

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kuliner di beberapa daerah Indonesia telah menjadi fokus daya tarik wisata, karena memiliki nilai kultur budaya, sejarah juga edukasi bagi masyarakat banyak. Bahan, Bumbu serta cara masak yang telah diturunkan secara turun temurun menjadi salah satu keunikan tersendiri pada kuliner ini. Sejarah membuktikan bahwa pengolahan pangan atau makanan telah berkembang seiring berjalannya waktu dan terus menerus berkembang seiring berjalannya waktu. Berdasarkan sejarah dari Eropa, perkembangan industri pengolahan makanan dimulai sebelum abad ke 12. Pada masa itu, makanan hanya akan dimasak menggunakan cara dibakar atau direbus, sehingga beberapa menu makanan yang ada hanya akan berupa masakan daging yang dipanggang, direbus ataupun digoreng, kemudian muncul berbagai macam sup dan olahan. Perkembangan kuliner di Indonesia tentu banyak dipengaruhi beberapa Negara seperti Eropa dan Belanda sehingga sangat berpengaruh pada jenis masakan Indonesia saat ini (Setiawati, 1993:8).

Begitu juga di Sumatera Selatan, tepatnya di Ibu kota provinsi Sumatera selatan ini mempunyai potensi kuliner khas yang sangat bisa untuk dikembangkan, salah satunya adalah hidangan kudapan yaitu Pempek. Pempek telah lama menjadi identitas khas kuliner Kota ini yakni Palembang, Pempek adalah salah satu kuliner kudapan khas Sumatera selatan khususnya Palembang. Menurut Made Astawan (2010), pempek

merupakan produk pangan tradisional yang dikategorikan sebagai olahan ikan, sama seperti makanan tradisional baso ikan atau kamaboko di negeri sakura atau jepang. Pempek bisa dikonsumsi setiap saat, khususnya dijadikan untuk Kudapan, tanpa melihat waktu. Pempek dibuat dari bahan dasar ikan yang digiling, air, tepung sagu dan penyedap rasa seperti garam. Selain mempunyai nilai kultur tentu mempunyai nilai ekonomi serta gizi yang cukup tinggi. Beberapa Zat gizi yang dimiliki pempek antara lain ; lemak, protein, dan karbohidrat yang diperoleh dari ikan serta tepung sagu.

Pada tahun 2023, telah banyak sekali makanan yang bisa dijumpai di kota Bandung. Dimulai dari kuliner “kaki lima” seperti Cilor, Seblak dan banyak lainnya, kuliner tradisional seperti Bakmi hingga kuliner high-end seperti Warung steak Wagyu, All you can eat daging yang dapat dengan mudah dijumpai pada kota Lautan Api ini, julukan lain yang disebut melalui nama Kota Bandung. Melalui data yang dapat kita lihat pada grafik *Google Trend*, kuliner Palembang menduduki posisi ke empat paling dicari di kota ini. Masyarakat kota Bandung yang bersifat dinamis modern, mampu dengan sangat cepat menerima ragam sajian kuliner yang berasal dari kultur daerah lain.

Maka dari itu penulis memutuskan untuk lanjut mengembangkan usaha kuliner Kuliner Wong Kito dikarenakan masih minimnya tempat kuliner yang menawarkan makanan ringan khas Palembang. Bisnis ini akan jadi peluang yang besar bagi penulis untuk memamerkan serta mempromosikan kekayaan kuliner Kudapan Pulau Sumatera bagian selatan ini yang terkadang relatif tidak begitu berhasil di kota Bandung ataupun kota lainnya.

Kuliner Wong Kito berasal dari sebutan “Kuliner” yang berarti Makanan khas daerah dan “Wong Kito” yang merupakan bahasa daerah Palembang untuk sebutan Orang Kita. Kuliner Wong Kito sendiri merupakan Brand Makanan yang menjual dan menyediakan beberapa Menu makanan ringan tradisional khas Sumatera Selatan. Disajikan dengan beragam pilihan menu dan kemasan vaccum kedap udara yang menjadikan Kuliner Wong Kito menjadi salah satu pilihan makanan ringan cepat saji dan tentunya sangat diminati oleh kalangan umum.

