

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri makanan di Indonesia terus menunjukkan tren yang menggembirakan, khususnya pada industri makanan Jepang. Hal ini tercermin dari besarnya antusiasme masyarakat Indonesia terhadap cita rasa makanan Jepang, menurut perusahaan teknologi informasi Aun Consulting Inc, sebanyak 87,7% masyarakat Indonesia menyukai dan ingin mengunjungi Jepang, terutama karena makanannya yang lezat. Makanan dari negara-negara Asia banyak digemari masyarakat Indonesia, karena banyaknya kesamaan budaya dan selera. Diantaranya adalah Kuliner Jepang, Korea Selatan, dan Thailand. Masakan Jepang dan Korea Selatan berkembang pesat karena industri hiburan. Jepang dengan anime dan Korea dengan K-pop telah meningkatkan pertumbuhan industri makanan di Indonesia. ini adalah katalis untuk pengembangan makanan dengan ide-ide Jepang dan Korea.

Menurut KBBI kedai adalah sebuah bangunan tempat berjualan (2016). Usaha yang akan dibuat adalah kedai yang menyajikan makanan Jepang, termasuk sushi. Makanan Sushi merupakan satu diantara makanan Jepang yang kini cukup dikenal di kalangan banyak masyarakat yang tinggal di Indonesia. Hal ini terlihat di banyak restoran Jepang yang menyajikan sushi di dekatnya, dan restoran Jepang akan dibuka di masa mendatang.

Berdasarkan hasil Survey yang penulis lakukan didapatkan bahwa 73,7% responden lebih menyukai dan memilih untuk bersantai terlebih dahulu setelah mereka menikmati makanan mereka. Selain itu juga didapatkan beberapa keluhan dari responden ketika mereka makan ditempat, beberapanya adalah, penyajian terlalu lama, harga yang tidak sesuai, tempat yang kurang nyaman dan juga sertifikasi halal. Data tersebut diperoleh dari responden yang merupakan mahasiswa, wirausahawan, dan pekerja kantoran dengan rentang umur 16 sampai 20 tahun, 21 sampai 25 tahun, dan lebih dari 30 tahun. Dengan range pendapatan per bulannya satu juta sampai dengan tiga juta sebanyak 15,8% ; kurang dari satu juta sebanyak 26,3% dan lebih dari tiga juta rupiah sebanyak 57,9%. Oleh karenanya dapat disimpulkan bahwa penulis akan membuat tempat yang nyaman serta menyesuaikan harga dengan kualitas masakan yang akan disediakan.

Bintaro merupakan surga kuliner yang memiliki beragam tempat hangout/ makan santai yang menyediakan beragam pilihan makanan. Mulai dari makanan lokal, timur, asia, makanan ringan hingga makanan berat dapat ditemukan di Bintaro. Terdapat banyak sekali beragam makanan yang tersedia di Bintaro. Berdasarkan hasil survey JETRO tahun 2014, penduduk Indonesia yang gemar menyantap makanan Jepang menemukan bahwasannya Jakarta berlokasi di bawah kota Bangkok yang menduduki peringkat paling atas untuk memakan makanan Jepang sebagai makanan luar negeri yang paling favorit. Penulis juga memperkuat isu JETRO dengan membuat kuesioner tentang minat masyarakat Indonesia khususnya warga JABODETABEK, Bintaro, Bandung. Mengatakan 63,2% menyukai makanan Jepang. Berdasarkan hasil survei distribusi yang dilakukan penulis, diketahui bahwa dari 57 orang yang mengisi kuesioner, 81,3% menyukai ramen dan

72,9% menyukai sushi. Hal ini dapat diperkuat dengan kuesioner penulis yang menunjukkan bahwa 63,2% menyukai makanan Jepang dan 36,8% tidak menyukai makanan Jepang. Banyak pengusaha di Indonesia yang mulai membuka restoran Jepang yang dapat ditemukan di berbagai toko dan terbuka mandiri. Ada banyak sekali restoran dengan nuansa Jepang, Indonesia tepatnya Bintaro, yaitu (1) Roji Ramen (2) Sushi Hiro (3) Okinawa Sushi (4) Gokana Ramen (5) Sushi Tei.

Melihat penjelasan diatas, penulis berpendapat bahwa ada kesempatan untuk mendirikan usaha yang dapat dimanfaatkan dengan menciptakan industri makanan Jepang yang mengedepankan meminimalisir limbah makanan melalui cara menyimpan makanan di tempat yang tepat dan memberikan promosi kepada pelanggan. Dengan manajemen penyimpanan yang baik serta memberlakukan promo apabila dalam waktu seminggu dilihat kurangnya minat pelanggan terhadap salah satu makanan memberikan promosi merupakan cara yang paling ampuh untuk mengurangi sampah makanan.

