

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ciamis atau Galuh merupakan daerah yang berada di Provinsi Jawa Barat yang dikenal sebagai Kota Manis, hal ini berasal dari nama ciamis dalam bahasa Sunda yang artinya air manis. Julukan Kota Manis ini menggambarkan penduduknya yang ramah dan sangat toleran (Kusmayadi, 2022). Selain itu, Kabupaten Ciamis juga menjadi tempat berbagai kuliner. Kuliner saat ini menjadi salah satu peluang usaha yang menjanjikan. Hal ini dikaitkan dengan adanya perkembangan zaman dan teknologi yang mempengaruhi perkembangan peluang usaha di bidang kuliner menjadi lebih kreatif dan inovatif. Kabupaten Ciamis biasa dikenal dengan keragaman kulinernya menjadi salah satu alasan mengapa wisatawan dan masyarakat mencoba kuliner yang khas dan unik dari segi kreativitas dan kearifan lokal warga sekitar. Dari masakan tradisional hingga masakan modern, sudah identik dengan masyarakat Indonesia dan menjadi daya tarik pengunjung Kabupaten Ciamis (Masduki, 2018).

Bisnis kuliner memiliki banyak faktor yang mendukung kemajuannya. Saat ini, Kota di Priangan Timur yaitu Kabupaten Ciamis identik dengan lezatnya masakan Mie Baso dan olahan Mie lainnya. Faktanya, perkembangan beberapa tahun terakhir ini sangat pesat. Mie baso merupakan hidangan yang sangat populer di Indonesia, hidangan olahan daging sapi ini memiliki keunikan tersendiri di kalangan masyarakat dan

umum dapat ditemukan di seluruh Indonesia, salah satunya termasuk Kabupaten Ciamis (Masduki, 2018).

Melalui latar belakang yang dipaparkan. Penulis ingin menjadikan bisnis ini menjadi sebuah susunan Tugas Akhir dalam bentuk *Business Model* yang berjudul **“PENGEMBANGAN BISNIS KULINER “BASO KECAMATAN” DI KABUPATEN CIAMIS, JAWA BARAT”** dengan harapan Tugas Akhir yang disusun dapat dikembangkan dan bermanfaat bagi masyarakat.

1.2. Gambaran Umum

Bisnis kuliner adalah usaha yang bergerak di bidang penyediaan makanan dan minuman kepada konsumen. Bisnis ini mencakup berbagai jenis usaha mulai dari restoran, kafe, warung makan, food truck, hingga jasa catering. Keberhasilan bisnis kuliner sangat bergantung pada kualitas makanan, pelayanan, lokasi, dan strategi pemasaran (Bernard Davis & Andrew Lockwood, 1985).

Kuliner adalah Peluang usaha yang sedang berkembang di Indonesia saat ini. Kabupaten Ciamis menjadi salah satu peluang sebagai ruang usaha bisnis kuliner maupun secara online. Terutama dengan adanya ruang usaha untuk menjalankan bisnis. Bisnis makanan ini tentunya harus diperhatikan pelayanan untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dan tentunya diperhatikan juga kualitas suatu produk. Sudah banyak peluang usaha di bidang kuliner yang menawarkan berbagai olahan Mie.

Maka dari poin diatas, penulis ingin mengembangkan usaha jenis Mie Baso dengan rasa yang lezat perpaduan dari hidangan Mie Baso Jawa dengan Mie Baso seperti biasa, serta pelayanan yang baik untuk memenuhi keinginan dan kenyamanan konsumen.

1.3. Deskripsi Bisnis

Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan untuk meraih keuntungan melalui proses produksi, distribusi, dan penjualan barang dan jasa. Tujuan utama dari bisnis adalah menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan pemegang saham. Selain itu, bisnis juga bertujuan untuk menyediakan lapangan pekerjaan, mengembangkan teknologi, dan memberikan kontribusi kepada perekonomian masyarakat (Emerald Group, 2007).

“BASO KECAMATAN” adalah bisnis yang berjalan di bidang kuliner dan tipe usaha konvensional yang berfokus pada penjualan menu mie bakso. Sesuai dengan namanya, mie bakso hidangan khas Etnis Tionghoa yang biasanya ditemui dengan mie, baso, daging cincang dan sayuran segar didalamnya. Dalam pengertian hidangan mie baso tersebut mudah diolah oleh masyarakat untuk dijual atau dikonsumsi sebagai hidangan utama untuk keluarga.