Dalam rencana bisnis tersebut Penulis memiliki rencana untuk mengenalkan dan memasarkan produk Kuliner Wong Kito melalui aplikasi Layanan pesan antar makanan online seperti aplikasi Gojek, Shopee dan Grab. Tentunya dengan berbagai program promo, flash sale dan social media engagement yang akan ditawarkan. Keuntungan menggunakan aplikasi order online ini, pihak penyedia jasa layanan boga tidak perlu bantuan website, atau call hotline, dan yang paling penting, armada untuk pengantaran makanan sudah tersedia sendiri. Beberapa poin keuntungan yang akan diperoleh bisnis penyedia makanan atau jasa boga jika telah bergabung dengan aplikasi pengantar online, antara lain adalah :

- a. Dapat dengan mudah meningkatkan jumlah dari seluruh transaksi dalam satu waktu.
- b. Konsumen dapat dengan mudah serta cepat mempelajari proses pengolahan makanan yang dipesannya tanpa harus menghubungi pemasok makanan atau jasa katering berulang kali.

- c. Konsumen juga akan lebih mudah melakukan proses pemesanan makanan yang diinginkan, sekaligus mengurangi secara signifikan risiko kesalahan pemesanan yang sering terjadi saat memesan melalui telepon atau SMS. Poin ini dapat diminimalkan menjadi 0 kesalahan per transaksi.
- d. Aplikasi pesan-antar makanan online juga dapat menjadi alat pemasaran yang sangat efektif bagi penyedia layanan makanan, karena harga yang tercantum pada makanan dapat didiskon dan dipromosikan tanpa biaya tambahan bagi pelanggan.

Business Model Canvas (BMC) adalah alat yang biasanya digunakan untuk merancang, mengembangkan, dan memvisualisasikan model bisnis sebuah perusahaan atau proyek. BMC ini diciptakan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur dalam bukunya yang berjudul "Business Model Generation," yang diterbitkan pada tahun 2010. BMC telah menjadi alat yang sangat populer dalam bidang manajemen bisnis dan kewirausahaan. Bisnis Model Canvas adalah salah satu pendukung utama metodologi *Lean Startup*. Dia menggunakan BMC sebagai salah satu alat proses pengujian hipotesis bisnis untuk mencapai inovasi yang berkelanjutan.

**Tabel 1 Hasil Survey Ketertarikan Kuliner Wong Kito**

No	Daftar Pertanyaan	Hasil Kuesioner
1.	Usia (18 – 25 tahun)	93,5% (43 dari 50 orang)
2.	Apakah anda menyukai makanan Pempek ?	100% Ya
3.	Varian Pempek apa saja yang sudah pernah anda coba ?	43,5% Pempek Telur (20 dari 46 orang) 8,7% Semua Varian Pempek (4 dari 46 orang)
4.	Range harga Pempek yang pernah anda coba ?	47,8% Rp 15.000 – Rp 20.000

**Sumber : Olah Penulis, 2023**

Dari data yang diperoleh penulis melalui kuesioner yang dapat disimpulkan bahwa rata-rata masyarakat mulai dari Mahasiswa hingga dewasa pada rentang usia 18 sampai 25 tahun di kota Bandung memiliki minat yang tinggi pada kuliner kudapan khas Palembang ini. Namun dari kuesioner tersebut membuktikan bahwa beberapa dari mereka mengkonsumsi makanan ini dengan harga yang relatif tinggi. Dengan landasan ini penulis memiliki harapan untuk usaha Kuliner Wong Kito ini menjadi solusi bagi konsumen di Kota Bandung.

### **B. Gambaran Umum Bisnis**

Badan usaha adalah sebuah organisasi atau badan perusahaan lain yang bertumpu dalam kegiatan jual-beli, profesional, industri, atau amal. Suatu entitas bisnis mungkin bersifat nirlaba atau tidak, dan mungkin merupakan entitas terpisah atau tidak dari orang atau pemilik yang menjalankan entitas bisnis tersebut. Kegiatan komersial merupakan kegiatan komersial yang kemudian melibatkan

penyediaan barang maupun jasa yang memiliki tujuan prioritas untuk mendapatkan keuntungan.

Menurut beberapa konsep tradisional, bisnis hanya ada semata-mata untuk tujuan memperoleh keuntungan untuk melakukan penyediaan barang atau jasa kepada konsumen. Namun menurut beberapa konsep masa kini, tujuan prioritas dari sebuah bisnis merupakan kepuasan para pelanggan. Melalui kepuasan pelanggan, suatu badan usaha dapat memperoleh keuntungan yang maksimal. Usaha kuliner merupakan usaha yang relatif mudah dijalankan karena keterampilan yang diperlukan mudah dipelajari secara mandiri dan modal awal yang dibutuhkan relatif lebih sedikit dibandingkan usaha lainnya. Dengan pesatnya perkembangan dari era digitalisasi seperti aplikasi pesan-antar makanan Shopee food, Grab food dan Gofood, para pengusaha UMKM dapat dengan mudah mempromosikan dan memperluas cakupan bisnis dan segmen pasar yang diinginkan.