Terlepas dari konsep yang direncanakan, bisnis ini memiliki ciri khas pada jenis sushi yang disajikannya dibandingkan dengan restoran Jepang lainnya, yaitu kedai ini memiliki konsep sushi yang menyajikan sushi dengan nasi merah. Selain itu, kedai ini akan diintegrasikan dengan kedai Jepang yang memiliki konsep unik dan menggunakan sistem omakase di Bintaro yang akan diberi nama “Shokuyoku”. Kedai Jepang ini akan memberikan suasana nyaman untuk berkumpul bersama orang-orang tercinta, sehingga pengunjung akan merasa terus menerus untuk kembali lagi ke kedai ini. Kedai ini juga akan memberikan pelayanan otentik Jepang

dengan penyajian yang cepat serta mempercayakan hidangan apa yang akan dimakan. Selain itu berdasarkan survey yang penulis lakukan terdapat 61,4% responden tertarik untuk mencoba sushi menggunakan beras merah. Jadi berdasarkan sudut pandang yang ada penulis ingin membuatnya menjadi “PERENCANAAN BISNIS KEDAI SHOKUYOKU JAPANESE FOOD DI BINTARO, TANGERANG SELATAN”

B. Gambaran Umum Bisnis

Badan usaha merupakan organisasi atau badan hukum lainnya yang fokus pada pembelian dan penjualan kegiatan 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. Aktivitas komersial adalah aktivitas komersial yang melibatkan penyediaan barang atau jasa untuk suatu tujuan. .prioritaskan menghasilkan keuntungan.

Berdasarkan beberapa kepercayaan tradisional, bisnis ada semata-mata untuk tujuan menghasilkan keuntungan dengan menyediakan barang atau jasa kepada konsumen. Namun menurut beberapa konsep saat ini, tujuan prioritas perusahaan adalah kepuasan 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 era digital seperti aplikasi pesan-antar makanan seperti Grab food, Grab food dan Gofood, para pengusaha UMKM

dapat dengan mudah mempromosikan dan memperluas cakupannya serta segmen pasar sekolah yang diinginkan.

a. Deskripsi Bisnis

Dari informasi yang telah disampaikan pada bab satu, penulis menyarankan rencana bisnis yang direncanakan akan dibangun di Bintaro, Tangerang Selatan.

Restoran Jepang di Bintaro rata-rata berkerumun hampir di sepanjang jalan Bintaro bahkan sampai di pusat perbelanjaan yang ada di Bintaro Plaza, Bintaro Exchange dan dari data tersebut penulis dapat membuka restoran Jepang di Bintaro. Kedai ini memiliki konsep yang berbeda, yaitu kedai ini menciptakan produk baru untuk mengurangi sisa makanan pada saat penyajian dan persiapan. Dengan cara melakukan manajemen penyimpanan yang baik serta memberlakukan promo. Hal ini menjaga bahan baku tetap segar dan mengurangi sisa makanan.

Di Dalam usaha ini juga akan menggunakan sistem omakase. Omakase berasal dari bahasa Jepang yang berarti “percaya pada Chef”. Di restoran ini tidak ada menu, dalam artian ketika ada pelanggan yang ingin melakukan pemesanan dalam konsep *omakase*, pelanggan tersebut tidak akan mendapatkan menu. Sehingga saat menyajikan makanan, pengunjung akan mengandalkan chef untuk mengetahui jenis hidangan apa yang akan disajikan di dapur rumah. Umumnya di Jepang, restoran omakase hanya menyajikan sushi, namun penulis ingi mencoba ide lain yaitu dengan terus menawarkan menu lainnya. Jadi

Omakase akan tetap menjadi rahasia yang berbeda setiap bulannya. Cara memasaknya terbilang unik, karena para tamu akan duduk langsung di hadapan sang chef dan bisa melihat secara pasti proses persiapan masakan yang akan mereka cicipi. Selain itu juga penyajian ini akan disertai dengan penjelasan langsung dari juru masak tentang masakan yang dibuatnya.

b. Deskripsi Logo dan Nama

Sebuah usaha, tidak terkecuali usaha makanan harus mempunyai sebuah merek atau nama berdasarkan kepemilikan usahanya. Sebuah bagian berdasarkan merek usaha merupakan logo dan nama yang bisa mendeskripsikan identitas berdasarkan sebuah usaha tersebut kepada konsumen atau masyarakat. Dalam menciptakan merek untuk suatu bisnis atau usaha, diharapkan suatu karakteristik spesial yang bisa mendeskripsikan bukti diri usaha dan sebagai pembeda pada masyarakat. Dikarenakan merek usaha adalah bukti diri suatu usaha, maka pada pembuatan merek akan sangat baik apabila hak kekayaan intelektualnya dilindungi oleh hukum, dan usaha tadi mempunyai bukti bahwa merek tadi merupakan milik sendiri.