Bahan baku yang digunakan untuk pembuatan mie baso adalah daging sapi untuk baso, tepung dan telur untuk mie dan sayur-sayuran segar yang dijaga kualitas dan kesegarannya. “BASO KECAMATAN” hadir dengan tujuan menyediakan mie baso dengan berbagai pilihan untuk memenuhi konsumen dari keinginan untuk menyantap hidangan mie baso

dengan kualitas yang terjaga serta rasa yang dapat diterima oleh lidah konsumen serta menikmati kenyamanan saat menikmati hidangan di outlet dengan pelayanan yang berkualitas.

Tentunya produksi dan pelayanan dilakukan dengan menjaga *hygiene* dan sanitasi agar semua bahan baku hingga hasilnya tetap terjaga kualitasnya. Setiap produksi selalu menggunakan perlengkapan masak seperti sarung tangan, celemek, sepatu dan topi dan *cooking equipment* yang bersih sesuai dengan standar kelayakan.

Lokasi “BASO KECAMATAN” bertempat di Cikoneng, Kabupaten Ciamis, tepatnya di Jl. Raya Cikoneng No.240, Cikoneng, Kab. Ciamis, Jawa Barat. Target pasar berfokus pada wilayah Ciamis dan Tasikmalaya karena tempat yang strategis. Akan tetapi “BASO KECAMATAN” juga dapat menerima pengiriman untuk ke luar kota dengan dibekukan dan melewati proses vacuum agar dapat bertahan dalam proses pengiriman.

1.4. Deskripsi Logo dan Nama

Menurut Airey, seorang desainer grafis terkenal, logo adalah "simbol yang dibuat dengan tujuan memberikan identitas unik kepada produk, layanan, atau perusahaan, dan memudahkan pengenalan di pasar" (Emerald Group, 2007).

Logo “BASO KECAMATAN” diilustrasikan dengan bertuliskan “BASO KECAMATAN” berwarna putih, bergambar semangkuk Mie Bakso dan berlatarkan warna ungu diartikan sebagai warna Kabupaten Ciamis. Dinamakan “BASO KECAMATAN” karena outlet berada tepat di sebrang

kantor kecamatan Cikoneng dan diberi latar berwarna ungu untuk memberi tanda kepada publik bahwa merek ini berdiri pertama kali di Kecamatan Cikoneng, Kabupaten Ciamis. Gambar semangkok Mie Bakso diartikan untuk menandakan kepa para calon konsumen bahwa produk yang ditawarkan adalah Mie Bakso. Menggunakan warna putih dan ungu muda diakrenakan warna putih (*Purity*) diartikan untuk mengangkat kesan bersih dan higienis yang memberi gambaran bahwa produk tersebut sangat steril dan bersih. Dan warna ungu mempunyai arti yang melambangkan kekayaan budhi (kecardasan) menurut masyarakat Ciamis. Kombinasi warna ini menjadi pilihan yang tepat untuk menunjukkan bahwa kenyamanan dan kebersihan adalah bagian dari merek ini.

Gambar 1. 1. Desain Logo



Sumber: Olahan Penulis, 2024

1.5. Identitas Bisnis

Nama Usaha	: BASO KECAMATAN
Jenis Usaha	: Kedai Makanan Cepat Saji
Alamat	: Jl. Raya Cikoneng No.240 Cikoneng, Ciamis, Jawa Barat, 46261
Pemilik	: Wawan Setiawan & Rini Indriani
Kontak	: +62 813-2428-5350 & +62 823-9072-1650

“BASO KECAMATAN” di dirikan pada tahun 2014 oleh Wawan Setiawan selaku ayah kandung penulis. Salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner yang memiliki ruang usaha yang beralamat di JL. Raya Cikoneng No.240, Cikoneng, Kab. Ciamis, Jawa Barat – 46261. Berawal dari bisnis UMKM dengan proses penjualan kaki lima sehingga bisa menjadi bisnis yang terus berkembang.

