan orang-orang terdekat yang memiliki banyak pengalaman serta pengamatan lingkungan, sehingga produk utama yang akan dijual berupa jus buah yang sudah jelas bagaimana khasiat dan manfaatnya.

### **Gambar 1.2**

#### **Logo Usaha**



Sumber: Olahan penulis, 2023

a. Warna

- Warna merah pada kemasan gelas dengan sedotan melambangkan tekad keberanian, membawa kesan menarik, energik dan semangat. Warna merah juga bisa dikatakan warna yang melambangkan emosi yang kuat yang dapat memicu nafsu makan, serta terdapat gambar buah-buahan pada bagian bawah kemasan gelas yang dimaksudkan jelas tujuan bisnis ini adalah jenis minuman buah yang berupa jus buah.
- Warna kuning pada latar belakang tulisan “Eunoia Juice” melambangkan kepuasan hati serta kehangatan. Warna kuning juga bisa dinilai *eye catching* atau mudah menarik mata dan membuat suasana hati menjadi bahagia dan sejahtera.
- Warna biru pada tulisan “Eunoia Juice” untuk mengkomunikasikan rasa yakin terhadap konsumen atas produk yang dijual

b. Gambar

- Latar belakang kemasan gelas dengan sedotan dan gambar buah-buahan berfungsi untuk mengkomunikasikan dan memperjelas maksud dan tujuan kepada konsumen terkait produk yang dijual adalah minuman jus buah.

### 3. Identitas Bisnis (Kontak dan Alamat Perusahaan)

Lokasi bisnis yang dipilih oleh penulis adalah daerah Ragunan dan sekitarnya. Rencana lokasi dari Bisnis Food Truck Eunoia Juice akan berlokasi di Jalan Harsono RM 1, Rt. 10/Rw. 7, Ragunan, Pasar Minggu, Kota Jakarta Selatan, Jakarta.12550. dikarenakan yang menjadi target konsumen utamanya

para pelajar, masyarakat sekitar, serta wisatawan. Dan juga pada lokasi ini berdekatan dengan terminal angkutan umum serta area persimpangan jalan yang cukup banyak dilalui oleh masyarakat, sehingga diharapkan dengan mangkalnya *food truck* pada lokasi ini pada jam tertentu dapat menjadi daya tarik bagi konsumen untuk mencobanya.

**Gambar 1.3**

### Rencana Denah Mangkal Food Truck Eunoia Juice



Sumber : *Google Maps*, 2023.

**Gambar 1. 4**

### Rencana Lokasi Mangkal Food Truck Eunoia Juice



Sumber : *Google Maps*, 2023.

### C. Visi dan Misi

Menurut Wibisono (2006:43), Visi adalah serangkaian kata-kata bahkan rangkaian kalimat mengungkapkan impian , cita-cita, rencana, harapan sebuah perkumpulan, perusahaan, organisasi yang ingin dicapai di masa mendatang. Visi juga dapat dikatakan sebagai sesuatu yang sangat dibutuhkan untuk organisasi demi menjamin kesuksesan dan kelestarian organisasi/perusahaan jangka panjang. Dengan kata lain dapat diekspresikan visi merupakan “ *want to be*” dari perkumpulan, perusahaan atau organisasi.

#### 1. Visi

Visi dari bisnis Food Truck Eunoia Juice adalah menjadi salah satu *food truck healthy drink* dengan kualitas produk terbaik di daerah Ragunan dan sekitar.

Menurut Wheelen (Dikutip oleh Wibisono, 2006 : 46-47). Misi adalah rangkaian kalimat yang berisi tujuan dan alasan keberadaan suatu organisasi yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan atau organisasi kepada masyarakat, berupa produk dan jasa. Tujuannya adalah menyampaikan kepada *stakeholder*, dalam organisasi maupun luar, berisi tentang latar belakang berdirinya perusahaan, arah dan tujuan perusahaan.

#### 2. Misi

- a. Mengutamakan konsistensi kualitas bahan baku yang terbaik untuk dapat memotivasi orang memiliki gaya hidup sehat dengan menawarkan produk makanan dan minuman dengan bahan dasar buah-buahan.

- b. Menjadi penyedia makanan dan minuman berbahan dasar buah dengan standart kualitas yang terbaik dengan pemanis alternatif alami, seperti pemanis alami jagung, madu, dan pemanis alami dari daun stevia.
- c. Menjalin kemitraan berkelanjutan dengan produsen buah lokal petani buah organik, dan pemasok terpercaya untuk memastikan kualitas bahan baku tetap yang terbaik.