Gambar 1 :

Logo Usaha



Sumber: olahan penulis,2023

Berikut merupakan deskripsi dari logo bisnis saya :

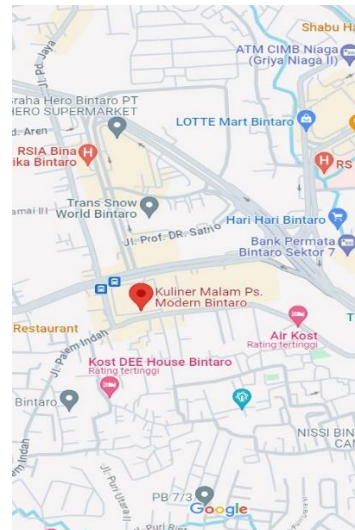
1. Nama bisnis Shokuyoku : Shokuyoku memiliki arti nafsu makan, yang mana maksudnya adalah setiap sajian kuliner yang diberikan oleh penulis akan meningkatkan nafsu makan pelanggan
2. Ikon Jepang : Ikon tersebut mengartikan bahwa Shokuyoku menekankan nilai-nilai tradisional Jepang, seperti kualitas, kebersihan, dan keaslian dalam penyajian makanan.
3. Tagline dari bisnis : arti dari tagline “best japanese food in town” adalah kami berusaha akan memberikan dan melayani pelanggan dengan seluruh kemampuan serta hospitality yang baik yang akan diterima oleh pelanggan. Oleh karenanya kami akan menjadi kedai Jepang terbaik.
4. Lingkaran : arti dari simbol lingkaran adalah simbol dari konsentrasi serta fokus yang tinggi dalam menggapai tujuan yaitu menyajikan makanan jalanan Jepang terbaik.

c. Identitas Bisnis

Perencanaan bisnis “SHOKUYOKU” akan direncanakan beroperasi di Bintaro, Tangerang Selatan. Tepatnya pada Pasar Modern Bintaro di Jl. Bintaro Utama 9, Pd. Jaya, Kec, Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten 15220. Alasan penulis memilih lokasi ini adalah lokasi yang terbilang strategis dikarenakan mudahnya akses, berkumpulnya kedai makanan, serta tempat yang ramai orang, serta terbilang lumayan jauh dari pesaing bisnis masakan Jepang lainnya.

Gambar 2 :

Lokasi Usaha



Sumber: google, 2023

C. Visi Misi

Segala sesuatu pasti mempunyai visi dan misi sebagai alat untuk menentukan tujuan dan arah bisnis. Menurut Wibisono (2006), visi adalah gabungan kalimat yang bertujuan untuk menggapai impian dan keinginan perusahaan serta organisasi pada masa depan.

Visi dari *Shokuyoku* ini yaitu membuat makanan Jepang yang menyediakan pelayanan penyajian makanan yang cepat sehingga pelanggan tidak perlu takut untuk kehilangan waktu makan siang. Serta makanan yang disajikan tentunya terjamin kualitas serta gizinya.

Menurut Wibisono (2006) Misi, tugas juga merupakan penetapan tujuan atau sasaran jangka pendek perusahaan antara 1 sampai 3 tahun.

Adapun misi dari *Shokuyoku* yaitu :

1. Meluangkan banyak waktu bagi pelanggan untuk makan melalui pelayanan yang cepat
2. Mengutamakan kualitas bahan baku makanan yang baik
3. Memberikan kesan pengalaman yang terbaik sehingga pelanggan merasa nyaman dan akan Kembali lagi untuk makan di *Shokuyoku*
4. Memberikan pengalaman makan yang menarik dengan mengusung konsep *omakase*.

D. SWOT Analisis

Analisis SWOT dapat diartikan sebagai strategi bisnis dan teknik pemecahan masalah yang digunakan pada kehidupan. Proses ini juga merupakan salah satu alat bantu untuk mengembangkan suatu bisnis melalui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (Albert S Humphrey, 2005)

- *Strength*

Tentu saja menjadi kekuatan positif dalam suatu bisnis dapat bersifat kondisional, hal ini mencakup beberapa kekuatan yaitu; Modal awal, tanah dan seterusnya. Dari segi rencana bisnis, Kedai Shokuyoku tentunya memiliki keunggulan utama dan nilai jual yang unik yaitu memiliki banyak variasi produk sushi beras merah, harga yang sangat terjangkau serta kemasan yang unik dan rasa yang menarik dibandingkan kompetitor lainnya.

