

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Cimahi adalah sebuah kota di Jawa Barat, Indonesia. Kota ini adalah bagian dari Bandung Raya, dan terletak di tengah Kabupaten Bandung, Kota Bandung, dan Kabupaten Bandung Barat. Kota Cimahi adalah bagian dari Kabupaten Bandung sebelum menjadi kota administratif pada 29 Januari 1976.

Nama Cimahi berasal dari kata sunda cai mahi, yang berarti "cukup air". Pada tahun 1811, Gubernur Jenderal Herman Willem Daendels membangun jalan Anyer-Panarukan dan membangun pos penjagaan di Alun-Alun Cimahi sekarang, yang membuat Cimahi menjadi lebih terkenal. Karena melihat bisnis makanan dan minuman semakin berkembang di Kota Cimahi, semakin banyak peluang untuk mendirikan bisnis kuliner.

Menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dibagi menjadi beberapa kategori: usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) biasanya didefinisikan sebagai usaha yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau sekelompok orang. Peraturan Pemerintah Nomor 74 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengatur izin usaha dan perizinan yang berkaitan dengan pendirian dan operasi bisnis di sektor perdagangan, termasuk kafe, di Kota Cimahi dan di seluruh Indonesia.

Kafe secara umum adalah tempat yang nyaman untuk berbincang dan bersantai bagi para pengunjung. kafe juga berarti sebuah restoran kecil yang berada di luar hotel yang memiliki pilihan makanan yang sangat terbatas dan tidak menjual

minuman yang beralkohol, tetapi tersedia minuman sejenis *soft drink*, teh, kopi, rokok, *cake*, dan lain-lain. (Budiningsih 2009:51)

Saat ini kafe tidak hanya menjual kopi tetapi juga menjual minuman beralkohol dengan harga rendah. Fungsi kafe telah berubah seiring perkembangan zaman, seperti yang dapat dilihat dari beragamnya desain bangunannya yang semakin beragam dan dibuat unik untuk menarik pengunjung.

Saat ini, bisnis kafe sangat tersebar luas, dan hampir setiap kota pasti memiliki kafe yang selalu penuh. Walaupun jumlah kafe sudah banyak saat ini, orang lain masih ingin lebih banyak lagi. Kafe selalu menarik masyarakat, dari orang tua hingga muda.

BMC, singkatan dari "*Business Model Canvas*," adalah alat manajemen strategi yang digunakan untuk menggambarkan, menganalisis, dan merancang model bisnis sebuah perusahaan. BMC membantu manajer dan pengusaha memahami secara visual bagaimana bisnis mereka beroperasi, termasuk bagaimana mereka menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai.

Business Model Canvas adalah sebuah alat bantu untuk membuat dan atau mengembangkan model bisnis dengan format "*9 key elements of a business in one page*" 9 elemen dari teori BMC ini yaitu: *value proposition*, *customer segment*, *customer relationship*, *channels*, *key activities*, *key partners*, *key resources*, *cost structures*, dan *revenue stream*. Dengan menggunakan *Business Model Canvas*, organisasi dapat dengan jelas melihat bagaimana semua elemen ini saling terkait dan berkontribusi terhadap keseluruhan strategi bisnis mereka. Ini juga membantu dalam mengidentifikasi peluang perbaikan atau pengembangan model bisnis. (Osterwalder dan Pigneur, 2010: 15).

Serealia, juga disebut sebagai sereal atau biji-bijian, adalah kumpulan tanaman yang ditanam untuk dipanen biji atau bulirnya sebagai sumber karbohidrat atau pati. Anggota yang paling terkenal dari suku padi-padian dan dikenal sebagai serealia sejati adalah padi, jagung, gandum, dan lain-lain.

Nama serealia berasal dari kata *ceres* dalam bahasa orang-orang kekaisaran romawi. *Ceres* adalah nama dari dewi yang diyakini sebagai pemberi biji-bijian. Serealia mencakup semua jenis tanaman yang bijinya bisa dipanen untuk dimanfaatkan secara ekonomi sebagai bahan makanan pokok. Karakteristik lain dari serealia adalah menghasilkan pati. Namun tidak semua tanaman penghasil pati disebut serealia. Jenis tanaman yang dimasukkan sebagai serealia adalah yang menghasilkan pati di dalam bulir atau bijinya.