#### **D. SWOT Analysis**

Menurut Armstrong dan Kotler (2008) berpendapat bahwa pengertian analisis SWOT merupakan penilaian yang dilakukan terhadap kekuatan, peluang, kelemahan, dan juga ancaman suatu perusahaan.

Berdasarkan analisa lingkungan bisnis penulis mencari dan mengobservasi dengan menggunakan faktor – faktor analisa lingkungan berdasarkan lingkungan budaya masyarakat, sosial, dan ekonomi. Dilihat dari faktor lingkungan budaya masyarakat yang masih kurang akan kesadaran berlebihnya mengonsumsi gula untuk dapat lebih peduli dengan gaya hidup sehat tetapi juga praktis dengan membeli jus buah dengan pemanis alternatif alami, dilihat dari faktor lingkungan sosial masyarakatnya yang kebanyakan asli Betawi yang cenderung suka berkumpul dan banyak berinteraksi dengan orang – orang sekitarnya maka bisa menguntungkan bisnis karena kemungkinan besar mereka dapat mempromosikan produk melalui mulut ke mulut, kemudian dilihat dari faktor lingkungan ekonomi tentu saja sudah tidak asing dengan banyaknya pedagang kaki lima yang berjualan buah-buahan ataupun olahan buah mudah dijumpai di sekitaran Ragunan baik dalam bentuk makanan



maupun minuman yang menawarkan dengan harga relatif murah dengan begitu bisa membangun hubungan baik dan bekerjasama dengan para pedagang lainnya untuk mensupplie bahan baku buah-buahan dan bekerjasama pula dengan para produsen olahan buah-buahan.

Analisis lingkungan bisnis yang diperlukan oleh penulis sebagai acuan untuk digunakan dalam menentukan strategi – strategi pada bisnis, baik dalam strategi promosi, strategi pemasaran, strategi lokasi dan sebagainya. Berikut adalah analisis SWOT “Perencanaan Bisnis Food Truck Eunoia Juice di Ragunan dan Sekitarnya”.

#### 1. *Strenght* ( Kekuatan)

- a. Menggunakan bahan baku yang berkualitas.
- b. Menggunakan pemanis alternatif alami madu, stevia, dan jagung.
- c. Konsep bisnis *Food Truck* yang menjual minuman jus buah dengan pemanis alternatif serta rujak buah, manisan buah, dan asinan buah belum ada di lingkungan Ragunan serta memiliki potensi untuk memberikan layanan yang cepat.
- d. Menggunakan genset/aki/bensin sebagai sumber daya listrik dalam operasional *Food Truck*.

#### 2. *Weakness* ( Kelemahan)

- a. Merawat dan mengoperasikan *food truck* yang memerlukan biaya peralatan, bahan bakar, dan penyimpanan yang kemungkinan mahal.
- b. Keterbatasan sarana promosi disekitar *food truck*.
- c. Ketergantungan pada musim dan terkendala cuaca yang dapat memengaruhi bisnis.

- d. Ruang di dalam *Food Truck* yang terbatas, dapat membuat penyimpanan bahan baku dan persiapan operasional menjadi sulit.

### 3. *Opportunities* ( Peluang)

- a. Sebagian masyarakat yang cenderung konsumtif sehingga dapat menarik lebih banyak konsumen untuk membeli produk yang dijual.
- b. Konsep *food truck* yang minim dipakai di daerah Ragunan untuk menarik konsumen.
- c. Bekerjasama dengan bisnis lain dan dapat turut berpartisipasi dalam berbagai *event* untuk meningkatkan *eksposur* dan penjualan.
- d. Fleksibel secara operasional serta lokasi yang dapat menjangkau konsumen seperti pada sekolah, terminal, dan pemukiman.

### 4. *Threats* ( Ancaman )

- a. Banyaknya penjual makanan dan minuman di daerah Ragunan bisa berpotensi terjadinya persaingan harga dan kualitas produk.
- b. Peraturan pemerintah setempat dan persyaratan izin yang berbeda-beda serta perubahan regulasi yang dapat menghambat bisnis.
- c. Banyaknya pelaku pungutan liar atau preman karena pihak keamanan daerah yang jarang berpatroli di daerah bisnis.
- d. Ketersediaan tempat parkir kurang memadai untuk *Food Truck* maupun konsumen yang akan membeli.
- e. Terjadi kerusuhan atau kegiatan sosial masyarakat Ragunan yang dapat mengganggu operasional bisnis.