- *Weakness*

Hal ini merupakan bagian dari kelemahan perusahaan yang tentunya dapat menurunkan nilai atau nilai penjualan dan harus terus ditingkatkan. Dalam bidang usaha kuliner. Kedai Shokuyoku sendiri juga mempunyai kelemahan yaitu awal mula usahanya yang masih terbilang baru. Selain itu, perlu dilakukan penyesuaian cita rasa makanan yang akan disajikan kepada konsumen.

- *Opportunities*

Ini merupakan salah satu faktor eksternal yang memberikan dampak positif pada bisnis yang sedang atau akan kita jalankan, misalnya pasar tidak memiliki produk yang akan kita tawarkan, jejaring sosial, relasi dan konten. .

Dalam hal ini, semakin kita berkembang di era digitalisasi, dapat dijadikan sebagai peluang bisnis untuk memasarkan produk Kedai Shokuyoku di platform media elektronik. Kemudian dengan berbagai variasi menu yang ditawarkan akan menimbulkan kesan menarik bagi konsumen.

- *Threats*

Salah satu faktor eksternal atau eksternal apa pun yang dapat mempengaruhi dan mempersulit pertumbuhan bisnis; lingkungan berubah dan konsumen yang terkena dampak menjadi kurang lebih peduli, hal ini secara mendasar mengubah kebiasaan, kejutan, dan hal yang tidak dapat diprediksi perubahan. Harga bahan baku di pasaran dapat berubah sewaktu-waktu. Dalam bisnis makanan Kedai Shokuyoku sendiri, terdapat ancaman akan semakin banyak pesaing yang bergabung dengan platform aplikasi pesan-antar makanan, yang akan berdampak besar dalam hal penjualan dan pemasaran. Matriks SWOT yang penulis buat adalah sebagai berikut:

Tabel 1:

Analisis SWOT

SW	STRENGTH	WEAKNESS
OT	<ul style="list-style-type: none"> • Pengalaman makan seperti di kedai Jepang • Rasa makanan yang seperti di restoran bintang 5 	<ul style="list-style-type: none"> • Pesaing dari mall-mall dan restoran Jepang yang ada di Bintaro

<p>OPPORTUNITY</p> <ul style="list-style-type: none"> • Masih terbilang sedikit yang membuka konsep bisnis kedai Jepang di Bintaro • Semakin meningkatnya minat pelanggan akan <i>lifestyle</i> pada makanan 	<p>ANALISA S/O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memaksimalkan pelayanan dan produk di tengah kurangnya pesaing 	<p>ANALISA W/O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menemukan inovasi baru agar menarik minat pelanggan
<p>TREATS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lebih tertariknya masyarakat Bintaro untuk makan di restoran • Meningkatnya pesaing bisnis yang sama 	<p>ANALISA S/T</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan cita rasa hotel bintang 5 di banyaknya pesaing dari mall. 	<p>ANALISA W/T</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan promosi untuk meningkatkan daya Tarik masyarakat Bintaro.

Sumber: olahan penulis,2023

E. Spesifikasi Produk




Menurut Stanton (1996:222) deskripsi produk adalah seperangkat kualitas yang nyata dan tidak terlihat, termasuk kemasan, warna, harga, kualitas dan merek, serta layanan dan nama pasar.

Shokuyoku adalah kedai yang mengangkat tema masakan Jepang yang beragam dengan penambahan cita rasa Indonesia ke setiap hidangan yang disajikan. Selain daripada itu, kedai ini juga menyediakan sushi dengan penggunaan beras merah pada sushinya. Beras merah merupakan jenis beras yang terdapat di Indonesia. Warna merah yang terdapat pada beras ini keluar dari aleuron yang didalamnya terdapat gen penghasil antosianin, yaitu pigmen warna merah yang berfungsi sebagai antioksidan. Pada beras merah kualitas baik, permukaan bulir beras akan tertutup warna merah dan tetap utuh

(Ide,2010). Beras merah memiliki keunggulan kompleks, asam lemak esensial, dan mineral (Santika dan Rozakurniati, 2010). Manfaat lain dari beras merah adalah : (1) Menurunkan kolesterol (2) Mencegah penyakit jantung (3) Menurunkan kadar gula darah (4) Mengurangi risiko obesitas (5) Menjaga kesehatan kulit (6) Mengatasi asma (7) Menjaga kesehatan tulang (8) Melawan radikal bebas. Disini penulis akan menjelaskan makanan yang dijual dengan tampilan gambar di internet

