

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Terdapat banyak pengertian bisnis yang telah didefinisikan oleh para ahli, bisnis sebagai produksi, bisnis sebagai keuntungan dan bisnis sebagai profit/non-profit. Bisnis sebagai produksi menurut beberapa ahli. Suryaningsih, S.S., Encep Abdul Rojak, S.M., & Neng Dewi Himayasari, S.M. (2023). ANALISIS FIQH MUAMALAH DAN PASAL 1320 KUHPERDATA TERHADAP PERJANJIAN ENDORSEMENT MELALUI DIRECT MESSAGE (Studi Kasus Online shop Tie_Dyehouse). *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*. “Bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memperoleh keuntungan dengan cara menjual barang atau jasa kepada konsumen”.

Dari penjelasan tersebut, terdapat inti dari pertanyaan tersebut yakni, produk/jasa, orang/instansi/badan, usaha/kegiatan, laba/keuntungan. Secara sederhana, bisnis adalah sebuah kegiatan yang dilakukan perorangan atau badan usaha. Namun, tidak semua kegiatan adalah bisnis.

Saya melihat peluang bisnis di bidang kuliner dan saya tertarik untuk memulai bisnis kuliner karena menurut penulis, bisnis kuliner adalah bisnis yang fleksibel dan mudah dikembangkan, dan penulis melihat bahwa bisnis kuliner adalah pilihan yang tepat.

Dilansir dari BPS pada tahun 2022, terdapat tabel pengeluaran rata-rata masyarakat Jakarta menghabiskan Rp928.000 per bulan untuk makanan. Dan terdapat sebuah tabel dari sumber yang sama bahwa pemuda Jakarta sangat tertarik dengan tren kuliner. Mereka sering mencari informasi tentang tren kuliner terbau di media sosial dan mengikuti akun-akun influencer kuliner.

Tabel pengeluaran makan masyarakat Jakarta

Kabupaten/Kota	Makanan		
	2020	2021	2022
Kep. Seribu	763 795,22	766 450,33	817 538,00
Jakarta Selatan	1 031 040,42	946 025,34	1 016 274,00
Jakarta Timur	807 806,75	865 664,55	919 544,00
Jakarta Pusat	1 023 932,59	894 644,64	894 222,00
Jakarta Barat	983 538,36	929 885,09	992 961,00
Jakarta Utara	964 853,24	997 717,00	902 760,00
DKI Jakarta	944 687,09	923 932,80	953 321,00

Tabel 1

Sumber; Badan Pusat Statistik, 2022

Berikut adalah analisis terhadap tabel-tabel tersebut, pengeluaran untuk hiburan yang tinggi menunjukkan bahwa pemuda Jakarta memiliki minat yang besar terhadap hal-hal yang menyenangkan dan menghibur dan yang kedua adalah minat terhadap tren kuliner yang tinggi menunjukkan bahwa pemuda Jakarta memiliki ketertarikan terhadap makanan yang berkualitas dan lezat.

Tabel pengeluaran makanan dan hiburan masyarakat Jakarta

Makanan			Bukan Makanan		
2020	2021	2022	2020	2021	2022
763 795,22	766 450,33	817 538,00	426 784,20	453 047,09	498 438,00
1 031 040,42	946 025,34	1 016 274,00	1 685 998,79	1 560 405,50	1 632 131,00
807 806,75	865 664,55	919 544,00	1 058 467,18	1 182 644,93	1 256 040,00
1 023 932,59	894 644,64	894 222,00	1 364 690,46	1 267 410,41	1 177 079,00
983 538,36	929 885,09	992 961,00	1 252 720,76	1 270 311,24	1 783 337,00
964 853,24	997 717,00	902 760,00	1 332 939,79	1 884 871,53	1 907 595,00
944 687,09	923 932,80	953 321,00	1 313 304,39	1 412 496,63	1 572 026,00