*Cloud Kitchen* atau dapur awan adalah ruang yang disewa dengan tujuan digunakan untuk menyiapkan makanan, termasuk proses pemesanan dan pengantaran secara online. Hal ini berbeda dengan distribusi resor secara tradisional pada beberapa bagian. Sebagai pemula, mereka belum memiliki restoran. Bisnis kuliner berbasis *Cloud Kitchen* memiliki beberapa keunggulan, antara lain: Dari segi penyediaan modal, yang tidak perlu terlalu besar, dapur rumah saja pun bisa dijadikan sebagai *cloud kitchen*. Selain itu, kelemahan sistem dapur ini adalah tidak memiliki bentuk “material” di mata konsumen sehingga dapur ini murni sulit menembus pasar. Hanya chef dan orang lain yang memiliki tanggung jawab dalam hal pengemasan makanan.

Pada umumnya, restoran dengan sistem ini didukung oleh teknologi dan hanya fokus pada pengiriman, *partnership* bersama pihak tiga yang akan menerima

pesanan online. *Cloud Kitchen* atau dikenal sebagai dapur awan, merupakan restoran dimana berfokus pada penyajian makanan untuk para pelanggan tetapi dengan hanya melalui sistem pesan antar, yang berarti restoran tersebut belum mempunyai lokasi bagi para pelanggan untuk *dine in* dengan tujuan makan. (Ali et al., 2004; Choudhary, 2019). *Cloud kitchen* juga dapat digunakan untuk memberikan gagasan ide atau bisnis yang benar-benar baru, namun ada banyak jenis dan peraga restoran *cloud kitchen* yang berbeda.

Model ruang bersama, sebagai contoh pemilik menggunakan karyawan dan produknya sendiri terkecuali tempat serta peralatan yang dimiliki adalah pihak ketiga. Ruang ini bisa dipakai oleh banyak pebisnis, masing – masing pihak individual untuk mempersiapkan makanan, tanpa harus ada tambahan biaya operasional yang diberikan.

Model ruang yang dipesan, ruang yang dimiliki atau disewa untuk digunakan. Ini dapat mencakup satu, dua atau lebih konsep yang beda dalam tempat yang sama akan tetapi tidak ada *brand* dagang lain yang akan berbagi area tersebut dengan kedua pihak tersebut.

Melampaui atau beroperasi dengan restoran yang telah ada, kemudian akan memungkinkan pebisnis akan menguji konsep yang baru tanpa adanya investasi yang signifikan (Dixon et al., 2018; Doran, 2010).

Dengan beberapa penjelasan mulai dari segi keunggulan serta kekurangan dalam penggunaan sistem *Cloud kitchen* ini, penulis akan mengandalkan *cloud kitchen* sebagai lokasi serta sistem produksi makanan dan pelayanan aplikasi pesan-antar makanan secara online sebagai media atau platform untuk memasarkan dan mendistribusikan produk Kuliner Wong Kito yang ditawarkan kepada para konsumen.

a) Deskripsi Bisnis

Layanan pesan-antar makanan dan minuman online menjadi pilihan populer di kalangan Generasi Z dan Milenial saat ini. Terkait perihal ini, penulis mempunyai ide untuk dapat mengembangkan bisnis kuliner "Kuliner Wong Kito" berbasis *Cloud kitchen* di kota Bandung. Dengan konsep *Cloud kitchen*, penulis hanya memerlukan strategi menyiapkan fasilitas produksi makanan saja. Produk makanan yang akan dijual oleh "Kuliner Wong Kito" diantaranya adalah beberapa kuliner khas kota Palembang.

b) Deskripsi Logo dan Nama

Suatu badan usaha, termasuk usaha kuliner, pasti mempunyai brand atau nama bagi badan usaha tersebut. Bagian dari merek dagang adalah logo dan nama, yang nantinya dapat menggambarkan identitas suatu perusahaan kepada konsumen atau masyarakat. Untuk melakukan branding pada sebuah bisnis, diperlukan suatu ciri terkhusus dan khas yang mampu untuk menggambarkan sebuah identitas perusahaan dan membedakannya di masyarakat. Karena merek merupakan tanda pengenal suatu perusahaan, maka dalam pembuatan suatu merek ada baiknya jika hak kekayaan intelektual dilindungi undang-undang dan perusahaan mempunyai bukti yang membuktikan bahwa merek tersebut adalah miliknya.

