

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

1.1 Latar Belakang

Makanan merupakan suatu kebutuhan pokok yang diperlukan seluruh makhluk hidup, diperlukan pengelolaan yang baik dan benar agar bermanfaat bagi tubuh manusia. Kandungan yang berada di dalam makanan akan diolah menjadi energi bagi tubuh kita dalam menjalani aktivitas sehari-harinya. Seiring perkembangannya waktu, makanan berevolusi menjadi berbagai macam hidangan yang dapat disantap oleh manusia. Di abad ke-20 lahirlah konsep makanan cepat saji yang sampai saat ini digemari oleh masyarakat. Makanan cepat saji merupakan jenis makanan yang bisa dipersiapkan dan disajikan secara cepat sehingga dapat segera disantap oleh para konsumen. Makanan cepat saji atau biasa disebut dengan istilah “*Fast Food*” sering kali menjadi pilihan utama di tengah-tengah kesibukan menjalani aktivitas karena kepraktisannya. Tuntutan pemenuhan kebutuhan makanan cepat saji menyebabkan pertumbuhan industri makanan cepat saji meningkat di Indonesia. Di tahun 2019, Ketua Himpunan Penyewa Pusat Perbelanjaan Indonesia Budihardjo Iduansjah menyatakan bahwa pertumbuhan bisnis di sektor makanan cepat saji mencapai di angka 15%-18%. (ekonomi.bisnis.com, 2019)

Makanan cepat saji juga terdiri dari berbagai jenis makanan, yang diantaranya *Burger, Pizza, Chicken Wings, Sandwich, French Fries, Hot dog*, dan sebagainya. *Goodstats.id* telah membuat survey daftar restoran cepat saji yang menjadi favorit

kalangan muda yang menghasilkan data bahwa *McDonald's* menjadi favorit dengan (46,6%), disusul dengan *KFC* (30,7%), *Richeese Factory* (9.8%), dan *Burger King* (5%). (goodstats.id, 2022). Tiga dari empat restoran cepat saji terfavorit di Indonesia (berdasarkan data diatas) menjual jenis olahan menu *burger* sebagai salah satu menu andalan mereka. Penulis pun sudah melakukan survey sendiri yang telah disebar ke berbagai kalangan dan menghasilkan data bahwa 95% dari responden sudah pernah membeli produk makanan *burger*, dan 100% dari responden tertarik atau menyukai jenis makanan olahan *burger*. Hal ini membuktikan bahwa jenis olahan *burger* telah menjadi salah satu menu favorit makanan cepat saji bagi masyarakat Indonesia.



Gambar 1. 1 Hasil Survey Responden

(Sumber : Olahan Penulis, 2022)

Pandemi Covid-19 semenjak 3 tahun lalu telah melumpuhkan banyak aktivitas industri dari berbagai sektor termasuk bisnis makanan dan hiburan. Seperti yang diketahui bahwa pandemi Covid-19 telah menimbulkan krisis kesehatan sehingga menimbulkan dampak yang serius bagi industri perekonomian, khususnya industri hiburan. Kebijakan pemerintah yang menetapkan protokol kesehatan, termasuk menjaga jarak fisik, telah menghentikan total pertunjukan seni, seperti konser dan festival musik. Saat ini, seiring dengan hilangnya pandemi Covid-19. Perlahan, industri hiburan mulai pulih, terbukti dengan kembali digelarnya konser musik, festival makanan, dan acara-acara hiburan lainnya yang membuat masyarakat berbondong-bondong datang dalam menikmati acara tersebut. Hanya di bidang industri konser musik saja, Ketua Asosiasi Promotor Musik Indonesia atau APMI Dino Hamid, memproyeksikan bahwa di tahun 2023 terjadi peningkatan festival musik 2-3 kali lipat dari tahun-tahun sebelumnya, bahkan sebelum pandemi ada (kompas.id, 2023). Hal tersebut juga terjadi di sektor acara hiburan lain selain musik, maraknya acara perkumpulan *Business Showdown* yang menonjolkan *brand-brand* lokal dari berbagai bidang industri. Kedua hal tersebut menjadi peluang bisnis yang besar bagi industri makanan, maraknya tren seperti ini terutama di kalangan pemuda membuat rasa “*FOMO*” yaitu singkatan dari *fear of missing out* yang berarti keinginan untuk tidak tertinggal dan ingin terus mengikuti segala tren yang ada, menghasilkan peluang besar untuk bisnis dalam mendapatkan pelanggan. Menurut Kompasiana.com (2023) Festival hiburan dapat mempromosikan bisnis lokal seperti penjual makanan, penjual merchandise, dan berbagai usaha lokal yang hadir di festival tersebut.