Tabel 2

Sumber; Badan Pusat Statistik, 2022

Tren food truck di Indonesia mulai digandrungi oleh para pebisnis, karena konsep seperti ini bisa terbilang konsep yang cukup unik dan tidak memerlukan biaya tambahan yang mahal untuk menyewa tempat. Bisnis ini sempat mendadak menghilang karena adanya pandemic yang terjadi pada tahun awal tahun 2020. Ketua Asosiasi Lisensi Indonesia (Asensi) sekaligus Ketua pengembangan Resto perhimpinan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Susanty widjaya mengatakan “Seperti yang kita tahu, karena adanya pandemi Covid-19 di awal

tahun 2020 dan adanya masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), maka bisnis food truck boleh dibilang mendadak menghilang sejak 1 tahunan ini," ujarnya saat dihubungi Kompas.com, Sabtu (30/1/2021)

Pengertian *foodtruck* adalah dapur bergerak atau catering dengan kendaraan besar yang biasanya menggunakan truk untuk menjual makanan dan minuman. Beberapa *foodtruck* yang menjual es krim, namun banyak restoran berjalan mempunyai perlengkapan memasak secara lengkap untuk menjual makanan secara lengkap untuk menjual makanan secara spesifik.

Foodtruck membuat konsep baru yang unik dalam bisnis *F&B*, bisnis *foodtruck* ini dapat memberikan pengalaman kuliner yang menarik bagi Masyarakat dikota kota besar. Bisnis *foodtruck* tidak memerlukan modal yang terlalu besar, jika dibandingkan dengan modal pembuatan resto. Maka dari itu konsep *foodtruck* merupakan konsep yang mulai populer bagi orang-orang yang ingin membangun usaha *F&B*.

Konsep *foodtruck* sendiri pertama kali ditemukan di Amerika sejak awal abad ke 17. Dikutip dari laman *culinary schools*, 8 januari 2016, *foodtruck* modern mulai diperkenalkan pada abad ke 19 pada perang saudara yang terjadi dikota Texas. Dengan banyaknya orang bermigrasi, terjadi pelonjakan pada permintaan daging sapi. Seorang peternak Bernama Charles goodnight ingin mengembangkan bisnisnya dengan cara mendistribusikan daging sapi ke Masyarakat luas, namun dikarnakan jalur rel kereta yang masih minim pada saat itu, ia mengembangkan bisnisnya dengan cara berjulan keliling menggunakan *chuck wagon* yang dilengkapi dengan rak penyimpanan secara khusus. *Chuck wagon* tersebut mampu menampung bahan makanan dan air dalam jumlah banyak, menjadi tempat Masyarakat berkumpul untuk mendapatkan makanan, bantuan medis dan perbaikan pakaian.

B. Gambaran umum bisnis

1. Deskripsi bisnis

STOVE TOP adalah sebuah brand yang bergerak dibidang jasa olah makanan yang beroperasi menggunakan truk makanan yang bertema *street food*. Bisnis food truck adalah bisnis yang sudah mulai populer di Indonesia, Kemampuan bisnis *food truck* untuk dengan

mudah berpindah tempat, sehingga dapat mengambil bagian dalam berbagai acara, festival, atau berpindah ke lokasi yang strategis untuk mencapai lebih banyak pelanggan.

2. Deskripsi logo dan nama

Kata "logo" berasal dari Bahasa Yunani, yaitu "Logos," yang memiliki makna kata, pemikiran, percakapan, atau akal budi. Pada awalnya, istilah yang lebih umum adalah "logotype," bukan "logo." Rustan (2009:12) dalam bukunya yang berjudul Mendesain Logo mendefinisikan bahwa "logo berasal dari bahasa Yunani, yaitu logos yang berarti kata, pikiran, pembicaraan akal budi." dan "Identitas suatu perusahaan merupakan cerminan dari visi, misi suatu perusahaan yang divisualisasikan dalam logo perusahaan."