Nama yang diambil oleh penulis pada rencana bisnis ini adalah "Kuliner Wong Kito". Pempek Palembang merupakan produk utama dari bisnis ini. Kuliner Wong Kito memiliki arti yaitu "Kuliner" yang berarti Makanan khas dan "Wong Kito" yang merupakan bahasa khas daerah Palembang yang berarti Orang kita. Berikut merupakan logo yang penulis desain untuk perencanaan bisnis "Kuliner Wong Kito".



**Gambar 1 Logo Kuliner Wong Kito**



Sumber : Olah Penulis, 2023

Dalam pembuatan Logo tersebut penulis melampirkan :

1. Logo Jembatan Ampera : Penggunaan Jembatan Ampera dalam logo menjadikan simbol utama serta kedalaman akar budaya Palembang dalam bisnis ini. Selain itu jembatan ampera mencerminkan keterkaitan erat bisnis Penulis dengan kota Palembang.
2. Nama "Kuliner Wong Kito" : Nama ini memiliki makna yang dalam. "Kuliner" mengacu pada makanan khas daerah, sementara "Wong Kito" adalah bahasa Palembang yang berarti "Orang Kita." Nama ini menggambarkan kesan kebersamaan dan identitas lokal. Ini mengundang pelanggan untuk merasa sebagai bagian dari komunitas yang memahami dan mencintai kuliner khas Palembang.
3. Slogan "Authentic Taste from Mom" : Slogan ini menekankan pada rasa asli dan autentik dari hidangan penulis, yang dapat mengingatkan pelanggan pada rasa makanan yang disajikan oleh ibu mereka di rumah.

Ini menciptakan hubungan emosional dengan pelanggan, membuat mereka merasa seperti sedang makan di rumah sendiri. Ini juga menonjolkan kualitas dan kehangatan dalam penyajian hidangan.

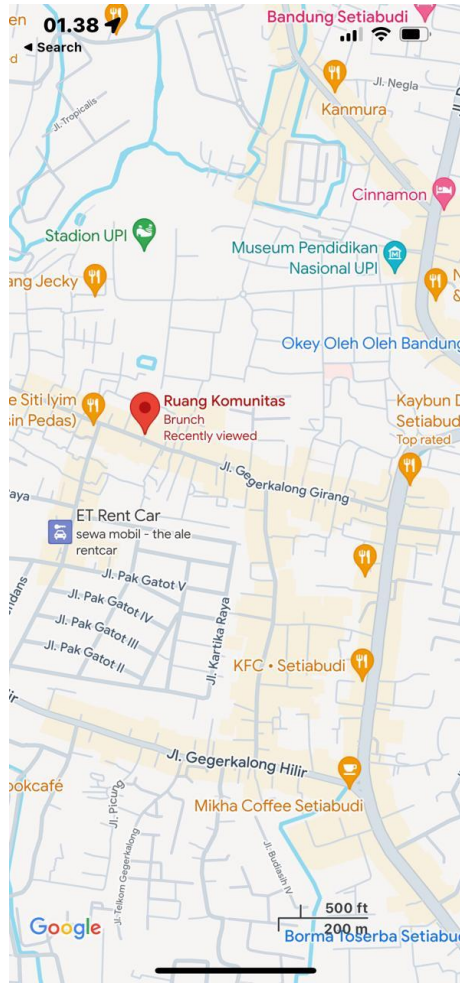
4. Warna *Orange*: Warna *orange* dapat mewakili semangat, kehangatan, dan kegembiraan, serta dapat menciptakan perasaan ceria dan menyenangkan yang cocok untuk bisnis makanan. Selain itu, warna oranye juga dapat mengingatkan pada warna berbagai rempah yang sering sekali digunakan dalam masakan Palembang, seperti kunyit dan cabai.