Mengutamakan produksi dan penjualan dengan bahan baku pilihan yang berkualitas demi menjamin baiknya kualitas suatu produk. Tujuan awal didirikannya “BASO KECAMATAN” adalah ketika penulis ingin mencoba hidangan Mie Bakso yang lezat tetapi diambil dari konsep Mie Bakso Jawa kemudian mencoba R&D dan membuat resep Mie Baso dengan resep dari orang tua dan dikembangkan untuk dijual kepada konsumen dengan fasilitas penjualan yang memadai dengan desain konsep tempat untuk mengutamakan kenyamanan konsumen.

Gambar 1. 2. Lokasi Usaha



Sumber: Google Maps, 2024

No. Telp : 082390721650
 WhatsApp : 082390721650
 Instagram : @basokecamatan
 Tiktok : @basokecamatan
 Facebook : “BASO KECAMATAN”

1.6. Visi dan Misi

Target, cita-cita, atau prinsip dasar perusahaan disebut Visi. Bisa dikatakan bahwa visi adalah tujuan perusahaan di masa depan. Ini terdiri dari gagasan yang dimiliki para pendiri dan berfungsi sebagai gambaran dari apa yang ingin dicapai perusahaan di masa depan. Ada juga yang berpendapat bahwa visi merupakan perspektif tertentu tentang bagaimana perusahaan beroperasi. Ini menentukan lokasi jangka panjang setiap perusahaan. Pandangan bahwa suatu perusahaan atau lembaga harus memiliki jalan yang jelas agar dapat beroperasi dengan baik mempengaruhi visi ini (Aditya, 2010).

Sementara, Misi adalah gambaran atau tujuan mengapa suatu perusahaan ada dalam suatu komunitas. Ini juga adalah proses atau tahapan yang harus dilalui oleh suatu perusahaan untuk mencapai visinya (Wibisono, 2008).

Visi dan misi adalah kompas penting bagi perusahaan, memberikan arah jelas dan motivasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan jangka panjang serta memandu setiap langkah yang diambil dalam mencapai kesuksesan.

1.6.1. Visi Usaha

Menciptakan produk dari bahan yang berkualitas dan terbaik serta diakui menjadi baso terkemuka khas priangan timur dan sekitarnya.

1.6.2. Misi Usaha

1. Mengutamakan kualitas bahan baku yang digunakan.
2. Melakukan pelayanan yang cepat, tepat, dan ramah.
3. Memberikan cita rasa yang khas dan selalu dirindukan.
4. Menjamin kehygienisan dan keamanan pada produk yang dibuat.
5. Menjaga kualitas kerja karyawan.

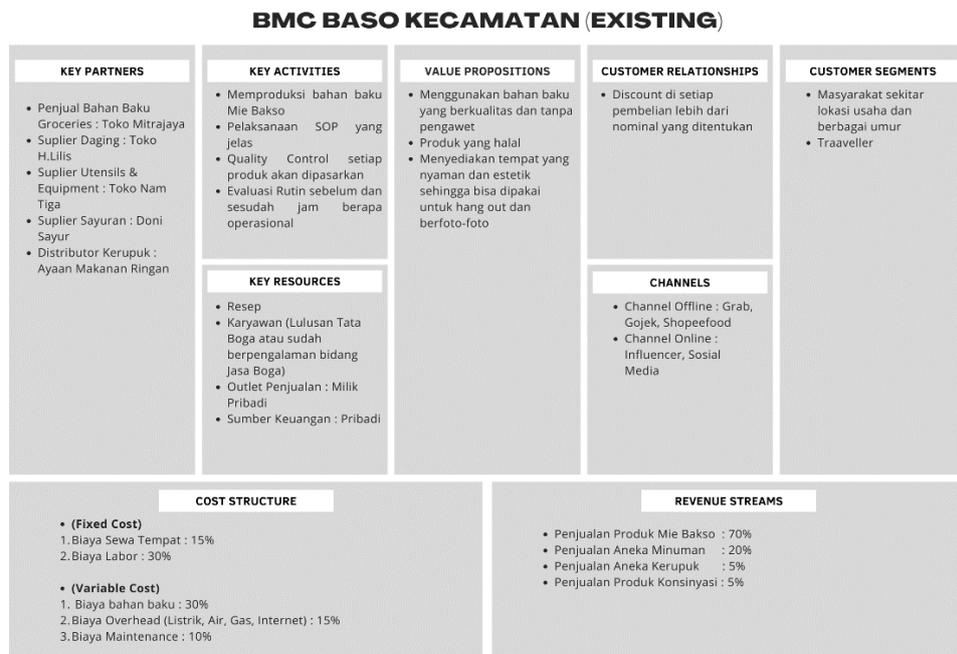
1.7. Gambaran Umum Model Bisnis

Strategi, salah satu komponen paling penting dalam pengembangan bisnis yang menjadi kata kunci bagi bisnis. Strategi memungkinkan perusahaan untuk menggunakan karyawannya untuk memenuhi kebutuhan