Fungsi dari pembuatan logo sendiri adalah untuk memberi kesan dan keunikan terhadap suatu brand tersendiri. "Fungsi logo adalah untuk mengenalkan identitas dan menyebarkan citra, membantu konsumen untuk mengenali produk yang dicari, logo dapat menggambarkan kualitas produk, image, spirit, dan estimasi harga" Rachmat supriyono (2010:103).

Logo stove top menggambarkan sensasi yang santai, menyenangkan dan mudah dikenali oleh konsumen. Alasan lain penulis memilih logo tersebut adalah karena logo ini dapat diterapkan dengan konsisten pada berbagai media, termasuk truk makanan, menu, situs web, dan media social. Lambang kompor, spatula dan pisau menggambarkan elemen-elemen dapur, dan tulisan "stove top" sendiri adalah nama dari brand penulis.

Logo Stove Top



Gambar 1 _

Sumber: Olahan Penulis, 2023

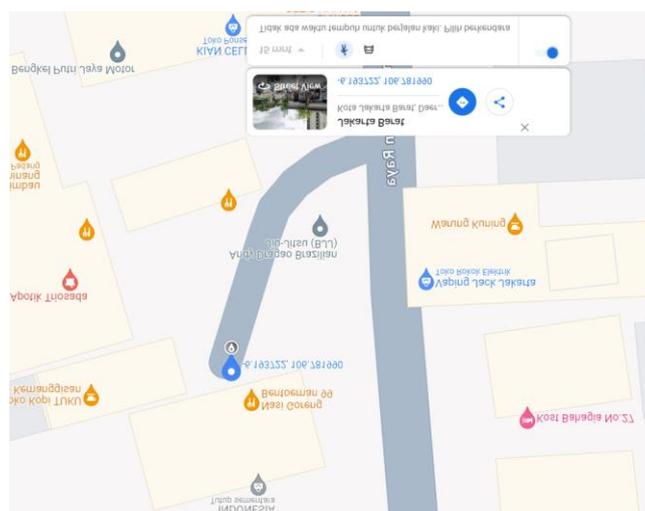
3. Identitas Bisnis

Pemilihan lokasi memiliki signifikansi besar karena berkaitan dengan biaya operasional, harga, dan kemampuan bersaing. Menurut Munawaroh (2013), penentuan lokasi memiliki berbagai tujuan yang sesuai dengan jenis usaha yang dilakukan, seperti berikut:

- Untuk Industri: Meminimalkan biaya operasional adalah tujuan utama. Memilih lokasi yang memungkinkan gudang penyimpanan bahan berada dekat dengan lokasi produksi dapat mengurangi biaya transportasi.
- Untuk Bisnis Retail dan Layanan Profesional: Maksimisasi pendapatan menjadi fokus utama. Memilih lokasi untuk bisnis retail dan layanan profesional yang mudah diakses oleh konsumen dapat meningkatkan penjualan, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan perusahaan.
- Untuk Gudang: Tujuannya adalah memaksimalkan kecepatan pengiriman dan meminimalkan biaya. Menempatkan gudang dengan tepat dekat dengan pabrik akan mempercepat proses pengiriman barang sekaligus mengurangi biaya yang terkait.

Dalam ringkasannya, pemilihan lokasi berperan penting dalam mengelola biaya, meningkatkan pendapatan, dan meningkatkan efisiensi operasional sesuai dengan jenis bisnis yang dijalankan.

Lokasi Utama Stove Top



Gambar 2 ..

Sumber Olahan Penulis, 2023

Lokasi utama dari bisnis Stove Top berada di Kota Jakarta, tepatnya di Jl. Kemanggisan Raya no.10 Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Hal ini dikarenakan lokasi tersebut memiliki akses yang memadai, dan cukup strategis.

C. Visi dan Misi

Visi

Menjadi foodtruck pilihan utama yang memberikan experience unik yang menyajikan makanan dengan kualitas terbaik dengan pelayanan yang ramah

Misi

1. Kualitas terbaik

Kami hanya menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi dan Teknik masak memasak terbaik untuk memastikan setiap hidangan yang kami sajikan selalu segar dan lezat

2. Inovasi menu

Kami akan mengembangkann menu kami, menggabungkan cita rasa local dan internasional untuk memuaskan selera beragam pelanggan kami.