1.2 Gambaran Umum Bisnis

Burger Scene merupakan sebuah bisnis yang bergerak pada bidang kuliner yang menyajikan *burger* dengan cita rasa otentik diadaptasi dari negara asalnya Amerika Serikat. *Burger* sendiri merupakan menu makanan cepat saji yang berisikan dari *bun burger* atau roti berbentuk bulat yang dibagi menjadi dua, lalu *patty burger* yang pada umumnya diambil dari daging sapi, ayam, atau bahkan kambing, kemudian ada sayur-sayuran berupa selada, tomat, dan bawang bombai, lalu sebagai penyempurna ada saus yang dioleskan pada *bun burger*. Bisnis Burger Scene akan membawa konsep burger yang otentik dan berkarakter sehingga para konsumen dapat terpuaskan dengan apa yang bisnis ini sajikan.

1.2.1 Deskripsi Bisnis

Bisnis Burger Scene ini merupakan bisnis *pop up burger bar* yang akan menyajikan olahan menu *burger* dengan cita rasa yang berkarakter dan otentik khas Amerika Serikat dari resep hingga bahan yang digunakan, di *event-event entertainment* seperti konser musik, festival jajanan, *collaborative space* dan sebagainya. Tujuan diadakannya bisnis *burger bar* ini adalah sebagai solusi penyedia jasa makanan dari para masyarakat yang datang ke acara hiburan dari berbagai bidang agar dapat mencicipi *burger* yang dapat memuaskan konsumen dan otentik dengan harga yang *reasonable* di acara hiburan. Sehingga konsumen dapat memakan *burger* kami sembari menikmati acara yang disuguhkan, karena pada dasarnya *burger* sendiri merupakan

makanan yang dapat dibawa tanpa harus makan di tempat, jadi konsep *grab and go* pada burger ini sangat cocok dihadirkan di suatu festival atau acara hiburan.

Pangsa pasar yang bisnis ini tuju juga memang pemuda-pemudi yang mengarungi “*sub culture*” yang identik dengan acara-acara hiburan yang disebutkan diatas. Sub kultur sendiri menurut ilmu sosiologi berarti sekelompok orang yang memiliki perilaku dan kepercayaan yang berbeda dengan kebudayaan induknya. Belakangan ini pesona sub kultur atau yang saat ini lebih sering disebut dengan kata “*skena*” sedang menjadi fenomena di kalangan pemuda, mereka beramai-ramai mengekspresikan dirinya melalui kesukaan selera musik, berpakaian, tempat kumpul, hingga makanan, dan tema yang diusung dari bisnis *burger bar* ini dari sajian makanan, *ambience*, hingga cara penyajian sesuai dengan pangsa pasar ini.

Disamping konsep utama bisnis ini merupakan *pop up burger bar*, yang berarti lokasi bisnis *Burger Scene* tidak berada di satu tempat yang tetap, karena akan hadir dari *event ke event* di setiap akhir pekan di tempat yang berbeda-beda. *Burger Scene* tetap memiliki tempat induk yang juga akan menjual produk-produk bisnis ini di setiap harinya. Lokasi bisnis ini akan berada di Kemang, Jakarta Selatan, lebih tepatnya di suatu *compound space*, yaitu Como Park. Alasan pemilihan lokasi ini adalah konsep yang sesuai dengan visi dari bisnis ini, yang bisa berkolaborasi dengan *brand* lokal lainnya. Selain itu, Como Park, Kemang juga sudah dikenal orang banyak sebagai suatu tempat favorit untuk berkumpul baik kalangan muda ataupun orang tua.

1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama

Logo merupakan salah satu alat yang merepresentasikan harga diri, dimana segala nilai yang dimilikinya dapat menciptakan citra yang baik dan dapat dipercaya. Sebuah logo akan memungkinkan orang untuk mengingat dan mengenali suatu entitas tanpa harus membaca deskripsi atau penjelasan dari entitas tersebut (accurate.id, 2020). Dapat disimpulkan bahwa logo adalah gambaran utama atau wajah bisnis, yang mewakili dan memberi nilai serta citra yang melekat kepada konsumen.