c) Identitas Bisnis

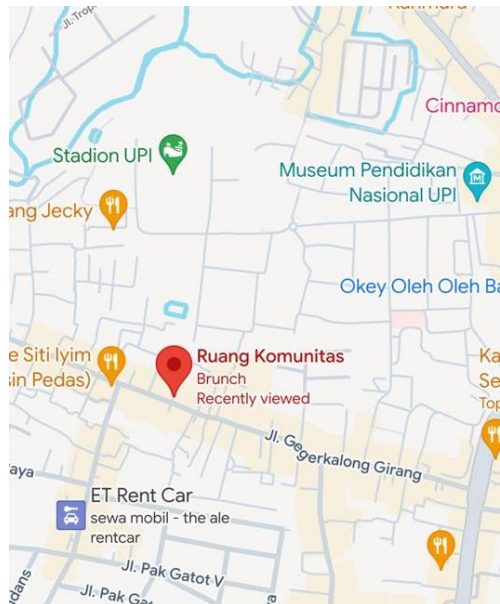
Perencanaan bisnis “Kuliner Wong Kito” akan direncanakan beroperasi di Jl. Gegerkalong Girang No.52, Isola, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40154. Lokasi ini merupakan lokasi yang sangat strategis dan mudah dijangkau dari kediaman penulis. Penulis berpikir untuk memilih lokasi ini, dengan alasan startegisnya tempat dan harga sewa yang relatif terjangkau dari tempat lainnya. Selain itu, Jl Gegerkalong Girang juga menjadi lokasi yang cukup strategis untuk memulai bisnis dikarenakan sangat banyaknya kalangan pecinta kuliner, penduduk dan mahasiswa yang tinggal pada daerah tersebut.



Sumber : Dokumen Penulis, 2023



**Gambar 3 Foto lokasi Parkiran Gerai**



**Gambar 2 Lokasi Gerai pada Google Maps**

### **C. Visi dan Misi**

Wheelen (2006:46-47) mengemukakan bahwa misi dari sebuah perusahaan adalah serangkaian pernyataan yang mengilustrasikan sebuah alasan penempatan perusahaan mencakup barang serta jasa yang akan diberikan perusahaan kepada para pelanggan. Menurut Ervina Maulida (2021:39) menyatakan bahwa visi merupakan pernyataan dari seluruh yang mencakup tentang segala yang diharapkan oleh suatu perusahaan atau organisasi di masa depan dan dibuat untuk pedoman atau arah tujuan yang akan berlangsung lama pada organisasi atau perusahaan tersebut mengenai arah yang akan diambil atau gambaran usahanya. masa depan. ideal yang akan dicapai oleh bisnis. Berikut merupakan penjelasan dari Visi dan beberapa Misi dari bisnis Kuliner Wong Kito :

#### **Visi**

Menjadikan Kuliner Wong Kito sebagai bisnis penyedia layanan Makanan Minuman khas Palembang no 1 di Bandung.

#### **Misi**

- Mengembangkan Sajian kuliner khas Palembang
- Mengenalkan aneka Sajian kuliner kudapan khas Palembang kepada masyarakat luas
- Menjadi salah satu Penyedia makanan khas Nusantara terbaik di Indonesia
- Terus berkembang dan berinovasi untuk memberikan pelayanan dan rasa yang terbaik pada para konsumen Kuliner Wong Kito.

## D. Analisis SWOT

“Perusahaan dapat dengan mudah mengembangkan analisis strategi untuk mengatasi beberapa ancaman eksternal serta pemanfaatan peluang yang ada.” (Rangkuti, 1997) maka dari itu analisis peluang adalah salah satu strategi yang bertujuan untuk mencegah hambatan dalam bisnis. Kewirausahaan adalah “analisis rencana”, sedangkan peluang adalah seorang pengusaha yang harus dapat menentukan besar dan sifat dari pasar serta apakah pasar yang menentukan besar kecilnya dan sifat pasar atau tidak. Serta dapat disesuaikan untuk mengakomodasi waktu dan tenaga yang diperlukan untuk mengembangkan bisnis lebih jauh sebelum memasuki segmentasi pasar tersebut. (Hisrich, Peters dan Shepard, 2017). Berdasarkan teori diatas penulis merencanakan usaha dengan menganalisis SWOT sebagai berikut :

### 1. Strength

Menjadi sebuah kekuatan yang positif pada sebuah bisnis, tentunya dapat dikondisikan, hal ini termasuk kedalam beberapa aset yaitu ; Modal Awal, Lahan dan sebagainya. Dalam perencanaan bisnis Kuliner Wong Kito tentunya memiliki kekuatan utama dan *unique selling point* berupa variasi produk yang dimiliki jarang ditemui, harga yang sangat terjangkau dan dikemas secara unik serta tahan lama dibandingkan dengan para kompetitor lainnya.