pelanggan dan membuat inovasi yang berbeda dari pesaingnya. (Sukarno, 2018). Strategi memerlukan pemikiran berjangka, mulai dari jangka pendek hingga jangka panjang, karena bisnis selalu berubah, ada untung dan rugi, pembeli ramai dan sepi, dan ada saat-saat ketika bisnis mengalami keuntungan besar dan kerugian besar hingga mengalami *pailit*. Akibatnya, pebisnis dituntut untuk memikirkan strategi yang tepat agar bisnis yang digelutinya dapat meningkatkan keuntungan dan tetap bertahan.

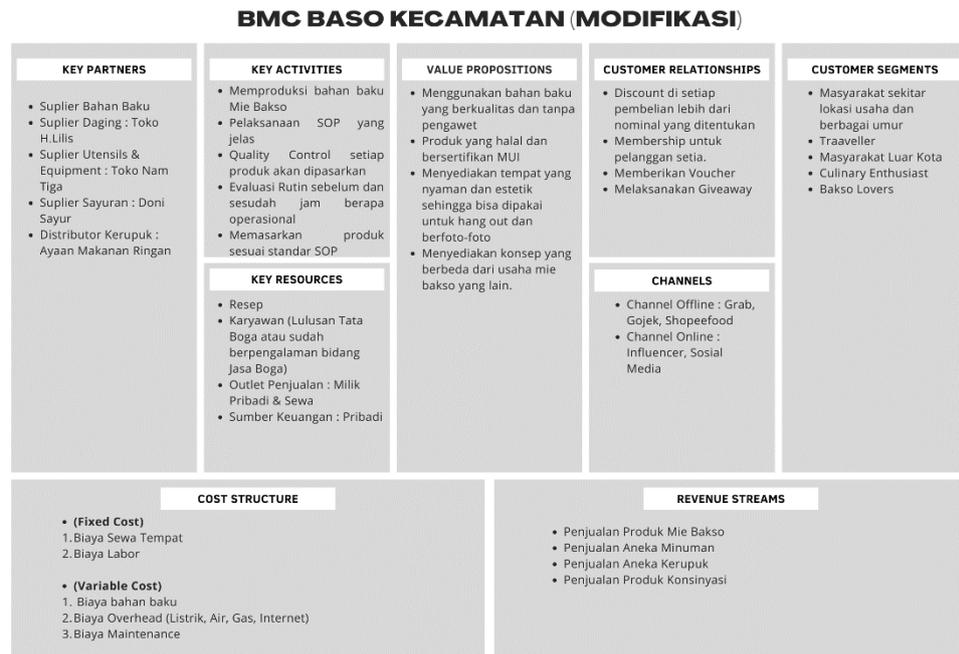
Model bisnis sangat berkaitan dengan strategi bisnis, tanpa model bisnis yang baik, strategi bisnis tidak dapat berjalan. (Chesbrought, 2006). Gambaran bisnis secara konseptual yang disebut model bisnis mencakup garis besar ide yang digunakan untuk merumuskan dan membuat strategi untuk mencapai tujuan perusahaan. (Cavalcante , 2011).

Gambar 1. 3. Bisnis Model Canvas Existing



Sumber: Olahan Penulis, 2024

Gambar 1. 4. Bisnis Model Canvas Untuk Cabang Baru



Sumber: Olahan Penulis, 2024

1.8. SWOT Analysis

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor untuk membuat strategi perusahaan. Ini adalah metode evaluasi strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis. Analisis SWOT adalah akronim untuk kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman internal (Rangkuti, 2018).

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) adalah proses mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang berpengaruh pada kinerja bisnis. Pemasok, dokumen pemerintah,

pelanggan, kalangan perbankan, dan rekan bisnis lainnya adalah beberapa sumber informasi eksternal tentang peluang dan ancaman. Banyak bisnis menggunakan layanan pemindaian untuk keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren yang relevan di negara dan di seluruh dunia. (Nurjannah, 2020). Menurut (Kusmiati & Arviani, 2023) Tidak ada perusahaan yang sama kuat atau lemah dalam semua bidang bisnis, semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan.

