

BAB I

PEDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Cimahi merupakan kota yang berada di wilayah Jawa Barat. Kota Cimahi pertama kali dikenal pada tahun 1811 pada peristiwa pembuatan jalan Anyar – Panarukan. Cimahi berubah statusnya yang awalnya Kecamatan menjadi Kota Administratif. Kota Administratif Cimahi dengan keseluruhan luas tanah 4.025,73 Ha, yang termasuk dari bagian wilayah Kabupaten Bandung Utara seperti yang dimaksud pada Undang-undang Nomor 14 Tahun 1950 mengenai Pembentukan Daerah-Daerah Kabupaten yang termasuk dalam lingkungan Provinsi Jawa Barat.

Dari data yang penulis dapatkan melalui cimahikota.bps.go.id, jumlah penduduk di Kota Cimahi adalah 568.400 jiwa sebanyak 286.825 laki laki dan sebanyak 281.575 perempuan. Menurut data BPS tahun 2020 Kota Cimahi menjadi daerah padat penduduk dengan persentase tertinggi di Indonesia mencapai 15.643 jiwa per kilometer.

Gambar 1. 1

Peta Kota Cimahi



Sumber: [google.com/maps](https://www.google.com/maps) (2024)

Dalam perencanaan suatu usaha, terdapat beberapa peraturan yang harus di ketahui, peraturan tersebut merupakan peraturan tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Penulis merujuk pada Peraturan Daerah Kota Cimahi Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pembardayaan dan Pengembangan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Cimahi. Dalam Pasal 35 ayat 1 huruf a mengenai aspek pendanaan, dilaksanakan untuk salah satunya membantu pengusaha Koperasi dan UMKM di Daerah untuk mengakses pendanaan serta layanan keuangan lainnya dari lembaga keuangan, baik bank maupun non-bank, baik yang mengikuti prinsip konvensional maupun syariah.

Menurut Osterwalder (2012:14), menyatakan bahwa *Business Model Canvas* merupakan model bisnis menggambarkan prinsip dasar dalam pemikiran tentang bagaimana suatu organisasi menciptakan, memberikan, dan mengambil nilai.

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2012:36-37), menyatakan bahwa aktivitas kunci merupakan hal terpenting untuk dilaksanakan suatu perusahaan sehingga model bisnis yang dijalankan bisa berhasil. Aktivitas kunci yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- Produksi merupakan kegiatan perancangan, pembuatan serta penyampaian produk.
- Pemecahan masalah, yaitu penyediaan solusi yang baru dari permasalahan pelanggan.
- Platform atau jaringan, merupakan aktivitas yang dilakukan dengan platform atau jaringan. Dalam perencanaan usaha kedai susu ilk Dairy penulis menerapkan *Business Model Canvas* dengan sebagai acuan dalam mendefinisikan ide atau konsep dari bisnis Milk Dairy.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata kedai adalah bangunan tempat berjualan (makanan, minuman dan sebagainya). Menurut Yunus dan Susilaningih (2018:1) yang dimaksud dengan kedai kopi yaitu rumah minum yang menyajikan minuman dengan menu utama kopi beserta menu pelengkap lainnya. Jenis kedai yang sering di jumpai di Cimahi adalah kedai kopi, kedai teh, kedai nasi yang dimana kedai- kedai tersebut dibedakan dari produk yang dijual.

Susu adalah minuman kaya nutrisi yang dapat memberikan banyak dampak baik bagi kesehatan tubuh, diantaranya adalah kalsium, vitamin, protein, lemak, karbohidrat dan mineral. Banyak jenis susu yang telah dijual di pasaran saat ini, berikut jenis – jenis susu yang umumnya dikonsumsi oleh masyarakat:

- Susu Pasteurisasi

Susu pasteurisasi adalah susu yang sudah dilakukan proses pasteurisasi yaitu proses pengolahan susu sapi dengan menggunakan teknik pemanasan yang bertujuan mengurangi jumlah bakteri yang terdapat dalam susu sapi.