### 2. Weakness

Merupakan bagian dari Kelemahan sebuah bisnis yang tentunya dapat mengurangi *value* atau nilai jual dan harus tetap untuk ditingkatkan. Dalam bisnis Kuliner Wong Kito sendiri memiliki kelemahan yakni Lokasi awal untuk memulai operasional bisnis yang masih menyatu dengan kediaman pribadi Penulis. Selain

itu perlu penyesuaian rasa Makanan pada hidangan yang nantinya akan di sajikan pada para konsumen.

### 3. Opportunities

Merupakan salah satu faktor eksternal yang membawa dampak positif dalam bisnis yang sedang atau akan kita jalani, sebagai contoh Pasar yang belum memiliki produk yang akan kita berikan, Media sosial, Relasi, dan Konten. Dalam hal ini semakin kita berkembang pada era digitalisasi maka dapat dijadikan sebagai peluang bisnis untuk memasarkan produk dari Kuliner Wong Kito pada platform media elektronik. Kemudian dengan berbagai variasi menu yang ditawarkan, akan memberikan kesan yang menarik bagi para konsumen.

### 4. Threats

Salah satu faktor luar atau eksternal yang dapat berpengaruh serta dapat membuat sebuah bisnis dalam satu waktu yang sulit untuk maju, sebagai contoh; lingkungan yang berubah serta konsumen yang terdampak menjadi kurang tertarik, yang pada intinya kebiasaan yang tidak disangka dan tidak dapat diprediksikan berubah. Kemudian harga bahan baku di pasar yang mungkin dapat berubah sewaktu-waktu. Dalam bisnis Kuliner Wong Kito sendiri, memiliki sebuah ancaman seperti semakin banyak pesaing dan kompetitor yang bergabung pada platform aplikasi pengantar makanan, dimana nantinya akan sangat berpengaruh besar dari segi penjualan serta pemasaran. Adapun matriks SWOT yang telah dibuat penulis adalah berikut :

Tabel 2 SWOT Matriks Kuliner Wong Kito

<p style="text-align: center;"><b>SW</b></p> <p style="text-align: center;"><b>OT</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>STRENGTH</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan yang tepat dan cepat</li> <li>2. Harga produk yang cukup terjangkau</li> <li>3. Packaging yang menarik dan simple serta tahan lama</li> <li>4. Variasi produk makanan yang jarang ditemui</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>WEAKNESS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak menyediakan lokasi untuk <i>dine in</i></li> <li>2. Penyesuaian rasa</li> <li>3. Kapasitas produksi yang terbatas</li> <li>4. Menu yang mudah untuk ditiru kompetitor</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>OPPORTUNITY</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan jumlah pesanan pada bisnis melalui pihak ketiga (Grab, shopee food dan gojek)</li> <li>2. Target pasar yang luas</li> <li>3. Produk dengan variasi yang baru</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>ANALISA S/O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperluas skala promosi dan penjualan</li> <li>2. Menambah beberapa variasi menu terbaru yang diminati oleh masyarakat</li> <li>3. Memberikan <i>training</i> yang baik dan sesuai dengan SOP</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>ANALISA W/O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan analisa atau survey terhadap pasar mengenai preferensi</li> <li>2. Melakukan test panel mengenai rasa pada para konsumen</li> <li>3. Membuat standart Recipe setiap hidangan</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>THREATS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga bahan baku yang tidak menentu seiring berjalannya waktu</li> <li>2. Lingkungan dan minat yang berubah</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>ANALISA S/T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penggunaan bahan baku yang terstandar</li> <li>2. Membangun <i>awareness brand</i> yang positif</li> <li>3. Menciptakan variasi produk baru secara bertahap</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>ANALISA W/T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan jumlah kapasitas produksi</li> <li>2. Melakukan <i>research</i> serta <i>development</i> untuk menemukan varian baru yang dapat</li> </ol>



	4. Memberikan pelayanan serta kualitas pada produk secara konsisten	memperpanjang kelangsungan produk 3. Membangun relasi yang baik kepada <i>supplier</i> bahan baku
--	---	--