Gambar 1. 2 Logo Burger Scene

(Sumber : Olahan Penulis, 2023)

Penamaan “*Burger Scene*” diambil dari dua kata, yaitu “*burger*” dan “*scene*”. Kata *burger* berartikan jenis makanan yang bisnis ini jual, sedangkan kata *scene* secara harfiahnya berarti adegan dalam sebuah pertunjukan atau film. Namun kata *scene* di logo ini diambil dari kata “*skena*” yang berarti perkumpulan kolektif yang bisa

menciptakan suasana kultur sendiri, sehingga tercipta ekspresi kolektif identitas dan karakteristik budaya kelompok yang membedakannya dengan arus *mainstream*. Saat ini “skena” seperti suatu tujuan atau pedoman bagi kalangan pemuda di Indonesia, maka dari itu nama “*Burger Scene*” ini bertujuan agar bisnis ini harapannya dapat menjadi suatu tujuan dan pedoman di industri burger di Indonesia.

Logo dari *Burger Scene* berupa sebuah lingkaran berisikan nama dan jenis dari bisnis itu beserta ilustrasi dari dua orang yang sedang memegang *burger*. Ilustrasi tersebut digambarkan seperti dua orang yang bertemu dan terhubung melalui burger yang mereka pegang dengan riang, hal ini sesuai dengan tujuan dari bisnis ini yaitu menciptakan suasana riang dan berkumpul untuk mengekspresikan diri mereka melalui “*Burger Scene*”.

1.2.3 Identitas Bisnis

Identitas bisnis atau profil usaha merupakan suatu gambaran komperhensif tentang suatu bisnis, yang menunjukkan identitasnya. Dilansir dari artikel ocbcnisp.com tentang identitas atau profil perusahaan, Identitas Bisnis adalah "kartu nama" yang memberikan wawasan mengenai keunikan, fokus, dan dampaknya terhadap dunia bisnis. Identitas bisnis memiliki kegunaan agar memberikan gambaran umum kepada masyarakat tentang perusahaan. Berikut merupakan identitas bisnis dari *Burger Scene*.

Nama Usaha : *Burger Scene*

Alamat Usaha : Como Park, Jl. Kemang Timur No.15 998

Kontak : 081646018062

Media Sosial : @burgscene

1.3 Visi dan Misi

Visi dan misi merupakan pedoman strategis yang membantu bisnis kuliner membentuk tujuan jangka panjang dan nilai-nilai inti bisnis tersebut. Visi dan misi yang baik memandu pengambilan keputusan, menyatukan tim, dan memberikan identitas unik pada bisnis kuliner.

a) Visi

“Menjadikan “*Burger Scene*” sebagai bisnis umkm *burger bar* yang dapat mendobrak pasar raksasa industri *burger* cepat saji dengan keunikan dan kekhasannya dalam menciptakan ekosistem dan kultur sendiri bagi para konsumen melalui olahan *burger* yang otentik”

b) Misi

1. Menyajikan olahan *burger* dengan kualitas terbaik dan cita rasa otentik
2. Memberikan harga yang *reasonable* dari setiap menunya.
3. Berinovasi dalam mengembangkan menu secara berkala sesuai dengan negara asalnya
4. Memberikan pelayanan yang ramah dan berkesan bagi pelanggan
5. Berpartisipasi dalam komunitas lokal serta berkolaborasi dengan UMKM lainnya.

1.4 SWOT Analisis

Bisnis kuliner merupakan suatu bidang bisnis yang persaingannya sangat ketat karena menjamurnya *F&B Business* di seluruh penjuru Indonesia. Seluruh pelaku bisnis di bidang ini berlomba-lomba dalam menyajikan produk yang dapat menembus pasar sesuai keinginan konsumen. Agar bisnis yang kita garap dapat bersaing dengan seluruh kompetitor yang ada, diperlukan suatu analisis strategi bisnis dalam mencegah kegagalan usaha. Salah satu strategi umum yang dapat dilakukan di bisnis ini merupakan strategi analisis SWOT, yang didasari oleh empat elemen yaitu:

a. *Strength*

Strength memiliki arti kekuatan. Pada aspek ini kita harus mengevaluasi aspek positif internal yang memberi keunggulan bagi bisnis ini, seperti sumber daya yang kuat, keahlian khusus, dan tim yang kompeten

b. *Weakness*

Weakness memiliki arti kelemahan. Pada elemen ini kita mencari apa kelemahan yang akan menghambat berjalannya bisnis kita. Sehingga kita dapat mengevaluasi dan mencari cara untuk mengantisipasi hal-hal tersebut.