- Susu UHT

Susu UHT adalah susu yang sudah melalui proses pemanasan dan sterilisasi pengemasan. Proses UHT (*ultrahigh temperature*) menggunakan suhu 135 – 150 derajat celcius selama beberapa detik.

- Susu kental manis

Susu kental manis adalah susu yang sudah melalui proses penguapan (evaporasi) dengan ditambahkan gula proses penguapan membantu susu kental manis menjadi kental dan berubah warna kekuningan.

- Susu murni

Susu murni adalah susu mentah yang tidak melalui proses pengolahan

sehingga susu murni memiliki kandungan vitamin, mineral, asam lemak dan asam amino yang lebih tinggi dibandingkan dengan susu yang telah melalui proses pasteurisasi atau proses lainnya.

- Susu bebas laktosa

Susu bebas laktosa merupakan susu yang aman untuk di konsumsi oleh seseorang dengan intoleransi laktosa. Susu bebas laktosa aman dikonsumsi oleh penderita intoleransi laktosa dikarenakan telah melalui proses pengolahan yang bertujuan menghilangkan kandungan laktosa di susu.

- Susu evaporasi

Susu evaporasi adalah susu yang telah melalui proses penguapan sehingga kandungan air dalam susu berkurang dan menghasilkan konsistensi yang lebih kental. Susu evaporasi berbeda dengan susu kental manis dimana susu evaporasi tidak di tambahkan gula dalam proses pengolahannya.

- Susu organik

Susu organik adalah susu yang diperoleh secara khusus dari sapi yang tidak diberikan obat selama pemeliharaannya.

Menurut data yang penulis dapat dari BPS 2023 adalah daerah penghasil susu ke dua terbesar di Indonesia.

Tabel 1. 1

Data Provinsi Penghasil Susu

3 Provinsi penghasil susu terbanyak di Indonesia	Produksi Susu Segar Menurut Provinsi (Ton)		
	2021	2022	2023
Jawa Timur	530.426,49	445.213	456.343,4
Jawa Barat	290.472,23	264.834,1	268.467,3
Jawa Tengah	104.421,95	92.176,2	89.545,9

Sumber: bps.go.id (2023)

Merujuk pada data BPS pada tahun 2023, provinsi Jawa Barat menghasilkan 268.467,3 ton susu segar dimana jumlah ini mengalami peningkatan dari data pada 2022 yang menghasilkan 264.834,1 ton susu segar.

Setelah survei yang penulis lakukan di sekitar wilayah Cimahi penulis dapat menyimpulkan bahwa masyarakat sekitar memiliki minat yang cukup untuk minuman susu yang dikreasikan menjadi mocktail.

Dari data yang telah penulis dapat penulis menyimpulkan Jalan Jend. H. Amir Machmud sangat layak untuk dijadikan lokasi kedai susu karena lokasi yang penulis tentukan merupakan jalan ramai pengendara karena menjadi jalan utama yang dilewati pengendara menuju Kota Bandung.

Berdasarkan pada latar belakang yang penulis susun maka dari itu penulis memutuskan untuk membuat perencanaan bisnis dengan judul “PERENCANAAN BISNIS KEDAI SUSU MILK DIARY DI KOTA CIMAHU”.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Menurut Purnajaya (2016:9-10), Bisnis merupakan sebuah kegiatan yang menjalankan proses jual beli untuk mendapat keuntungan baik untuk konsumen maupun pelaku bisnis. Berdasarkan pada teori tersebut penulis menyimpulkan bisnis merupakan kegiatan yang dapat dilakukan kelompok atau prorangan yang dinilai berhasil apabila menghasilkan keuntungan serta bisnis tersebut dapat memberikan dampak pada kelancaran system perekonomian.

