

BAB 1

DESKRIPSI BISNIS

1.1 LATAR BELAKANG

Globalisasi mempunyai dampak yang sangat besar terhadap sistem pangan dan seluruh wilayah di dunia. Perubahan kebiasaan makan juga dapat disebabkan oleh banyak faktor, seperti faktor lingkungan budaya, lingkungan alam dan jumlah penduduk (Hartog, Staveren, Brouwer, 1995). Lalu banyak faktor yang dapat mempengaruhi kebiasaan makan seorang remaja, salah satunya adalah pertumbuhan remaja tersebut. Pertumbuhan remaja ini meningkatkan partisipasi remaja dalam pertumbuhan, sehingga dapat mempengaruhi lingkungan, persahabatan, dan apa yang dimakannya.

Dalam usia remaja ini, mereka akan menentukan sendiri mana makanan yang akan mereka makan. Oleh karenanya mereka akan memilih makanan cepat saji yang tidak membutuhkan waktu lama dalam prosesnya. Mereka akan cenderung memilih fast food dalam pemilihan makanan yang akan mereka makan. Dan makanan tersebut atau *fast food* yakni makanan yang disajikan dalam waktu sesingkat singkatnya dan dapat di makan atau di konsumsi secara cepat (Bertram & Hayati :2000).

Secara umum menurut (Evi Heryanti, FKM UI: 2009), makanan cepat saji sendiri dibedakan menjadi dua jenis, yaitu makanan cepat saji yang berasal dari luar negeri atau sering disebut *Fast Modern Food*, seperti (McDonalds, KFC, Pizza Hut) dll. makanan cepat saji tradisional atau lokal seperti restoran Padang,

Warung Tegal dll. Sebagai negara kepulauan, Indonesia menawarkan beragam kuliner yang tersebar luas dan menjadi kuliner khas setiap daerah. Yogyakarta adalah salah satunya.

Yogyakarta sendiri dikenal sebagai kota kuliner yang terbagi menjadi lima kabupaten yakni Kabupaten Sleman, Bantul, Gunung Kidul, Kulon Progo dan Kota Yogyakarta. Dan setiap daerah juga mempunyai pilihan masakan yang berbeda dan beragam. Menurut Badan Pusat Statistik 34 provinsi (2020:37), Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan destinasi wisata budaya ketiga di Indonesia. Karena beragamnya budaya yang ada di kota ini, kota ini ramai dikunjungi pengunjung.

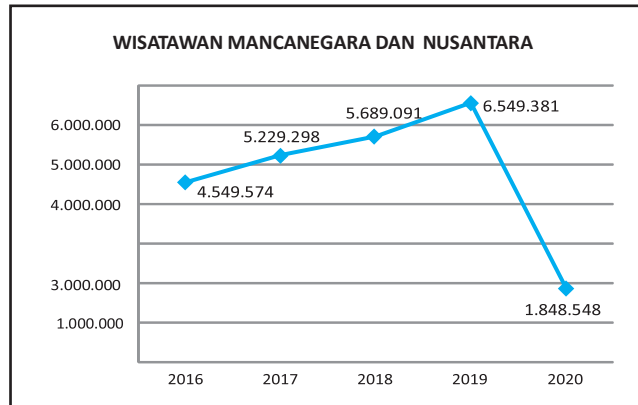
Saat ini Yogyakarta dikenal sebagai kota kuliner yang sangat digemari karena banyak menawarkan kuliner lokal dan nusantara, hal ini terlihat dari banyaknya wisatawan domestik dan mancanegara. Dan Yogyakarta sendiri dikenal sebagai kota pelajar, sehingga banyak wisatawan maupun pelajar yang mengunjungi kota Yogyakarta baik sekedar bersantai maupun belajar. Banyaknya tempat wisata dan kuliner di Yogyakarta mendorong wisatawan untuk berkunjung.