Meskipun memiliki pangsa pasar yang luas, tetap penting untuk mempertimbangkan semua aspek secara menyeluruh sebelum memulai bisnis kafe. Ini jelas sangat penting untuk menghindari stagnasi di masa depan karena kurangnya inovasi dan membuat pelanggan bosan dengan menu pasaran yang sangat standar. Bagi mereka yang bosan dengan menu tradisional, memulai bisnis inovasi di kafe dengan sereal bisa menjadi pilihan yang bagus.

Menurut Stevan Lie, Sekretaris Jendral Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia menyebutkan pertumbuhan bidang kafe dan resto setiap tahunnya naik sekitar 15-20%. Sementara itu, dari sisi jumlah pelaku usaha di bidang ini diperkirakan lebih dari 10.000 kafe di seluruh Tanah Air. Dengan semakin meningkatnya minat masyarakat untuk bersantai dan meluangkan waktu nya di kafe, mulai banyak orang yang mulai membuka usaha kafe dengan konsep yang

beragam dan unik. Namun usaha ini menurut Saya cukup monoton dikarenakan menu yang disajikan hampir selalu sama antara setiap café atau kedai kopi lainnya.

Masyarakat kota Cimahi menyambut baik kafe yang menjual sereal sebagai menu utamanya, dan hal ini dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah dinamika masyarakat. Masyarakat membutuhkan inovasi baru dari kafe untuk memberikan lebih banyak variasi menu karena mereka jenuh dengan pilihan menu yang sama di setiap kafe.

TABEL 1. 1
Peminat Kafe ForReal Di Kota Cimahi

N: 103

No.	PERNYATAAN	HASIL KUISIONER
1.	Usia.	15 – 20: 32,7% 21 – 25: 28,8% 26 – 30: 1,9% > 30: 36,5 %
2.	Masyarakat suka berkumpul di kafe.	Iya: 95,2% Tidak: 4,8%
3.	Masyarakat yang berkunjung ke kafe.	Setiap hari: 8,7% 1x dalam seminggu: 38,5% 1x dalam 2 minggu: 21,2% 1x dalam sebulan: 31,7%
4.	Kejenuhan masyarakat terhadap menu kafe yang ada di Kota Cimahi.	Iya: 76,7% Tidak: 23,3%
5.	Menu baru yang anda harapkan ada di kafe.	Sereal: 65,4% Burger: 5,8% Dessert: 28,8%
6.	Konsep kafe yang disukai oleh masyarakat.	Insdutrial: 64,4% Outdoor: 31,7% Mediterrania: 3,8%

Sumber: Olahan Penulis (2023)

Berdasarkan pada tabel 1.1 Penulis sudah melakukan survey melalui *google form* dan hasilnya membuktikan banyak peminat yang mengharapkan adanya café yang menjual sereal sebagai menu baru. Penulis memiliki rencana untuk membuka

usaha café ForReal ini yang menjual produk *Food and Beverages* khususnya sereal dalam range harga yang murah bagi seluruh kalangan masyarakat, saya membuka usaha café ini berawal dari inspirasi untuk menyediakan varian menu utama yang baru. Dari hal tersebut penulis merencanakan ide bisnis usaha sebagai tugas akhir dengan judul yang saya tentukan yaitu **“PERENCANAAN USAHA KAFE FORREAL DI KOTA CIMAHI”**

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Deskripsi bisnis adalah bagian dari rencana bisnis yang memberikan gambaran mendalam tentang bisnis yang sedang direncanakan atau yang sedang berjalan dan mencakup berbagai elemen yang membantu orang lain memahami visi dan tujuan bisnis Anda, serta dapat digunakan untuk mengidentifikasi potensi risiko dan peluang bisnis Anda.

Menurut Allan Afuah (2004) *“Business is the organized effort of individuals to produce and sell a profit, the goods and service that satisfy societies needs. The general term business refer to all such efforts within an industry.”* Maksudnya, bisnis adalah kegiatan usaha individu yang terorganisir untuk menghasilkan barang dan jasa dan menjualnya supaya mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan industri.