Kedai susu Milk Diary merupakan sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang produksi minuman. Khususnya produk minuman berbahan utama susu, produk yang rencananya ditawarkan merupakan produk olahan susu yang di

kreasikan dengan beragam buah. Selain susu yang di kreasikan dengan buah Milk Diary juga mewarkan pruduk susu hangat yang di campur dengan dark chocolate dan matcha.

Kedai susu yang penulis dirikan memiliki konsep kedai minuman yang memang dapat dinikmati oleh semua lapisan masyarakat. Baik itu anak sekolah, remaja, dewasa dan kalangan usia lanjut. Diharapkan Milk Diary dapat menjadi tempat bagi semua pengunjung untuk beristirahat dari penatnya perjalanan atau tempat untuk sekedar menikmati waktu luangnya.

Dengan menyajikan menu terbaik dari Milk Diary yaitu *milk strawberry pure, milk mango pure, milk blueberry pure, milky chocolate* dan *milky matcha*. Penulis berharap produk tersebut memberi kebahagiaan bagi setiap pembeli serta menjadi minuman khas dari Milk Diary.

Lokasi dari Milk Diary terletak di jalan Jalan Jend. H. Amir Machmud, Padasuka, kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi, Jawa Barat. Dengan rencana jam operasional dimulai dari jam 09.00 WIB sampai dengan jam 21.00 WIB. Konsep tempat yang ditawarkan oleh Milk Diary adalah tempat yang nyaman dengan tempat duduk yang terletak dekat dengan bar barista yang akan mempermudah barista dan pembeli berinteraksi serta tempat duduk yang terletak di ruang dalam yang akan memberikan kesan lebih private untuk konsumen.

2. Deskripsi Logo Dan Nama

Menurut Garder & Fishel (2013:18), bisa dibayangkan bisnis tanpa identitas visual tanpa logo, tanpa cetakan nama, tidak ada halaman web, tidak ada warna, tidak ada gambar pada kendaraan. Ini semua ibarat orang memakai masker dengan wajah yang kosong dan putih bersih. Anda tidak dapat mempelajari usia,

jenis kelamin, ekspresi wajah, atau apa pun tentang orang tersebut. Anda tidak dapat berkomunikasi dengan entitas seperti itu, setidaknya tidak efektif. Dari pernyataan tersebut penulis memiliki pemahaman baru tentang pentingnya logo yang menjadi penggambaran dari bisnis yang di jalankan dan menjadi alat.

Gambar 1. 2

Logo Milk Diary



Sumber: Olahan Penulis (2024)

Penulis menamai kedai susu ini Milk Diary dengan maksud dan harapan kedai susu ini akan menjadi tempat menikmati susu dan menjadi tempat para pelanggan menyalurkan cerita. Logo Milk Diary memiliki 2 warna yakni warna biru yang bermakna kesetiaan dan warna putih yang bermaknakan kesucian dan kebaikan penulis memili dua warna ini dengan harapan Milk Diary menjadi kedai yang menyajikan produk yang baik serta memiliki pelanggan setia kedepannya. Gambar susu pada bagian tengah menunjukkan identitas dari Milk Diary yang dimana semua produknya menggunakan bahan utama susu.

3. Identitas Bisnis

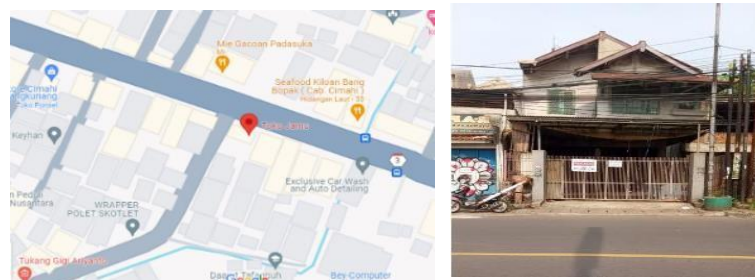
Menurut Dahlawy Chalil (2021:89), identitas merek adalah pesan yang disampaikan merek dari nama, tampilan produk, logo, dengan harapan menciptakan identitas yang unik untuk konsumen. Identitas merek dari bisnis

yang ingin penulis ciptakan adalah kedai susu yang menawarkan berbagai pilihan minuman susu yang berkualitas dengan berbagai varian unik dan baru. Aspek seperti nama, logo, serta tampilan produk telah di paparkan penulis dalam poin terpisah.