Menurut Singgih Raharjo, Kepala Dinas Pariwisata Daerah istimewa Yogyakarta sendiri adalah daerah atau kota yang relative aman dan nyaman dengan keramah tamahanya Masyarakatnya menjadikan kota Yogyakarta banyak di minati oleh banyak wisatawan untuk berkunjung. Dan tidak heran jika tiap tahunnya kunjungan wisatwan semakin meningkat, sehingga banyak sektor yang selalu berinovasi untuk menjaga kepuasan pelanggan. Seperti di sektor kuliner

Berikut ini adalah table dan grafik data pertumbuhan kunjungan wisata ke DIY :

Gambar 1. 1

(Data pertumbuhan kunjungan wisatawan DIY Tahun 2016 – 2020)



Sumber : Data statistic kepariwisataan Yogyakarta

Banyak nya ragam kuliner di Yogyakarta membuat banyak tipe makanan terjual di kota ini khususnya makanan tradisional. Namun dengan banyak nya wisatawan banyak pula dari mereka yang tidak suka makanan tradisional sehingga mencari makanan modern yang mirip atau sama dengan makanan dari daerah mereka berasal. Di balik itu banyaknya pelajar dan mahasiswa juga yang kurang suka dengan makanan khas Yogyakarta sehingga mereka mencari kuliner yang berbeda dengan harga yang terjangkau serta praktis.

Penulis mengamati bahwa banyak pelajar / mahasiswa serta wisatawan yang malas untuk mengantri makanan dengan lama. Sehingga penulis berinisiatif membuat hidangan lain yang di adopsi dari budaya luar negeri yang cepat mudah dan praktis. Sehingga penulis mempunyai ide untuk membuka *American*

food dengan berfokus untuk pelajar , mahasiswa, serta pelajar yang ingin sekedar mengganjal perut sehingga mereka bisa melanjutkan kegiatan mereka selanjutnya dengan cepat.

1.2 GAMBARAN UMUM BISNIS

1.2.1 Deskripsi Bisnis

Penulis membuat usaha Bernama “*West Club*” adalah sebuah bisnis yang bergeser pada dibidang kuliner dengan tujuan adalah menciptakan makanan enak yang cepat saji dengan harga yang terjangkau dan dapat memuaskan pelanggan dengan segi rasa, bentuk, dan penampilan. Dengan target pasar yakni dari kalangan muda sampai tua, dari masyarakat lokal Yogyakarta hingga Wisawatawan. Bentuk usaha sendiri adalah *home bussines* dengan pembukaan untuk *dine in* namun lebih berfokus kepada online seperti go food, grab food, serta shopee food. Sehingga dapat menekan biaya produksi.

Usaha ini menjual *american food* seperti *wings platter* yang berisi (*Chicken wings, spiral fries, nugget, sausage* dan *Skeewer platter* yang berisi (*chicken skewer, spiral fries, nugget, sausage*) dengan special homemade sauce. Dengan konsep tersebut penulis menghadirkan konsep free refill sauce atau dengan kata lain sauce ambil sepuasnya sehingga konsumen merasa puas dengan product yang di jual. Lalu untuk mempermudah Masyarakat di samping offline atau *dine in* di tempat. Usaha ini akan

berbasis pesan antar online agar dapat di pesan dengan smartphone, dan *West Club* ini berlokasi di Yogyakarta.

1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama

Menurut (Adams Morioka 2009:16), logo adalah lambang khas suatu perusahaan, jasa, benda, ide, publikasi, orang atau jasa, menurut (Rustan 2009:13), fungsi logo adalah identitas. milik perusahaan (sehingga dapat dibedakan identitasnya dengan orang lain dengan lainnya) Merek sendiri (untuk membedakan dengan yang lain) Merek yang berkualitas.

Nama berperan sangat penting untuk memberikan gambaran dasar mengenai atau atas produk yang di jual pengusaha tersebut. Merancang segala nama bisnis dengan menarik membuat konsumen mudah mengingat produk dan usaha kita. Nama bisnis "*West Club*" sendiri berasal dari ketidaksengajaan penulis dan teman teman saat sedang berkumpul. "*West*" sendiri berasal dari kata Bahasa Inggris yang memiliki arti "Barat" dan "Club" sendiri muncul saat penulis dan teman teman sedang bercanda dan mendengarkan music band "*Reality Club*" dan penulis dan teman teman terinspirasi dari itu , dan munculah nama "*West Club*".

Lalu untuk Logo, Logo pun memiliki arti yang sangat banyak dalam identitas suatu produk atau usaha, selain nama mereka akan mengingat logo kita sebagai visual yang akan selalu diingat. Logo penulis sendiri mengusung tema terkini yang akan di sukai oleh anak anak masa kini sebagai pasar utama dari produk penulis. Namun juga menjadi daya Tarik

juga bagi wisatawan dan konsumen lainnya dengan warna serta tulisan yang mencolok yang menjadi daya Tarik dari makanan *fast food* ini.