Istilah "kafe" berasal dari kata "kopi", yang sangat populer di Perancis dan kemudian digunakan oleh beberapa kota di Inggris pada akhir 1800-an. Pada awalnya, kafe digunakan sebagai tempat untuk berbicara tentang berbagai topik, mulai dari sastra hingga kebudayaan dan politik. Pada abad tersebut, minat

masyarakat terhadap sastra, kebudayaan, filsafat, politik, dan topik lainnya meningkat pesat.

Berdasarkan judul dan pembahasan latar belakang, bisnis Kafe ForReal dimulai dengan konsep kafe di kota Cimahi. Kafe ini tergolong baru di kota Cimahi karena sebelumnya belum ada kafe dengan konsep makanan utama sereal.

Berdasarkan pada tabel 1.1 karena banyaknya masyarakat Kota Cimahi yang menyukai konsep bangunan industrial dengan ini Penulis memilih konsep bangunan industrial modern untuk bagian luarnya yang dimana bangunannya menggunakan bahan yang sama seperti container dan untuk bagian dalamnya kafe memiliki gaya yang terlihat modern tanpa menghilangkan nilai industrial nya dan menggunakan kombinasi warna agar membuat suasana lebih menyenangkan dan meningkatkan keceriaan bagi para tamu yang akan datang untuk menikmati suasana di dalam kafe ini, dan juga bagian interior dibuat rapih dan *aesthetic* agar tetap menarik bagi para tamu yang datang untuk mereka berfoto atau merekam video singkat.

Sistem operasional yang akan digunakan adalah *American Service*. Sistem ini mirip dengan sistem restoran cepat saji pada umumnya, di mana pelanggan memesan terlebih dahulu di kasir dan langsung membayar sebelum mereka duduk di kafe sembari menunggu pesanan mereka tiba dan menikmati pesanan mereka.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Menurut Kotler dan Keller (Arista & Triastuti 2011: 37–45), merek dapat didefinisikan sebagai nama, istilah, lambing, desain, atau kombinasi dari semua hal tersebut yang digunakan untuk menunjukkan identitas produk dan membedakannya dari produk pesaing. Nama dan logo bisnis sangat penting karena merupakan

identitas perusahaan yang akan diingat oleh pelanggan selama bertahun-tahun. Pembuatan nama dan logo harus direncanakan dengan baik sehingga meninggalkan ingatan yang kuat bagi pelanggan ketika mereka mendengar atau melihatnya.

Nama yang dipilih untuk usaha yang sedang penulis susun rencananya adalah **ForReal**. Penulis memilih nama tersebut didasari kata ForReal yang biasa digunakan di luar negeri sana sebagai Bahasa *Slang* atau Bahasa tidak formal yang memiliki yang sama dengan “*seriously*” dan “*really*”, dan juga ForReal ini diambil dari nama saya sendiri yaitu Ferriel agar lebih menunjukkan identitas pribadi saya selaku pemilik usaha.

Berdasarkan pemaparan filosofi diatas, maka logo yang saya bentuk adalah sebagai berikut:

GAMBAR 1. 1

Logo Usaha Kafe ForReal



Sumber: Desain Penulis (2023)

- a. Logo berlatar belakang merah dengan tujuan menunjukkan keberanian penulis dalam membuat dan mendirikan usaha ini yang juga dapat menarik perhatian konsumen karena lebih kuat dibanding warna yang lain.

- b. Logo berbentuk lingkaran karena usaha yang didirikan ini akan terus berputar dan tidak akan berhenti.
- c. Jenis *font* yang digunakan untuk kata **ForReal** adalah “Archive” dipilih karena terlihat *aesthetic*.
- d. Ukuran *font* untuk nama usaha dibuat menjadi yang terbesar supaya mudah dilihat oleh masyarakat.
- e. Gambar gandum dan mangkok yang berisi sereal merupakan simbol menu yang di *highlight* dari bahan dasar produk yang akan dijual yaitu sereal.
- f. Warna yang digunakan untuk gambar dan tulisan pada logo adalah krem atas dasar supaya terlihat lebih menarik.

3. Identitas Bisnis

Identitas bisnis sangat penting dan dapat digambarkan sebagai karakteristik atau identitas suatu perusahaan yang membuatnya dikenal dan diakui oleh masyarakat. Oleh karena itu, identitas bisnis berfungsi sebagai citra perusahaan yang dapat dilihat oleh perusahaan lain, pelanggan, dan media.