Tabel 2 :

Daftar Produk

No.	Nama Produk	Deskripsi Produk	Visualisasi
1.	Sushi	Campuran nasi merah/ nasi putih, dengan cuka beras, protein, dan nori.	
2.	Tamagoyaki	telur dadar ayam yang diberi gula, garam yang digulung	
3.	Ramen	Mie Jepang dengan adanya protein pilihan serta telur dan irisan nori	

4.	Yakimono	Bakar-bakaran sate ayam khas dari Jepang	
5.	Ocha	ini adalah teh hijau khas Jepang yang disajikan dalam wadah.	

Sumber: olahan penulis,2023

F. Jenis Badan Usaha

Penulis memperkirakan kedepannya akan tercipta dengan badan usaha CV karena perusahaan bisnis ini dianggap sederhana, cepat dan mudah. Dengan memiliki manfaat lain yaitu ; modal variabel, pengambilan keputusan cepat dan kemungkinan penarikan bebas pajak.

Hukum yang mengatur terkait CV diatur dalam beberapa sumber hukum sebagai berikut:

1. Pasal 18 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD):
pasal ini menyatakan bahwa persekutuan secara melepas uang yang dinamakan persekutuan komanditer didirikan antara satu orang atau beberapa sekutu yang secara tanggung-menanggung untuk seluruhnya pada pihak satu dan satu orang atau lebih sebagai pelepas uang pada pihak lain.

2. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2017 tentang Persyaratan dan Tata Cara Pendaftaran Perseroan Terbatas (Permenkumham 2/2017) pasal 1 ayat (2).
3. Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) : UUPT mengatur mengenai pendirian, pengelolaan, dan pembubaran perseroan terbatas. Dasar hukum ini akan memberikan landasan hukum yang kuat untuk keberlangsungan usaha *SHOKUYOKU* sebagai perseroan terbatas

G. Aspek Legalitas

Aspek Hukum Bisnis merujuk pada semua aspek hukum yang terkait dengan kegiatan bisnis, baik itu dalam pendirian, pengelolaan, maupun pengakhiran bisnis. Hal ini mencakup peraturan dan undang-undang yang mengatur berbagai aspek bisnis, seperti pendirian badan usaha, perizinan, perlindungan konsumen, ketenagakerjaan, perpajakan, dan lain sebagainya. Aspek hukum bisnis mencakup pemahaman dan kepatuhan terhadap undang-undang yang ada, serta melindungi hak dan tanggung jawab semua pihak yang terlibat dalam bisnis, termasuk pemilik bisnis, karyawan, pelanggan dan klien. Dengan memperhatikan aspek hukum dalam bisnis, bisnis dapat beroperasi secara legal, terhindar dari sanksi hukum, dan melindungi kepentingan semua pihak yang terlibat. Hal inilah yang menjadi landasan hukum yang diperoleh ketika mendirikan kedai *SHOKUYOKU* demi kelangsungan usaha.

1. Pendirian Perusahaan harus sesuai dengan peraturan dan undang-undang yang berlaku. Hal ini meliputi pembuatan akta pendirian, pengajuan izin usaha, dan pendaftaran perusahaan ke instansi terkait
2. Perizinan Usaha, bisnis harus memperoleh izin usaha yang sesuai dengan jenis usaha yang dijalankan. Izin usaha ini dapat berupa Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), atau izin khusus lainnya yang diperlukan sesuai dengan sektor atau bidang usaha tertentu.
3. Perlindungan Merek, hal ini agar tidak digunakan oleh pihak lain tanpa izin. Hal ini dapat dilakukan dengan mendaftarkan merek dagang atau hak kekayaan intelektual ke lembaga yang berwenang.
4. Peraturan menteri agama Nomor 31 sampai 33 Tahun 2019 tentang jaminan produk halal serta pedoman sertifikasi halal produk pangan.

Kemudian beberapa produk yang akan dijual harus mempunyai izin produk seperti BPOM yang diatur dalam peraturan pemerintah pusat. 28 Tahun 2004 tentang keamanan, mutu dan gizi pangan. Sertifikasi BPOM diperlukan untuk memastikan produk pangan yang dihasilkan oleh pelaku usaha memenuhi standar keamanan pangan yang ditetapkan BPOM. BPOM bertanggung jawab melakukan pemeriksaan keamanan pangan, pemeriksaan produk pangan, dan penerbitan izin edar produk pangan yang tidak aman.