Gambar 1. 2
(Logo West Club)



Sumber : Olahan Penulis(2023)

Makna logo tersebut beragam dan telah di rancang berdasarkan pilihan warna oleh penulis . Menurut (Louis B. Wexner :1945) dengan penelitian warna yang sudah ada:

1. Merah : Memiliki arti keberanian, kekuatan, gairah , energi serta kegembiraan untuk melakukan suatu kegiatan
2. Kuning : Memiliki arti memiliki aura hangat, optimis, semangat serta rasa Bahagia
3. Biru : Memiliki arti nuansa professional, kepercayaan dan kekuatan dalam berbisnis
4. Putih : Memiliki arti kebebasan, keterbukaan

Dari warna warna yang di pilih penulis ingin menyampaikan bahwasanya brand “*West Club*” ini adalah brand yang memiliki keberanian , kepercayaan, semangat, serta kekuatan dalam berbisnis. Dan brand ini mengusung tema kekinian yang amat sangat di terima di generasi sekarang yaitu Generasi Z. sehingga dengan banyak factor yang ada “*West Club*” dapat selalu berinovasi dan bersemangat dalam menciptakan produk serta konsisten dengan produk yang sudah ada.

1.2.3 Identitas Bisnis

Dalam perencanaan bisnis salah satu factor terpenting yakni memastikan factor lokasi usaha dan factor yang berkaitan dengan usaha. Karena factor ini sangat berpengaruh dalam berjalanya usaha yang termasuk juga terhadap strategi bisnis. *West club* sendiri merupakan usaha Rumahan atau UMKM yang bergerak di bidang makanan cepat saji / *fast food* yang memiliki harga terjangkau dan pastinya mengusung tema *American food* yang sangat di gemari oleh Generasi Z.

Tempat produksi dan penjualan beralamat di Jl Palagan no 117 , Sariharjo,Ngaglik,Sleman,Yogyakarta. Bisnis ini di dirikan oleh Luthfia Devi S pada tahun 2023, menjadi bisnis online dan offline. Namun berfokus pada online. Tujuan awal bisnis ini adalah ide penulis yang ingin membuat *fast food* dengan tema *American food* di Yogyakarta, di karenakan banyaknya wisawatan yang ada dan banyaknya kesempatan yang ada penulis ingin mengembangkan makanan cepat saji ini agar semua orang bisa merasakan makanan cepat saji dengan enak dan murah.

Dan target pasar penulis sendiri adalah pelajar dan mahasiswa yang ingin makan enak,cantik dan tetap gaul namun dengan harga yang murah. Dengan tempat yang strategis penulis ingin membuat ide ini terealisasikan.Alat usaha West Club : Jl Palagan no 117, km 8,5 Sariharjo,Ngaglik,Sleman, Yogyakarta 55581

Gambar 1. 3

(Rencana Lokasi WestClub)



Sumber : Goole Maps View,(2023)

Gambar 1. 4

(Peta Lokasi West Club)



Sumber : Google Maps, (2023)

Penulis memilih lokasi tersebut karena lokasi tersebut adalah lahan milik pribadi yang berbentuk rumah dan ruko dan berada strategis di daerah kuliner di Yogyakarta, yang ramai dengan penduduk, tidak jauh dari perkantoran, sekolah, serta kampus sehingga penulis tidak akan kesulitan dalam mendapatkan konsumen, dan konsumen pun tidak sulit untuk menemukan produk tersebut karena akses yang mudah. Maka dari itu peluang yang cukup besar bagi *West Club* untuk mendapatkan pelanggan disini.

1.3 VISI DAN MISI

Salah satu factor penting dalam bisnis yakni visi dan misi. Pembuatan Visi dan Misi juga melambangkan suatu acuan yang relevan dalam suatu usaha agar bisnis dapat bergerak serta mengatur Langkah – Langkah demi tercapainya suatu tujuan dari rencana dan tujuan awal. Lalu Pengertian dari misi sendiri merupakan Kumpulan kalimat yang berisi rencana atau Langkah – Langkah untuk mencapai visi dari sebuah usaha atau Perusahaan. Lalu secara singkat, misi sendiri merupakan jabaran rinci dari visi utama.

1.3.1 Visi Usaha

Menjadikan Bisnis ini menjadi bisnis yang besar yang berawal dari “*home bussines*” yang menyediakan makanan cepat saji dengan murah. Kini bisa mengepakan sayapnya agar menjadi bisnis maju yang memiliki restaurant sendiri dengan konsep yang apik , serta tak lupa mengutamakan kepuasan pelanggan dengan cara tetap konsisten dengan mutu kualitas produk dan layanan.