Dalam suatu bisnis, *image* atau citra adalah kesan yang diberikan kepada masyarakat melalui produk, kegiatan, dan upaya pemasarannya. Menciptakan *image* suatu perusahaan membutuhkan identitas yang kuat. Menurut Raharjo (2017: 17).

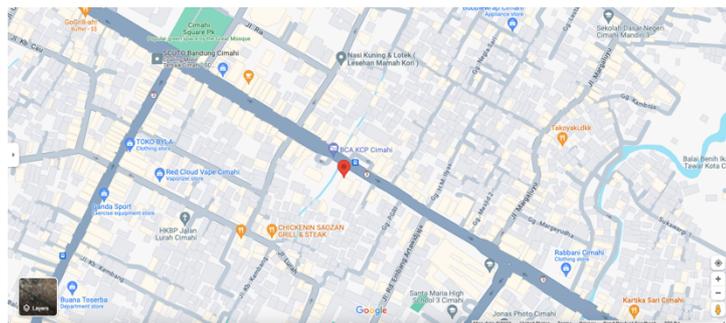
Kafe ForReal ini akan diperkenalkan pada calon pelanggan melalui sosial media seperti Instagram, Twitter, Tiktok, dan Facebook untuk melayani pelanggan jika mereka ingin mengajukan pertanyaan atau mengajukan keluhan. Sosial media digunakan sebagai alat untuk memperkenalkan dan menjangkau calon pelanggan,

dan pengguna Instagram dan Tiktok saat ini semakin meningkat. Selain itu, kafe ForReal akan melakukan pemasaran melalui influencer kuliner karena influencer akan membawa pelanggan dari berbagai kalangan, meningkatkan jumlah pelanggan.

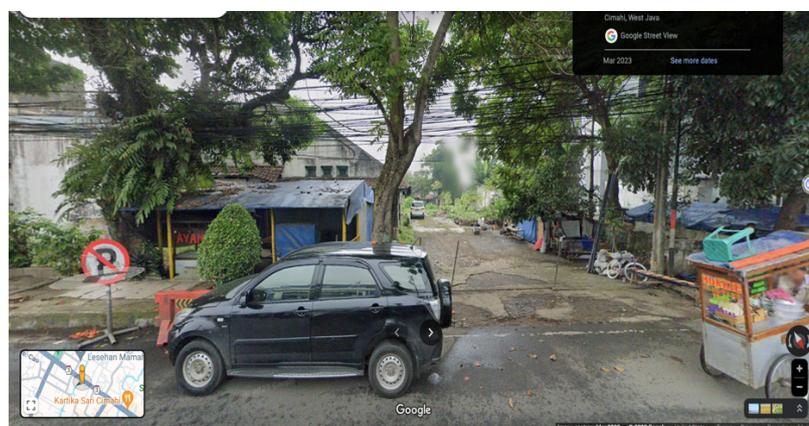
Lokasi perencanaan usaha kafe ForReal ini berada di Kota Cimahi tepatnya di dekat Alun-Alun Kota Cimahi yang beralamat di Jalan. Jend. H. Amir Machmud, Kota Cimahi dengan alamat spesifik di seberang kantor cabang Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kota Cimahi.

GAMBAR 1. 2

Lokasi Usaha



Sumber: Olahan Penulis (2023)



Sumber : Olahan Penulis (2023)

C. Visi dan Misi

Misi adalah pernyataan yang menjelaskan apa yang sedang atau akan dilakukan perusahaan atau organisasi atau apa yang ingin dicapai dalam waktu dekat atau saat ini. Sementara visi adalah pernyataan yang menjelaskan apa yang ingin dicapai perusahaan atau organisasi di masa depan. (Arman, 2008: 12)

Berdasarkan pemahaman di atas, penulis membuat misi dan visi berikut:

1. Visi

Kafe yang menjual Sereal terbaik di kota Cimahi.

2. Misi

Berdasarkan visi tersebut, kafe ForReal membutuhkan misi berikut untuk mewujudkan visi tersebut:

- a. Menyajikan kualitas makanan dan minuman yang terbaik untuk para konsumen.
- b. Melakukan cek kualitas pada setiap bahan agar menjaga kualitasnya.
- c. Memberikan pelayanan terbaik agar memberikan kesan positif bagi para konsumen.