1.8.1 Hambatan Usaha

Berdasarkan pengalaman pribadi penulis dalam menjalani bisnis, ada beberapa hambatan masalah yang dialami pada bisnis “BASO KECAMATAN”. Diantaranya karyawan dapur maupun waiters yang kurang memahami pekerjaannya meskipun sudah ada Standar Operasional Prosedur. Ada hambatan lainnya juga karena Mie Baso sangat terkenal di daerah Ciamis, maka terjadilah banyaknya pesaing, banyak juga yang menjual Mie Baso lainnya di daerah sekitar lokasi “BASO KECAMATAN”.

Untuk menjelaskan peluang dan hambatan, dibuatlah analisis dengan menjelaskan SWOT. Analisis SWOT adalah cara untuk menganalisis strategi perencanaan bisnis yang memiliki manfaat untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT terdiri dari dua komponen, faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Faktor internal memasukkan elemen kekuatan dan kelemahan perusahaan, dan faktor eksternal memasukkan elemen peluang dan ancaman (Freddy, 2006).

1.8.1 Strength

1. Memiliki cita rasa yang lezat.
2. Semua bahan baku dibuat homemade sehingga memiliki pembeda dari yang lain.
3. Produk tidak menggunakan pengawet.
4. Bahan baku yang berkualitas dan pilihan.
5. Terletak di lokasi strategis yang dekat dengan pusat kota.
6. Memiliki tempat dengan suasana yang nyaman dan bersih.

1.8.2 Weakness

1. Jenis topping tambahan untuk bakso masi belum bervariasi.
2. Promosi medai online belum dilaksanakan secara berkala.
3. Konsep usaha yang belum bervariasi.

1.8.3 Opportunity

1. Tingginya minat konsumsi masyarakat terhadap bakso.
2. Dapat dinikmati oleh semua kalangan.
3. Menambah rasa baru dan varian baru pada produk.
4. Membuat konsep baru untuk cabang baru.

1.8.4 Threats

1. Persaingan harga pada produk yang sejenis.
2. Harga bahan baku yang cenderung semakin meningkat.
3. Kemasan yang kurang menarik.

Tabel 1.1. SWOT Analysis

SW OT	STRENGTHS	WEAKNESS
	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki cita rasa yang enak. • Semua bahan baku dibuat homemade sehingga memiliki pembeda dari yang lain. • Produk tidak menggunakan pengawet. • Bahan baku yang berkualitas. • Terletak di lokasi strategis. • Memiliki tempat dengan suasana yang nyaman dan bersih. 	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis topping tambahan untuk bakso masi belum bervariasi. • Promosi medai online belum dilaksanakan secara berkala. • Packaging yang kurang menarik
OPPORTUNITY	Strategi SO	Strategi WO
<ul style="list-style-type: none"> • Tingginya minat konsumsi masyarakat terhadap bakso. • Dapat dinikmati oleh semua kalangan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menambah produk menu baru yang berinovasi. • Menambahkan berbagai macam minuman pendamping. • Membuat konsep baru pada cabang baru. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menambah variasi topping yang sesuai dengan minat pasar. • Membuat Packaging baru yang lebih menarik dan aman untuk penyimpanan.
THREATS	Strategi ST	Strategi WT
<ul style="list-style-type: none"> • Persaingan harga pada produk yang sejenis. • Harga bahan baku yang cenderung semakin meningkat. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memasarkan keunggulan dan pembeda produk “BASO KECAMATAN”. • Menambahkan karyawan yang berlatar belakang di dapur. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengupayakan agar produk dapat bertahan lama jika disimpan oleh konsumen. • Membuat promosi melalui media online.

Sumber: Olahan Penulis, 2024

1.9. Spesifikasi Produk

Spesifikasi Produk adalah dokumen terperinci yang menggambarkan fitur, fungsi, dan standar yang harus dipenuhi oleh suatu produk. Ini termasuk informasi teknis, desain, material, dan kinerja yang diharapkan dari produk tersebut. Spesifikasi produk sangat penting dalam proses pengembangan dan produksi, karena memberikan panduan yang jelas untuk memastikan bahwa produk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan serta standar kualitas yang telah ditetapkan (Philip Kotler, 2009).