1.3.2 Misi Usaha

1. Menghasilkan makanan dengan tetap mengutamakan kualitas pada semua bahan bahan agar dapat menjadikan makanan berkualitas baik
2. Mengutamakan kepuasan pelanggan
3. Mengutamakan kebersihan,kualitas,rasa produk,kesan,serta kepuasan pelanggan.
4. Menghasilkan produk yang kekinian dengan harga terjangkau namun terlihat bagus dan mahal di pandang
5. Menerapkan konsistensi pada makanan serta pelayanan. Serta selalu melakukan inovasi serta peningkatan
6. Pengembangan menu yang di lakukan agar dapat bersaing dengan banyaknya competitor yang ada
7. Pemasaran yang di lakukan pastinya akan berfokus pada *Social Media* untuk mendapatkan jangkauan yang sangat luas dan salah satunya adalah menawarkan *endorsement* ke beberapa orang yang memiliki tittle *public figure* yang memiliki banyak pengikut.

1.4 ANALISIS SWOT

Menurut (Freddy :2013), analisis SWOT merupakan analisis berbasis logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun sekaligus dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

1.4.1 Strength

Kekuatan dari perencanaan bisnis *Food Booth "West Club"* ini adalah makanan kekinian ala *American food* yang memiliki keunikan dari segi makanan, serta konsep yang masi sangat jarang di temukan di Yogyakarta, khususnya di daerah yang akan di jadikan tempat usaha karena dapat di kategorikan sebagai tempat yang tidak terlalu terletak di perkotaan.

Lalu kekuatan serta keunggulan yang ada karena media penjualan kami adalah *food both* maka dari itu *booth* kami berifat *portable* yang dapat di pindahkan kemanapun sehingga jika ada suatu event atau acara,kami dapat membawa *food both* sendiri dan menjadi kekuatan dan *icon* kita sendiri.

1.4.2 Weakness

Kelemahan dari produk *West Club* ini adalah produk ini bukanlah makanan yang dapat di simpan dalam jangka waktu lama. Sehingga dapat disimpulkan makanan cepat saji ini harus di makan cepat setelah pengolahan agar makanan ini tetap fresh saat sampai ke konsumen. Lalu dengan tempat makan yang di sediakan tidak terlalu besar sehingga memang focus penjualan lebih banyak di online.

Lalu banyak dari mereka yang kurang senang dengan tema *American food* atau dengan konsep yang di usung. Sehingga mereka lebih memilih makanan lain dengan konsep dan makanan kesukaan mereka. Lalu

adanya kompetitor khususnya di konsep makanan ini dengan brand yang lebih besar dan lebih terkenal

1.4.3 Opportunities

Peluang usaha yang di miliki *West Club* sangat besar di karenakan oleh tempat yang sangat strategis sehingga memudahkan *customer* untuk datang mencari atau untuk pemesanan online. Kompetitor yang tidak banyak sangat memudahkan kami dalam memiliki banyak customer. Lalu peluang besar juga karena banyak pelajar dan mahasiswa yang kebingungan mencari makanan *fast food* yang enak murah namun tetap gaul mengikuti perkembangan zaman.

Lalu anak muda jaman sekaarang yang suka mengikuti trend masa kini sehingga mereka suka dan akan mencoba makanan yang lagi hitz atau tren. Sehingga istilahnya mereka bisa juga memberi makan social media mereka dengan konten makanan yang bagus dan kekinian.

1.4.4 Threats

Ada beberapa ancaman yang mempengaruhi usaha ini yaitu berfokus pada harga bahan baku serta kualitas bahan baku yang se waktu waktu dapat melonjak naik. Lalu banyaknya pembisnis yang mungkin akan meniru ide usaha yang kami buat. Banyak nya competitor yang mengambil celah agar bisa membuat usaha yang sama dengan konsep yang sama pula namun dengan harga yang relatif lebih murah. Lalu trend Sekaran yang