Renacana bisnis yang akan dilakukan penulis berlokasi di jalan Jend H Amir Machmud, Padasuka, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi, Jawa Barat. Penulis memilih lokasi ini karena berada di jalan yang dilalui pengendara yang akan menuju kota Bandung ataupun pengendara yang akan berkendara menuju Jakarta.

Gambar 1.3

Lokasi Perencanaan



Sumber: google.com/maps (2024)

C. Visi dan Misi

Menurut David (2015:29), pernyataan dari visi merupakan sebuah pernyataan yang akan menjadi jawaban pertanyaan dasar seperti “Ingin seperti apa perusahaan ini?” visi mendeskripsikan aspirasi atau tujuan yang ingindigapai perusahaan kedepannya, dengan memperhatikan kesempatan dan peluang.

Visi

Visi dari Milk Diary adalah menjadi kedai susu terbaik di Cimahi.

Untuk mewujudkannya diperlukan misi yang menjadi pendukung terwujudnya visi tersebut.

Menurut David (2015:29) pertanyaan “apa bisnis kita” sama dengan “apa misi kita” merupakan pertanyaan tujuan yang menjadi pembeda dari satu organisasi dengan organisasi lainnya. Pernyataan misi merupakan deklarasi dari “alasan keberadaan dari organisasi tersebut”. Deklarasi misi menjadi jawaban dari pertanyaan “apa bisnis kita” pernyataan misi merupakan aspek yang penting untuk mengembangkan formulasi strategi yang efektif

Misi

- Menjadi kedai susu yang memberikan produk olahan susu yang berkualitas.
- Menjaga kualitas dari produk susu yang dijual.
- Memberikan harga yang terjangkau.

D. SWOT Analysis

SWOT analysis merupakan aspek yang harus di pertimbangkan para pelaku bisnis. SWOT (*Strength, Weaknes, Opportunities, Threats*) analisis peluang serta hambatan merupakan metode untuk dapat menemukan seberapa besar kekuatan, kelemahan, peluang beserta ancaman pada suatu perencanaan bisnis.

Menurut Griffin (2004:229), analisis SWOT merupakan salah satu langkah krusial dalam merumuskan strategi. Dengan menggunakan misi organisasi sebagai konteks, manajer mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal.

a. Strength

- Menggunakan bahan berkualitas
- Memberikan fasilitas wifi.

- Menyajikan berbagai menu olahan susu yang unik
 - Lokasi strategis di jalan utama
- b. *Weaknes*
- Tempat parkir yang terbatas.
 - Hanya menyediakan 11 tempat duduk.
- c. *Opportunities*
- Banyak pengendara yang melewati lokasi kedai.
 - Terdapat media social yang dapat mempermudah pemasaran.
- d. *Threats*
- Merek dagang yang belum besar.
 - Belum memiliki pelanggan tetap.
 - Tidak semua orang menyukai susu.

Tabel 1. 2

Matriks SWOT Analysis

	<p style="text-align: center;"><i>STREGTH</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan bahan berkualitas - Memberikan fasilitas wifi - Menyajikan berbagai menu olahan susu yang unik - Lokasi strategis di jalan utama 	<p style="text-align: center;"><i>WEAKNESS</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak semua orang menyukai susu - Tempat parkir yang terbatas - Hanya menyediakan 11 tempat duduk
<p style="text-align: center;"><i>OPPORTUNITIES</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Banyak pengendara yang melewati tempat tersebut. - Terdapat media social yang dapat mempermudah pemasaran. 	<p style="text-align: center;"><i>ANALYSIS S-O</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat banner yang bertulis nama brand beserta logo dan pemberitahuan free wifi untuk menarik pembeli serta aktif melakukan promosi di media sosial. 	<p style="text-align: center;"><i>ANALYSIS W-O</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan kegiatan promosi yang menarik.