Sumber : Penulis, 2023

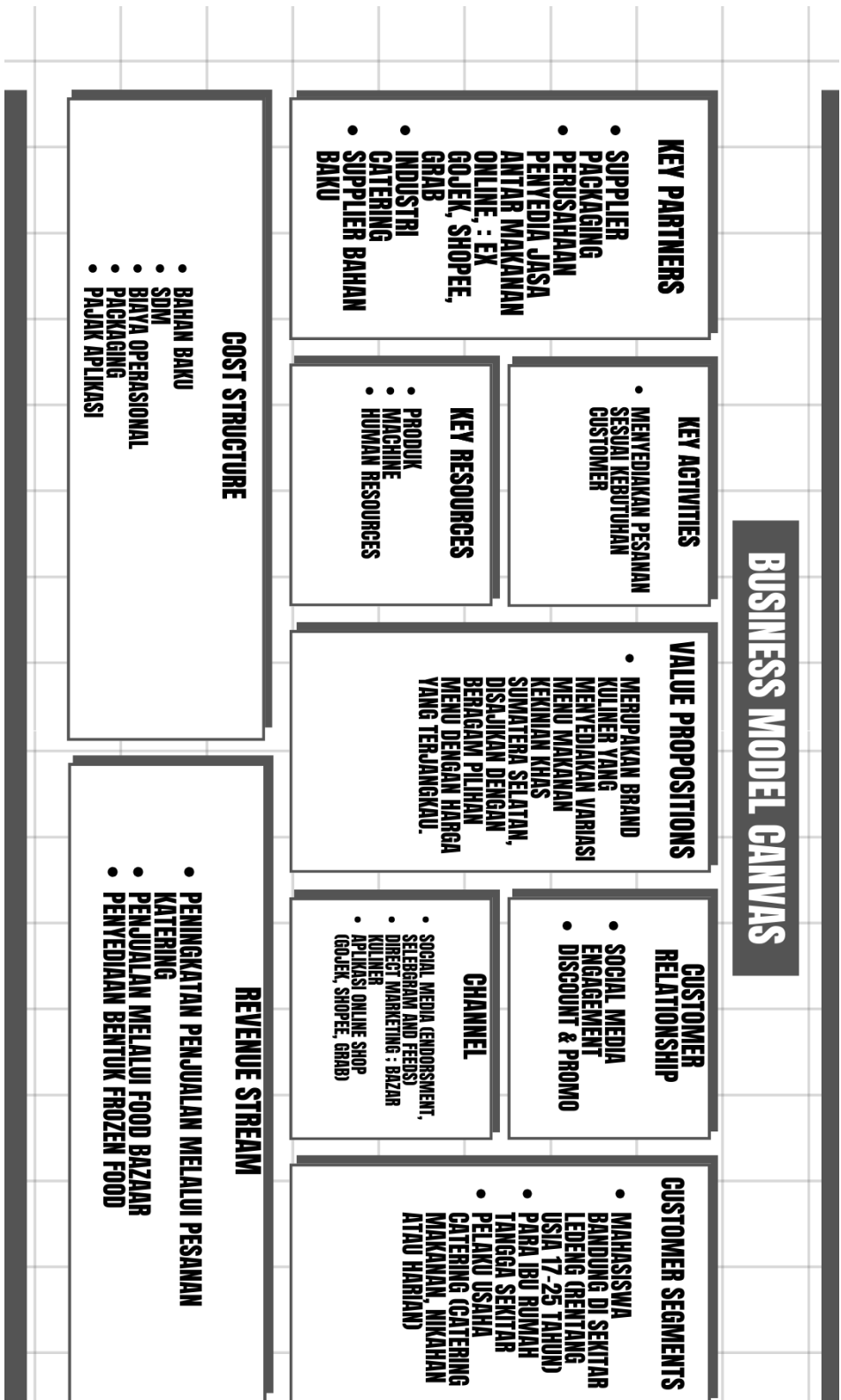
### E. Spesifikasi Produk

Setiap perusahaan atau bisnis mempunyai produk yang ditawarkan ke pasar, baik berupa benda yang berwujud (verbal) maupun berupa jasa yang tidak memiliki wujud (nonverbal). Pada industri kuliner, produk prioritas yang akan dijual merupakan produk dalam bentuk fisik, meskipun saat ini sebagian besar perusahaan kuliner menawarkan produk dan pengalaman kuliner yang melengkapi penawaran pada produk fisik tersebut. Menurut Yudi Arimba (2019:65) Spesifikasi yang dimaksud adalah dengan uraian informasi rinci produk yang ditulis dengan jelas untuk menghindari kesalahpahaman yang ada antara pembeli dan distributor.