D. SWOT Analysis

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terjadi dalam perencanaan bisnis, khususnya dalam bidang bisnis. Analisis SWOT digunakan untuk memulai bisnis dengan mengukur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (juga dikenal sebagai analisis SWOT). (Rangkuti, 2013: 37).

Sedangkan menurut Erwin Suryatama dalam Cahyono (2016:130) mengatakan bahwa Analisis SWOT adalah teknik perencanaan strategis yang digunakan untuk

mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam proyek atau spekulasi bisnis. Ini dapat digunakan dengan menganalisis dan memilah berbagai faktor yang mempengaruhi keempat faktor tersebut.

Maka dari itu, berikut adalah analisis SWOT dari perencanaan usaha kafe ForReal di Kota Cimahi:

1. *Strength* (Kekuatan)

Kekuatan perencanaan bisnis kafe ForReal di kota Cimahi ini adalah sebagai berikut:

- a. Lokasi yang strategis,
- b. Harga terjangkau,
- c. Konsep kafe industrial yang terkesan *aesthetic*,

2. *Weakness* (Kelemahan)

kelemahan dalam perencanaan bisnis kafe ForReal ini adalah sebagai berikut:

- a. Kafe ini relatif kecil karena memiliki kapasitas yang tidak banyak,
- b. *Brand* usaha belum dikenal.

3. *Opportunity* (Peluang)

Faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang dari perencanaan bisnis kafe ForReal ini adalah sebagai berikut:

- a. Banyaknya masyarakat Kota Cimahi yang tertarik pada kafe yang menjual sereal,
- b. Tren masyarakat untuk berkunjung ke kafe semakin tinggi,
- c. Kota Cimahi sedang berkembang di industri *food and beverages*.

4. *Threat* (ancaman/hambatan)

Perencanaan bisnis kafe ForReal ini menghadapi beberapa tantangan, yaitu:

- a. Banyaknya kafe pesaing disekitar lokasi usaha,
- b. Selera konsumen yang dapat berubah-ubah.

Matriks SWOT berikut berisi strategi yang dapat diterapkan berdasarkan analisis SWOT sebelumnya:

TABEL 1. 2
Matriks SWOT

	<i>Strenght</i>	<i>Weakness</i>
<i>Opportunity</i>	<p>S : Harga terjangkau. O : Banyaknya masyarakat Kota Cimahi yang tertarik pada kafe yang menjual sereal.</p> <p style="text-align: center;">Strategi S-O</p> <p>Memasarkan sereal dengan harga bersaing untuk menarik masyarakat dan juga memperkenalkan sereal kepada masyarakat.</p>	<p>W : Kafe realtif kecil karena kapasitas untuk <i>dine in</i> tidak banyak. O : Tren masyarakat untuk berkunjung ke kafe semakin tinggi.</p> <p style="text-align: center;">Strategi W-O</p> <p>Bekerja sama dengan platform pengiriman online untuk mengurangi jumlah orang yang datang ke kafe.</p>
<i>Threat</i>	<p>S : Lokasi yang strategis. T : Banyaknya kafe pesaing disekitar lokasi usaha.</p> <p style="text-align: center;">Strategi S-T</p>	<p>W : <i>Brand</i> usaha belum dikenal. T : Selera konsumen yang dapat berubah-ubah.</p> <p style="text-align: center;">Strategi W-T</p>

	Menyediakan spanduk penunjuk jalan dari lokasi terjauh supaya masyarakat tau jalan mana yang harus mereka ambil Ketika akan datang ke kafe.	Membuat spanduk dan juga menyebarkan <i>flyer</i> untuk promosi agar masyarakat mengetahui adanya kafe baru dan menyediakan berbagai pilihan menu.
--	---	--

Sumber: Olahan Penulis (2023).

E. Spesifikasi Produk

Spesifikasi produk adalah deskripsi dan rincian teknis lengkap dari produk tertentu. Spesifikasi ini mencakup berbagai hal, seperti fitur, fungsi, dimensi, bahan, komponen, dan persyaratan teknis lainnya yang diperlukan untuk memproduksi, mengidentifikasi, dan memahami produk dengan baik.