c. *Opportunity*

Opportunity atau peluang merupakan faktor eksternal yang dapat kita manfaatkan untuk bisnis kita. Hal ini perlu dianalisis seberapa besar peluang yang akan datang kepada bisnis kita, agar dapat dimanfaatkan secara maksimal.

d. *Threats*

Sedangkan *threats* atau ancaman merupakan faktor eksternal yang dapat menjadi halangan bagi bisnis kita. Poin ini diperlukan agar kita dapat menyusun strategi kembali untuk melawan ancaman ini.

1. Strength

Burger Scene dapat menyajikan *burger* yang menggunakan bahan baku berkualitas tinggi dan mampu mengolahnya dengan teknik pemasakan yang baik, serta riset tentang cita rasa otentik dari makanan ini berasal. Dengan harga yang *reasonable*, produk yang kami sajikan dapat menjadi pilihan utama bagi para konsumen dalam memilih sajian olahan *Burger*. Ditambah lagi, konsep *grab and go* sebagai kemasan produk memberikan kepraktisan dan kemudahan bagi konsumen dalam menyantap sajian *burger* kami sembari melakukan kegiatan yang lain. Lalu, pelayanan serta *branding* yang melekat di kalangan pemuda juga tentunya akan memberi kesan spesial bagi konsumen sehingga mereka merasa puas dengan apa yang kami sajikan.

2. Weakness

Kekurangan yang dapat menjadi masalah bagi bisnis ini diantaranya penggunaan bahan baku yang terbilang mahal bisa menjadi hambatan dan kerugian

apabila dalam penanganannya tidak sempurna. Ketidakpastian atas pasokan bahan baku dan juga kenaikan harga bahan baku yang tidak tentu juga berpengaruh dalam biaya produksi bisnis ini. Serta *branding* yang melekat dan menyasar pada target pasar generasi muda membuat seakan kurang cocok untuk target pasar selain itu.

3. Opportunity

Konsep *pop up burger bar* di acara hiburan seperti konser musik, festival, *collaborative space* menjadi peluang utama dari bisnis ini karena kesempatan datangnya pelanggan menjadi lebih besar. Bisnis ini juga akan berkolaborasi baik dengan beberapa pihak, dari komunitas lokal sampai bisnis di bidang lain, hal ini tentunya akan memberi keuntungan bagi kedua belah pihak, sehingga bisnis-bisnis UMKM ini dapat berkembang dan bisa dikenal banyak orang. Serta maraknya tren *FOMO* yang membuat masyarakat berbondong bondong tidak ingin ketinggalan terhadap suatu tren yang ada, menghasilkan peluang bisnis yang besar juga untuk *Burger Scene*.

4. Threats

Sudah terdapatnya beberapa bisnis kuliner berbasis *burger bar* yang beredar dan telah menjadi raksasa dalam industri ini membuat bisnis UMKM ini penuh tantangan dalam menembus pasar yang ada. Jika tidak menggunakan strategi yang baik dan sesuai, hal ini menjadi ancaman utama bagi bisnis usaha *Burger Scene*.

	<p>Strength (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bahan baku berkualitas • Penyajian cita rasa otentik asli daerah asal • Branding yang kuat 	<p>Weakness (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Food Cost</i> yang relatif mahal • Ketidakpastian harga dan pasokan bahan yang tidak tentu • Segmentasi pasar yang tertentu
<p>Opportunities (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konsep <i>pop up</i> di acara hiburan • Berkolaborasi dengan <i>brand</i> lain • Tren <i>FOMO</i> di kalangan pemuda 	<p>Mengadakan <i>Pop Up Event</i> dengan konsep branding yang menarik pelanggan</p>	<p>Menjalin <i>channel</i> yang baik dengan berkolaborasi dengan bisnis di bidang lain.</p>
<p>Threat (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banyaknya kompetitor di bidang yang sama 	<p>Memperkuat ciri khas bisnis sebagai pondasi dalam menghadapi kompetitor</p>	<p>Mengamankan permasalahan bahan baku agar tidak tergerus oleh kompetitor</p>