3. Layanan langganan prima

Kami akan memberikan pelayanan yang ramah, cepat dan professional menjadikan pelanggan sebagai pelanggann utama

4. Keterlibatan komunitas

Kami akan berusaha untuk terlibat aktif dalam komunitas lokal, mendukung acara dan inisiatif lokal dan lain lain

5. Inovasi teknologi

Kami memanfaatkan teknologi untuk mempermudah pemesanan dan interaksi dengan pelanggan untuk memperluas jangkauan kami.

D. Analisis SWOT

Analisis swot adalah suatu analisis yang bertujuan untuk mencari dan memudahkan pengguna untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari suatu bisnis yang ingin dibuat. Menurut Galavan (2014), “analisis SWOT (strength, weaknesses, opportunities, threat) yaitu analisis untuk mendapatkan strategi yang berguna atau efektif yang diterapkan sesuai pasar dan keadaan pulbik saat itu, peluang dan ancaman dipakai untuk mengetahui lingkungan luar atau

eksternal kemudian kekuatan dan kelemahan yang didapatkan melalui analisis dalam perusahaan atau internal”

Strengths

- Konsep yang unik dan menarik
- Harga terjangkau
- Lokasi strategis

Weaknesses

- Modal awal yang besar
- perizinan
- Flow customer fluktuatif

Opportunities

- Gaya hidup Masyarakat Jakarta yang suka nongkrong
- Pertumbuhan industry kuliner yang pesat
- Kemajuan teknologi yang memudahkan promosi

Threats

- Perubahan tren kuliner
- Krisis ekonomi
- Bencana alam

Solusi untuk mengatasi kelemahan dan ancaman dari bisnis food truck:

- Untuk mengatasi modal awal yang besar, kita bisa mencari investor
- Untuk mengatasi persaingan yang ketat, kita dapat menawarkan produk dan layanan yang unik dari pesaing
- Untuk mengatasi kesulitan perizinan usaha, kami dapat berkonsultasi dengan konsultan hukum untuk mendapatkan bantuan
- Untuk mengatasi perubahan tren kuliner, kami dapat melakukan riset secara berkala untuk mengetahui tren kuliner yang sedang terjadi
- Untuk mengatasi krisis ekonomi, anda dapat menerapkan strategi penghematan biaya dan meningkatkan efisiensi operasional

Dari hasil analisis IFAS dan EFAS, terlihat bahwa kekuatan internal dan peluang eksternal memiliki total skor yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelemahan internal dan ancaman eksternal. Hal ini mengindikasikan bahwa food truck memiliki potensi yang baik untuk mengembangkan strategi yang memanfaatkan kekuatan internalnya dan peluang eksternal yang ada.

E. Spesifikasai produk

Deskripsi produk secara rinci merujuk pada penjelasan yang mendetail tentang ciri-ciri dan atribut yang dimiliki produk yang diproduksi oleh suatu perusahaan. Spesifikasi produk dapat mencakup berbagai elemen, termasuk ukuran, material, warna, standar mutu, dan karakteristik khusus produk tersebut. Pentingnya spesifikasi produk sangat terasa dalam tahap produksi dan pemasaran, karena dapat berdampak pada mutu produk, biaya produksi, dan kepuasan pelanggan.

“STOVE TOP” merupakan merek yang fokus pada penyediaan layanan kuliner dengan menggunakan truk makanan yang mengusung konsep street food yang berlokasi di Jakarta. Bisnis food truck sedang berkembang dan mulai digemari di Indonesia. Fleksibilitas bisnis food truck untuk dengan mudah mengubah lokasi operasinya memungkinkan mereka untuk berpartisipasi dalam beragam acara, festival, atau berpindah ke lokasi yang strategis guna menjangkau lebih banyak pelanggan.