Spesifikasi produk sangat penting untuk memastikan bahwa produk dapat diproduksi, dikelola, dan digunakan secara efisien dan efektif. Selain itu, spesifikasi membantu dalam komunikasi antara produsen, pemasok, dan konsumen, sehingga semua pihak memiliki pemahaman yang jelas tentang produk yang ditawarkan.

Spesifikasi produk, menurut Tjiptono (2008: 25), adalah penjabaran yang komprehensif, rinci, dan terukur dari tujuan yang harus dicapai oleh suatu produk. Spesifikasi produk dapat merupakan karakteristik atau ciri khas bisnis. Oleh karena itu, sebagai pebisnis, kita harus tahu produk dan jasa apa yang akan kita tawarkan kepada pelanggan.

Menurut Arumsari (2012:45) bahwa kualitas produk adalah komponen yang ada dalam barang atau hasil yang membuat barang atau hasil sesuai dengan tujuan yang dimaksudkan untuk diproduksi.

Produk yang akan dijual adalah makanan yang berbahan dasar sereal sebagai menu utama nya dan juga banyak pilihan menu lainnya seperti di kafe pada

umumnya, untuk pilihan menu sereal akan menggunakan produk yang sudah dikenal seperti *coco crunch*, *honey stars*, *corn flakes*, dan lain sebagainya.

Sereal akan disajikan dengan beberapa pilihan *condiment*, yang dimana akan ada 2 pilihan yaitu, susu dengan beberapa pilihan rasa antara lain *chocolate*, *strawberry*, dan *vanilla*. Dan juga ada pilihan yoghurt yaitu, plain yoghurt dan juga flavoured yoghurt. Untuk pilihan rasa flavoured yoghurt yang akan disediakan antara lain *strawberry*, *Lychee*, *vanilla*.

F. Jenis Badan Usaha

Perencanaan berarti memahami apa yang sedang direncanakan, terutama untuk badan usaha. Organisasi yang menggabungkan dan mengatur berbagai sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa yang dapat dijual dikenal sebagai badan usaha. Perusahaan perseorangan (PO) adalah jenis badan usaha yang dimiliki oleh seseorang dan bertanggung jawab sepenuhnya atas semua risiko dan operasi perusahaan (Basswasta, 2002: 64 – 78). Perusahaan perseorangan juga dimiliki, dikelola, dan dipimpin oleh orang-orang yang bertanggung jawab penuh atas semua risiko dan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. (Sumarni dan Soeprihanto , 2003: 24)

Perencanaan usaha ini memenuhi syarat perusahaan perseorangan: skala kecil, modal kecil, dan bergantung pada sedikit tenaga kerja. Selain itu, pemilik bertanggung jawab secara langsung atas bisnis. Kami memilih badan usaha Perusahaan Perseorangan (PO) untuk usaha ini karena alasan ini.

G. Aspek Legalitas

Dalam perencanaan bisnis kafe ForReal ini, ada beberapa elemen legalitas yang berlaku:

1. UU No.11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU Ciptaker),
2. Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER – 38/PJ/2013 NPWP mengenai kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak
3. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 36 Tahun 2005 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2002 Tentang Pembangunan Gedung yang berkaitan dengan pembuatan Izin Mendirikan Bangunan (IMB),
4. Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 11 Tahun 2011 oleh Dinas Pelayanan Pajak Tentang Pajak Restoran,
5. Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 yang mengatur Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM),
6. Pasal 88 ayat (2) UU 6/2023 mengatur pemerintah pusat menetapkan kebijakan pengupahan sebagai salah satu upaya mewujudkan hak pekerja/buruh atas penghidupan yang layak bagi kemanusiaan.
7. Peraturan Pemerintah Nomor 33 Tahun 2014, yang menjamin bahwa produk halal dijamin melalui pernyataan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).
8. Pasal 1548 dan 1381 dari Kitab Undang-Undang Hukum (KUH) perdata mengatur hukum sewa sewa properti.
9. Pasal 1 angka 1 UU Hak Cipta mengatur tentang hak eksklusif pencipta usaha.

10. Undang-Undang Kesehatan No. 36 Tahun 2009 tentang pengamanan makanan dan minuman dan izin edar.
11. UU No. 2 Tahun 2012, yang mengatur perlindungan hukum atas kepemilikan properti,