**Tabel 1. 1**  
**Analisis SWOT**

	<p><b>Strenght</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan bahan baku yang berkualitas.</li> <li>- Konsep bisnis <i>Food Truck</i> yang menjual minuman jus buah dengan pemanis alternatif dan makanan olahan buah yang berfokus pada layanan cepat.</li> <li>- Menggunakan genset/aki/bensin sebagai sumber daya listrik dalam operasional <i>Food Truck</i>.</li> </ul>	<p><b>Weakness</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Operasional <i>food truck</i> membutuhkan biaya yang tinggi dan keterbatasan sarana promosi disekitar <i>food truck</i>.</li> <li>- Ketergantungan pada musim dan cuaca.</li> <li>- Ruang di dalam <i>Food Truck</i> yang terbatas, dapat membuat penyimpanan bahan baku dan persiapan operasional menjadi sulit.</li> </ul>
<p><b>Opportunity</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sebagian masyarakat yang cenderung konsumtif</li> <li>- Konsep <i>food truck</i> yang minim dipakai di daerah Ragunan.</li> <li>- Bekerjasama dan berpartisipasi dalam berbagai <i>event</i> ,serta Fleksibel secara operasional serta lokasi menjangkau konsumen.</li> </ul>	<p><b>Strategi S/O</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kualitas bahan baku dan pemanis alternatif alami untuk memperluas pasar, menargetkan konsumen yang sadar kesehatan di Ragunan dan sekitarnya.</li> <li>- Menggunakan konsep bisnis <i>Food Truck</i> yang unik untuk berkolaborasi dengan event lokal,atau sekolah serta memanfaatkan fleksibilitas lokasi.</li> </ul>	<p><b>Strategi W/O</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengoptimalkan ruang di dalam food truck untuk penyimpanan dan persiapan, menggunakan peralatan yang hemat energi dan bahan bakar.</li> <li>- Menggandeng bisnis lokal atau komunitas untuk promosi bersama atau sponsor event.</li> <li>- Menggunakan platform media sosial untuk menjangkau konsumen.</li> </ul>
<p><b>Threats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Persaingan dengan pedagang sekitar</li> <li>- Peraturan pemerintah setempat dan perubahan regulasi.</li> <li>- Pelaku pungutan liar atau preman karena kurangnya pihak keamanan daerah yang berpatroli.</li> </ul>	<p><b>Strategi S/T</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konsisten dalam menggunakan bahan baku berkualitas dan menjaga rasa produk.</li> <li>- Mengurus izin usaha dan menjalin hubungan baik dengan pihak berwenang untuk menghindari hambatan dalam operasional bisnis.</li> </ul>	<p><b>Strategi W/T</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memasang CCTV dan alarm di food truck untuk mencegah ancaman eksternal seperti premanisme atau kerusuhan, juga untuk pengamanan aset dan asuransi.</li> <li>- Bekerja sama dengan platform online dan membuat promosi.</li> </ul>

Sumber : Olahan Penulis, 2023

## E. Spesifikasi Produk

Menurut Philip Kotler (2018:436). Spesifikasi produk adalah rincian teknis tentang produk yang termasuk bahan, ukuran, bentuk, dan keunikan-keunikan lain yang dapat mempengaruhi kualitas dan fungsinya.

Produk makanan dan minuman yang ditawarkan penulis dalam perencanaan bisnis *food truck* ini adalah produk dengan bahan dasar buah-buahan yaitu variasi minuman jus buah dengan pemanis alternatif alami yang berkualitas sebagai produk utama, dan beberapa menu tambahan berupa rujak buah, manisan buah dan asinan buah. Pada perencanaan bisnis *Food Truck* ini jus buah menggunakan pemanis alami madu, stevia, dan jagung dikarenakan lebih sehat daripada menggunakan gula pasir pada umumnya sebab kadar gulanya lebih rendah yang dapat mengurangi resiko diabetes, mengandung vitamin dan mineral serta memberikan rasa yang lebih kuat sehingga dapat menambah variasi rasa pada jus buah.