Produk utama yang ditawarkan “BASO KECAMATAN” merupakan hidangan Mie Bakso dengan Standard Recipe khas tersendiri (*homemade*). Menurut (Auguste Escoffier, 2014), “Standar resep adalah dokumen tertulis

yang memberikan panduan terperinci tentang bahan-bahan, jumlahnya, serta langkah-langkah yang diperlukan untuk menyiapkan dan memasak suatu hidangan. Tujuan dari standar resep adalah untuk memastikan konsistensi kualitas, rasa, dan penampilan makanan setiap kali disiapkan, terlepas dari siapa yang memasaknya”.

Dengan ciri khas perpaduan campuran antara Mie Baso biasa dengan Mie Baso Jawa, dengan kuah kaldu yang gurih kaya akan rasa kaldu sapi yang gurih, baso juicy, mie nya yang lembut dan kenyal , juga tidak lupa dengan *topping* kikil sapi dan potongan jeruk peras di atasnya. Tentunya produk yang dihasilkan sangat bagus dikarenakan menggunakan bahan baku atau komoditas yang berkualitas.

Produk yang ditawarkan tidak hanya menjanjikan kualitas yang unggul, tetapi juga kepastian bagi para konsumen bahwa setiap pembelian akan memberikan pengalaman yang memuaskan, mendorong mereka untuk kembali memesan produk “BASO KECAMATAN” di masa mendatang.

1.10. Jenis Badan Usaha

Menurut (Abdullah, 2010), perusahaan adalah tempat semua komponen produksi berkumpul dan di mana semua kegiatan produksi terjadi. Ada perusahaan yang terdaftar di pemerintah dan perusahaan yang tidak. Perusahaan yang terdaftar di pemerintah memiliki badan usaha. Status perusahaan yang terdaftar secara resmi ditunjukkan oleh badan usaha ini.

Perusahaan adalah suatu organisasi produksi yang menerapkan dan merencanakan sumber-sumber ekonomi untuk memuaskan kebutuhan

pelanggan dengan cara yang menghasilkan keuntungan pada aspek keuangan. Badan usaha dari “BASO KECAMATAN” merupakan bisnis UMKM kecil yang masuk kedalam kategori badan usaha berupa tidak berbadan hukum.

1.11. Aspek Legalitas

Aspek legalitas memainkan peran penting dalam menjaga keberlangsungan bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Pendirian usaha yang sah merupakan langkah awal yang vital, dengan pilihan struktur perusahaan seperti perusahaan perseorangan atau bentuk badan hukum lainnya harus dipertimbangkan sesuai dengan skala dan kebutuhan bisnis. Izin usaha adalah hal yang tak bisa diabaikan; setiap jenis usaha membutuhkan izin dan lisensi khusus, mulai dari izin lingkungan hingga izin operasional tergantung pada sektor dan lokasi bisnis.

Izin usaha merupakan suatu bentuk persetujuan atau pemberian izin dari pihak berwenang atas penyelenggaraan atau suatu kegiatan usaha oleh seorang pengusaha atau suatu perusahaan. Bagi pemerintah, pengertian usaha dagang adalah suatu alat atau sarana untuk membina, usaha lancar, maka setiap perusahaan atau pengusaha wajib untuk mengurus dan memiliki izin usaha dari instansi pemerintah yang sesuai dengan bidangnya (Kementrian Perdagangan, 2021)

Sesuai dengan apa yang telah penulis terangkan mengenai aspek legalitas suatu badan usaha atau perusahaan, “BASO KECAMATAN” sudah memiliki izin berusaha berupa NIB atau Nomor Induk Berusaha yang

dikeluarkan oleh Kementerian Investasi yang dinamakan OSS. Menurut (Kementerian Investasi / BPKM, 2022) “ Online Single Submission (OSS) yang diartikan juga Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik merupakan Perizinan Berusaha yang diterbitkan oleh Lembaga OSS untuk dan atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur, atau bupati/wali kota kepada Pelaku Usaha melalui sistem elektronik yang terintegrasi. ”

NIB (Nomor Induk Berusaha) yang dimiliki oleh “BASO KECAMATAN” adalah “0220003220072” yang terlampir.