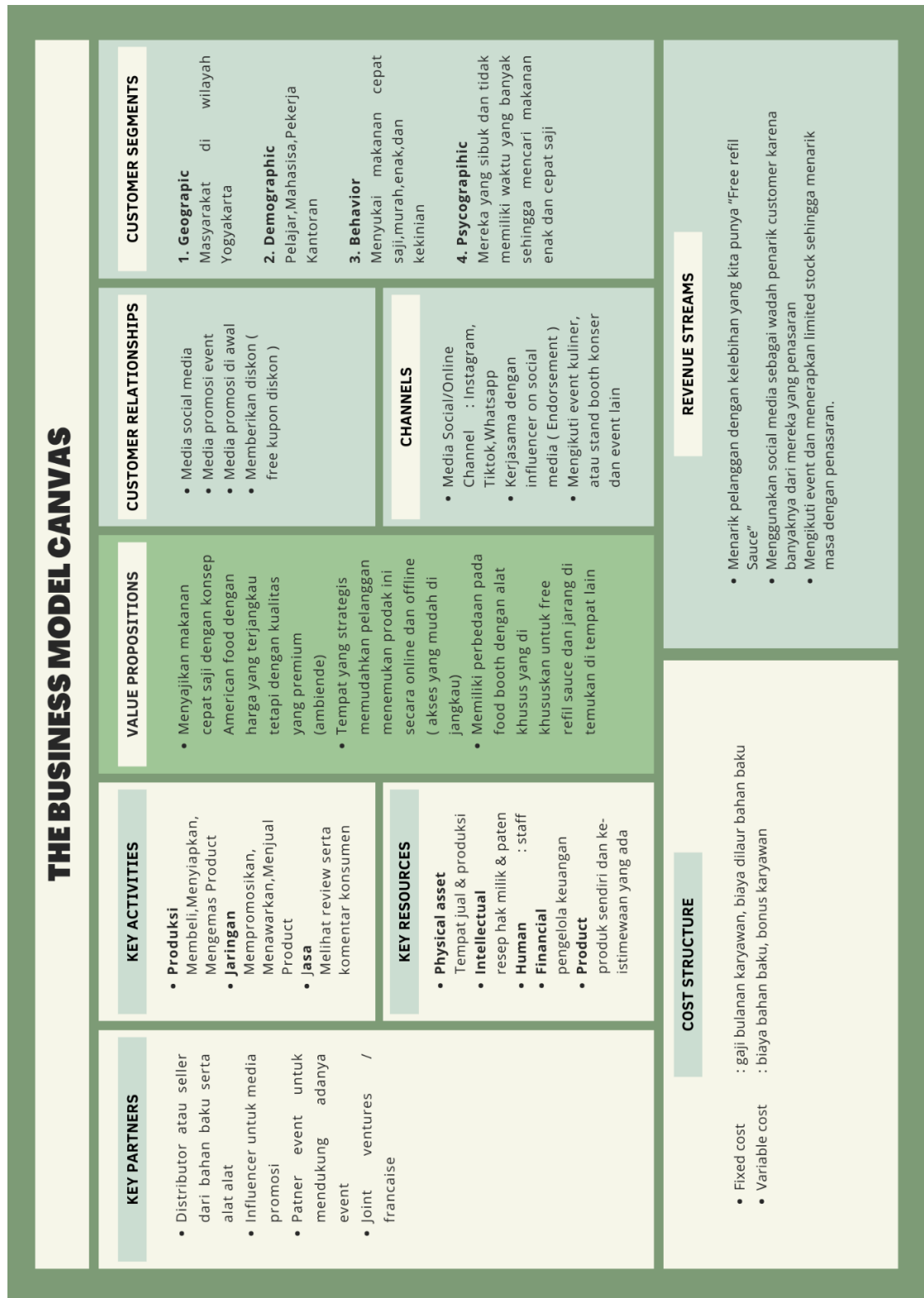
berubah ubah sehingga kami harus terus berinovasi untuk mengikutinya. Berikut tabel analisis SWOT WEST CLUB :

Tabel 1. 1
(Matriks Analisia SWOT)

SW OT	STRENGTH 1. Makanan yang di kategorikan “Fast Food” dengan harga yang terjangkau. 2. Satu satunya “fast food” dengan konsep free refil sauce di Yogyakarta	WEAKNESS 1. Produk tidak bisa di simpan dalam waktu yang lama 2. Banyaknya peminat dine in namun tempat yang tidak terlalu besar
OPPORTUNITY 1. Tempat usaha strategis di tempat usaha kuliner 2. Peluang usaha yang besar karena banyaknya peminat	Strategi S/O 1. Berinovasi tentang menu yang sesuai dengan minat pasar 2. Menjadi contoh atau pioneer usaha makanan cepat saji (American food) di Yogyakarta	Strategi W/O 1. Penyajian yang cepat dan ala minute demi menjaga kualitas rasa. 2. Ikut sertaaan dalam event agar semua orang dapat merasakan sensasi baru makan di produk ini
THREAT 1. Adanya brand besar di kategori fast food 2. Harga bahan baku tidak stabil.	Strategi S/T 1. Menawarkan produk dengan sistem social media dan word of mouth marketing 2. Mencari supplier tetap	Strategi W/T 1. Meningkatkan kualitas SDM agar dapat bekerja dengan cepat dan sistematis 2. Menyediakan stok bahan baku yang tetap dan terencana