1.5 Spesifikasi Produk

Burger Scene sebagai bisnis kuliner berbasis *burger bar* tentunya menyajikan berbagai menu jenis olahan *burger* yang memiliki cita rasa yang otentik dengan bahan baku yang berkualitas serta memberikan kepraktisan dalam memakannya. *Burger*

Scene mengusung tema yang mengejar cita rasa otentik khas dari negara makanan ini berasal, yaitu Amerika Serikat. Seperti yang diketahui bahwa negeri paman sam dibagi menjadi beberapa negara bagian atau “*State*”, yang di setiap daerahnya memiliki kekhasannya sendiri dalam hidangan makanan, tidak terkecuali jenis olahan *burger*. Maka dari itu, *Burger Scene* memilih 3 menu olahan *burger* yang berasal dari 3 *State* yang dirasanya mewakili dan dapat mendobrak minat pelanggan, diantaranya:

1. Louisiana Burger
2. Texas Burger
3. Illinois Burger

Menu yang menjadi unggulan dari ketiga menu *Burger Scene* adalah menu Texas Burger. Texas sendiri sudah dikenal secara umum dengan khas BBQ nya, bahkan di Indonesia pun masyarakatnya memiliki antusias yang tinggi terhadap menu menu yang berkaitan dengan Texas BBQ. Ditambah lagi, menu Texas Burger ini terdiri dari *Briosche Bun*, *Pickled*, *Onion*, *Beef Patty*, dan *Smoked Brisket*, serta *BBQ Sauce*.

1.6 Jenis/Badan Usaha

Menurut Molengraff, badan komersial adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara terus menerus dan bersifat eksternal, sehingga memungkinkan diperolehnya pendapatan dengan melakukan kegiatan produktif di dalamnya. Hasil dari proses produksi ini kemudian dijual bebas kepada masyarakat. *Burger Scene* yang merupakan suatu bisnis yang bergerak di bidang kuliner, tentunya membutuhkan suatu badan usaha, hal ini dikarenakan terjadinya proses dalam menghasilkan produk dalam bisnis ini.

Menilai dari karakteristik bisnis *Burger Scene*, jenis/badan usaha yang dipilih adalah Usaha Kecil yang tergolong dalam UMKM.

Sedangkan UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, Menengah merupakan usaha yang dimiliki perseorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha. Penggolongan jenis usaha UMKM dari setiap daerah di Indonesia berbeda, karena setiap daerah tentunya memiliki peraturan dan regulasinya sendiri. Menurut Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 31 Tahun 2022 Tentang Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Perencanaan Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta disebutkan bahwa Usaha Mikro atau UMKM mengacu pada Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha dan hasil tahunan (Kecil et al. 2021). Dengan modal usaha sampai dengan paling banyak 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) dan dan hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah), maka usaha tersebut tergolong dalam UMKM (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008).

1.7 Aspek Legalitas

Aspek hukum merupakan salah satu faktor utama dalam berdirinya suatu badan usaha sebagai tanda sah atau pengakuan sah atas berdirinya suatu usaha. Merujuk dengan badan usaha yang sesuai dengan *Burger Scene* yaitu UMKM, Berikut merupakan persyaratan yang dibutuhkan dalam mendirikan bisnis UMKM di Kota Jakarta Selatan, dilansir dari [https:// sippn.menpan.go.id](https://sippn.menpan.go.id)

1. Nomor Induk Berusaha (NIB) dari OSS Republik Indonesia
2. Scan KTP, NPWP, pemilik usaha dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
3. Perizinan Industri Rumah Tangga (PIRT)
4. Pas foto terbaru berwarna ukuran 4 x 6 cm (empat kali enam sentimeter)
sebanyak 2 (dua) lembar
5. Foto tempat PUMK dalam melakukan kegiatan usahanya
6. Bukti Penggunaan lokasi tanah/bangunan, Jika tanah atau bangunan pinjam :
Perjanjian pinjam pakai;
7. Surat Pernyataan Bermaterai (Rp.6.000,00) yang menyatakan bahwa data dan dokumen yang diserahkan adalah sah dan benar.