Menggunakan kemasan yang terbuat dari bahan organik yang dapat didaur ulang dan dapat diolah kembali atau ramah lingkungan. Penggunaan kemasan ramah lingkungan ini agar memudahkan proses daur ulang dan mengurangi limbah. Kemasan berbahan dasar kertas untuk membungkus produk dapat memberikan kesan yang eksklusif bagi produk yang dijual dan juga penggunaan plastik berbahan dasar singkong sebagai plastik *take away*, dikarenakan plastik berbahan dasar singkong dapat terurai secara alami dalam waktu yang lebih singkat.

## **F. Jenis/Badan Usaha**

Bentuk badan usaha Food Truck Eunoia Juice yang akan digunakan adalah persekutuan komanditer atau CV. Persekutuan komanditer atau CV adalah salah satu jenis badan usaha yang bergerak didalam bidang bisnis serta didikan dan mepercayakan modal yang dimiliki antara seseorang atau lebih untuk bertanggung jawab dan memimpin perusahaan untuk mencapai cita-cita bersama dengan tingkat keterlibatan masing-masing anggotanya berbeda. Ketentuan CV ini diatur dalam ketentuan Pasal 19 KUHD.

Karakteristik dari badan usaha CV ini yang membedakan dengan jenis badan usaha yang lain, diantaranya;

- a. Dalam mendirikan perusahaan mudah dibuat.
- b. Modal mudah diperoleh dari para anggotanya, tetapi jika terlanjur dimasukkan kedalam perusahaan, maka akansulit untuk menarik atau mengambil kembali modal tersebut.
- c. Ada 2 jenis aspek keanggotaan, yaitu persero aktif dan persero pasif yang memiliki kapasitas berbeda dalam aspek pertanggungjawaban.
- d. Jangka waktu berlangsungnya perusahaan bergantung pada kesepakatan para perseronya.
- e. Dari aspek kredit, apabila perusahaan mengajukan kredit, maka plafond kredit yang diberikan tidak terlalu besar, bergantung pada kemampuan modal perusahaan dan aspek lainnya yang dianalisis oleh kreditor.

## G. Aspek Legalitas

Dalam menjalankan suatu bisnis usaha tentu saja setiap pelaku bisnis menginginkan keberhasilan, kelancaran, serta harapan yang terbaik. Maka dari itu aspek legalitas bisnis diperlukan oleh penulis sebagai tanda yang sah dalam mendirikan dan menjalankan bisnis.

Dalam Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 13 Tahun 2017 tentang Restoran Bergerak yang menyebut *Food Truck* harus memenuhi kriteria - kriteria izin tertentu. Restoran. Badan Usaha Berbadan hukum harus memiliki Tanda Daftar Restoran Bergerak (TDRB) dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Perizinan untuk usaha makanan berjalan menggunakan kendaraan bermotor roda 4 ada aturannya. Bisnis ini masuk kategori restoran bergerak, harus mengikuti Pergub DKI No. 133 tahun 2012 mengenai Pendaftaran Usaha Pariwisata.

Bisnis seperti ini juga sudah diatur melalui Pergub DKI Jakarta no. 13 tahun 2017. Semua kategori restoran berjalan harus mengikuti ketentuan tersebut.

Cara perizinan usaha food truck adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi persyaratan TDRB (Tanda Daftar Restoran Bergerak).
  - a. Surat pernyataan pemilik usaha dengan disertai tanda tangan di atas materai. Fotokopi surat-surat terkait kepemilikan kendaraan. Meliputi BPKB, STNK, tanda bukti uji kendaraan.

2. Identitas pemilik atau pengemudi beserta Surat Ijin Mengemudi juga. Baik dikemukakan sendiri oleh pemilik usaha maupun orang lain. Daftar pengemudi bisa lebih dari satu jika dikelola bersama dengan orang lain.
3. Proposal usaha.
  - a. Berisi rencana pengelolaan, jenis produk yang dijual, segmen pasar, lokasi berjualan, daftar peralatan dan semua fasilitas usaha serta peralatan untukantisipasi terjadinya kebakaran. Semuanya harus lengkap dalam proposal.
4. Keterangan laik sehat untuk kategori A.
  - a. Yaitu yang melakukan pengolahan makanan menggunakan peralatan masak seperti kompor, alat pembakaran dan sebagainya. Memfungsikan kendaraan khusus untuk lokasi usaha yang akan digunakan berbisnis.
5. Bukti bayar pajak reklame.
  - a. Syarat ini khusus untuk *food truck* yang memasang sticker pada badan mobil. Bisa tidak disertakan jika Anda tidak menggunakannya. Jadi menyesuaikan dengan apa yang akan digunakan.