Nantinya Produk yang diutamakan untuk segera akan dijual pada bisnis “Kuliner Wong Kito” adalah produk makanan khas kota Palembang, salah satu contoh dari menu adalah Pempek Palembang, dimana Pempek merupakan makanan kudapan khas dari Palembang. Terbuat dari daging ikan tenggiri yang digiling secara halus, yang kemudian di campurkan beberapa bahan tambahan serta didampingi oleh saus khas yaitu Cuko Pempek, menjadikan Pempek Palembang merupakan Kuliner yang sangat dicari dan sangat cocok dimakan pada situasi apapun dan kapanpun. Selain daripada itu Kuliner Wong Kito juga memiliki ragam variasi makanan serta menu, dimana akan memudahkan

konsumen dalam memilih makanan yang ingin dan sesuai dengan kebutuhan yang mereka mau.

F. Business Model Canvas / BMC



Tabel 3 BMC Kuliner Wong Kito

Sumber : Penulis, 2023

## G. Jenis Badan Usaha

Badan usaha adalah suatu kesatuan organisasi dan ekonomi yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan serta memberikan pelayanan kepada konsumen. Atau mempunyai pengertian lain sebagai suatu kesatuan hukum, teknis, dan ekonomi yang tujuannya mencari keuntungan (Mitchelle, 2018). Menurut Keni Andewi (2020:1) badan hukum adalah badan moral atau hukum, teknis, dan ekonomi yang tujuannya mencari keuntungan. Berdasarkan penjelasan yang dikemukakan para ahli maka pada kesempatan kali ini jenis badan usaha yang penulis rencanakan untuk menjalankan bisnis “Kuliner Wong Kito” secara online menggunakan sistem *Cloud kitchen* di Kota Bandung termasuk dalam Jenis badan Usaha PT Perorangan, dimana Beberapa Undang-undang yang dapat menjadi landasan, beberapa diantaranya adalah ;

- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Ketentuan Perpu 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja UU . Undang-undang ini menjadi landasan hukum yang penting bagi masing-masing PT. Undang-undang ini mengatur berbagai aspek terkait perlindungan dan kemudahan berusaha, termasuk pengusaha perorangan.
- Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Pembinaan, Perlindungan dan Penguatan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Peraturan Pemerintah ini mengatur tentang fasilitasi, perlindungan dan penguatan koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah.

Penulis memilih jenis badan usaha ini karena PT Perorangan memiliki banyak keunggulan yakni adanya peluang untuk memastikan kondisi yang

menguntungkan bagi modal kerja dan peluang bisnis yang nantinya dapat mempermudah mendapatkan peluang pertumbuhan bisnis yang lebih baik kedepannya.

#### **H. Aspek Legalitas**

Aspek legitas ini merupakan tanda dan bukti bahwa telah disahkan-nya PT Perorangan untuk perizinan perencanaan bisnis “Kuliner Wong Kito” di kota Bandung. dibutuhkan surat-surat seperti jenis tempat usaha, bidang usaha, besarnya modal usaha dan aspek dasar legalitas yang penting bagi UMKM diantaranya :

- Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) UMKM juga perlu memahami tanggung jawab pajak yang akan mereka bayar. Disini penulis telah membuat dan memiliki NPWP.
- Hak Paten (HKI) Perlindungan hak cipta, merek dagang, serta paten merupakan hal penting bagi beberapa pelaku UMKM, Disini usaha bisnis Kuliner Wong Kito akan mengambil Hak Paten intelektual sebesar 750.000 rupiah.
- Berikutnya, beberapa produk yang dijual harus memiliki persetujuan dan izin produk seperti BPOM yang kemudian diatur berdasarkan peraturan pemerintah pusat Edisi 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan. Sertifikasi BPOM diperlukan untuk memastikan pangan yang diproduksi oleh pelaku ekonomi memenuhi standar keamanan pangan yang ditetapkan BPOM. Selain itu BPOM bertanggung jawab melakukan pemeriksaan keamanan pangan, pemeriksaan produk pangan, dan penerbitan izin edar produk pangan yang tidak aman. Nantinya bisnis Kuliner Wong Kito akan

mendaftarkan 11 Menu produknya ke BPOM dengan rincian biaya 100.000 rupiah / produk.

Peluang besar yang terus berkembang dipasar serta didukung oleh berbagai aspek dan kelembagaan seperti pemerintah. Penulis membuat Badan usaha dari bisnis Kuliner Wong Kito untuk menjual seluruh produk makanan kudapan yang berasal dari provinsi sumatera selatan ini dengan judul “Perencanaan Bisnis “Kuliner Wong Kito” berbasis *Cloud Kitchen* di Kota Bandung.