Sumber : Olahan Penulis (2023)

Tabel 1. 2
(Business Model Canvas)



Sumber : Olahan Penulis (2023)

1.5 SPESIFIKASI PRODUK

West Club adalah salah satu bagian dari bisnis kuliner yang berkonsep “*American Food*” atau yang sering di dengar dengan *Fast Food*. Bisnis ini mengutamakan kemudahan, kecepatan, serta dengan hal yang praktis hingga mengutamakan kualitas makanan yang terbaik untuk konsumennya. *West club* menawarkan makanan cepat saji yang enak, mudah serta murah di kantong. Dan menu menu yang kami tawarkan seperti:

1. *Wings Platter*
2. *Skeewer Platter*

Menu menu tersebut adalah menu yang menjadi unggulan di produk kami karena di dalam satu *platter* terdapat banyak isian serta *sauce* yang pastinya *Homade*. Menu pertama yang di tawarkan yakni “*Wings Platter*” yaitu *Chicken wings, spiral freis, nugget, sausage* dan yang kedua adalah “*Skeewer Platter*” yaitu *Chiken skeewer; spiral fries, nugget, sausage* dengan 2 special *homade sauce* yaitu *Cheese Sauce dan Bbq sauce*.

Lalu di dalam *food booth* nanti kami akan hadirkan free refil *sauce* dengan alat tertentu sehingga customer bisa mengambilnya sendiri. Konsep ini kami hadirkan agar customer bisa dengan puas mengambil *sauce* di booth agar mereka puas dalam memakanya. Sehingga banyak nya customer yang suka sehingga mereka dapat menarik pasaran hingga produk ini dapat di kenal semua kalangan.

1.6 JENIS/BADAN USAHA

Menurut M. Echols, badan ekonomi adalah suatu badan usaha yang bentuknya adalah suatu badan ekonomi yang tujuannya memperoleh keuntungan yang besar dari kegiatan-kegiatan komersial yang berlangsung di dalamnya. Maka dapat disimpulkan bahwa entitas ekonomi adalah suatu kegiatan yang menghasilkan barang-barang yang dibagikan kepada masyarakat untuk kepentingan masa depan.

Unit usaha "*West Club*" merupakan salah satu usaha kecil dan menengah yang dirancang dan dibuat oleh penulis, dikelola secara pribadi dan mempunyai beberapa karyawan. Lalu ada UMKM "*West Club*" yang bertujuan untuk terus berinovasi memenuhi permintaan pasar dan bersaing dengan kompetitor lainnya, namun tidak meninggalkan inti bisnisnya.

1.7 ASPEK LEGALITAS

Menurut Amin Purnawan, legalitas menjadi topik penting karena merupakan sumber informasi resmi bagi setiap orang yang tertarik dengan identitas dan terkait dengan dunia usaha dan perusahaan yang akan didirikan. Secara umum yang dimaksud dengan legalitas itu sendiri adalah tanda sah atau tidaknya berdirinya suatu perusahaan.

Mengenai badan usaha *WestClub* yaitu *CV (Commanderitaire vennootschap)*, ada beberapa langkah dan syarat yang harus dipenuhi, yaitu:

1. Dokumen pendirian perusahaan
2. Izin lokasi usaha
3. Lisensi bisnis
4. Nomor Pokok Wajib Pajak pemilik
5. Nomor induk Perusahaan

Dari point-point yang ada penulis telah merancang bisnis ini yaitu "*West Club*" sebagai bisnis *CV (Commanditaire vennootschap)* yang di buat seperti UMKM. Jenis barang dari penjualan ini adalah makanan. Lalu untuk segi hukum, penulis akan berencana untuk mendapatkan atau membuatkan sertifikasi logo Halal Mui untuk produk produk ini.

Setelah itu metode penjualan yang telah di rancang adalah offline dan online, Selain itu nantinya di Tengah perjalanan usaha ini penulis akan berusaha untuk membuatkan izin dari pihak pemerintah dengan pembuatan izin tertulis. Seperti izin tempat usaha, izin perdgangan, Izin pajak hingga NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) atas nama usaha penulis sendiri yaitu "*West Club*".