“STOVE TOP” menyajikan menu yang berkualitas dengan menjaga kualitas bahan makanan dan menjaga standart kebersihan. Menu yang disajikan pun beragam, dengan menggabungkan cita rasa lokal dengan mancanegara. Jenis menu yang disajikan antara lain:

Menu *a’la carte*: Sebuah daftar menu di mana setiap hidangan dan minuman memiliki harga tersendiri, memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk memilih makanan dan minuman sesuai dengan preferensi mereka.

Menu *bundling*: sebuah daftar menu di mana dua atau lebih produk dijual bersama dalam satu paket dengan harga yang lebih rendah daripada jika produk atau layanan tersebut dibeli secara terpisah.

Dalam menetapkan spesifikasi produk, perusahaan perlu memperhitungkan preferensi serta kebutuhan pelanggan, serta melakukan penelitian pasar untuk memahami tren dan keinginan konsumen. Selain itu, aspek-aspek teknis dan ekonomis seperti kapasitas produksi,

biaya bahan baku, dan biaya produksi juga perlu dipertimbangkan dalam proses penentuan spesifikasi produk. Dengan menetapkan spesifikasi produk yang sesuai, perusahaan dapat menghasilkan produk yang memenuhi standar kualitas dan kebutuhan pelanggan, sehingga meningkatkan daya saing produk di pasar.

F. Jenis badan usaha

Untuk usaha foodtruck sendiri termasuk dalam usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Berikut adalah pengertian UMKM menurut para ahli; Purba(2019), “kegiatan ekonomi kerakyatan mandiri dari berskala kecil yang pengelolaannya dilakukan oleh kelompok Masyarakat ,keluarga, atau perorangan.” Berdasarkan undang undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah. Disebutkan UMKM adalah sesuai dengan jenis usahanya yakni usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah.

Penjelasan UMKM tercantum dalam bab V pasal 6 undang-undang Republik Indonesia no. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Usaha kecil UMKM adalah suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. Selain itu, dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah. Usaha yang tergolong usaha kecil adalah usaha yang memiliki penjualan per tahun berkisar dari angka Rp 300 juta sampai dengan Rp 2,5 miliar dan kekayaan bersih Rp 50 juta hingga Rp 500 juta.

G. Aspek legalitas

Jasa makanan dan minuman adalah salah satu usaha dibidang pariwisata sebagaimana diatur dalam peraturan menteri pariwisata nomor 18 tahun 2016 tentang pendaftaran usaha pariwisata (“permen pariwisata 18/2016”), yang meliputi jenis usaha:

- a. Restoran
- b. Rumah makan
- c. Bar/rumah minum
- d. Kafe
- e. Jasa boga
- f. Pusat penjualan makanan

Untuk wilayah DKI Jakarta sendiri, kegiatan usaha foodtruck merupakan kategori restoran bergerak yang telah diatur secara khusus dalam peraturan gubernur DKI Jakarta nomor 133 tahun 2012 tentang pendaftaran usaha pariwisata (“pergub DKI Jakarta 133/2012”) dan peraturan gubernur DKI Jakarta nomor 13 tahun 2017 tentang restoran bergerak (“pergub DKI

Jakarta 13/2017”). Pasal 1 angka 11 pergub DKI Jakarta 13/2017 memberikan definisi restoran bergerak sebagai berikut:

Restoran bergerak adalah fasilitas penyedia makanan dan/atau minuman dengan dipungut bayaran yang menggunakan kendaraan bermotor khusus sebagai tempat dan dilakukan secara berpindah-pindah lokasi.

Kriteria restoran bergerak yaitu:

- a. Beroda empat atau lebih
- b. Memenuhi persyaratan teknis dan laik jalan serta mendapatkan tanda uji kendaraan bermotor dari instansi yang berwenang
- c. Memiliki ruang tempat usaha yang nyaman dan terpisah dari ruang pengemudi
- d. Memiliki system navigasi kendaraan dengan menggunakan teknologi global positioning system (GPS)
- e. Fasilitas deteksi kebakaran dan alat api
- f. Fasilitas dasar