Tabel 1. 3
(Lanjutan) Matriks SWOT Analysis

<i>THREAT</i>	<i>ANALISIS S-T</i>	<i>ANALISIS W-T</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Merek dagang yang belum besar. - Belum memiliki pelanggan tetap. 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan promosi yang dapat menarik pembeli seperti diskon atau promo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Membagikan free sample.

Sumber: Olahan Penulis (2024)

E. Spesifikasi Produk

Menurut Ulrich dan Eppinger (2003:72), spesifikasi produk merupakan penggambaran yang jelas dari apa yang ditawarkan oleh sebuah produk. Produk yang di jual di Milk Diary merupakan produk berupa minuman yang bahan dasar utamanya adalah susu yang di tambahkan dengan olahan buah yang dijadikan *pure* terdapat juga produk yang menggunakan bubuk coklat dan bubuk matcha. Beberapa menu yang ditawarkan adalah milky strawberry pure, milky blueberry pure, milky pineapple pure, milky mango pure, strawberry milk pearl, mango milk pearl, blueberry milk pearl, milky chocolate, milky matcha, hot milky chocolate, hot milky matcha. Berbeda dengan para pesaing Milk Diary menawarkan produk yang bahan-bahannya merupakan bahan asli dan berkualitas.

F. Jenis Badan Usaha

Dalam merencanakan sebuah bisnis pemilik bisnis harus menentukan jenis badan usaha dari bisnis yang akan didirikan. Dikarenakan dalam memili badan usaha terdapat kekurangan dan kelebihan masing – masing. Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020, Badan Usaha adalah entitas yang dibentuk di

wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, baik berbentuk badan hukum maupun tidak, dan melakukan kegiatan di bidang tertentu.

Pada perencanaan bisnis Penyajian pada setiap minuman akan diberi stiker logo dari KEDAI SUSU BERNAMA penulis memutuskan untuk memilih badan usaha CV atau persekutuan Menurut Wijatno (2009:110), Perseroan komanditer dapat disebut juga CV merupakan perjanjian kerjasama yang dilakukan dengan maksud pengaturan perusahaan dan pertanggungjawaban atas asset pribadi, beserta orang-orang yang melakukan pinjaman dan tidak bertanggung jawab memimpin perusahaan serta hanya terkait dengan kekayaan yang diikutsertakan dalam perusahaan tersebut (sekutu pasif).

Penulis memilih badan usaha CV karena sesuai dengan pernyataan di atas dalam mendirikan bisnis KEDAI SUSU BERNAMA penulis menginginkan bisnis ini dipimpin oleh satu orang yang bertanggung jawab dalam memimpin kegiatan yang berlangsung dengan mengetahui resiko yang akan dihadapi kedepannya. Alasan lainnya adalah syarat pengurusan yang lebih mudah serta biaya yang lebih murah juga menjadi pertimbangan penulis.

Dalam pendirian sebuah bisnis dengan badan usaha CV, termuat syarat-syarat yang wajib untuk dipenuhi yakni:

- Pendiri minimal 2 orang, yang selanjutnya disebut sekutu pasif dan aktif.
- Pendiri CV wajib berkewarganegaraan Indonesia
- Akta notaris dalam Bahasa Indonesia.
- Kepemilikan harus 100% warga Negara Indonesia, tidak terdapat campurtangan modal asing.

G. Aspek Legalitas

Dalam perencanaan sebuah bisnis tentunya perlu mencantumkan aspek-aspek legalitas dalam bisnis tersebut seperti yang sudah di atur dalam Kitab Undang- Undang Hukum Dagang, Pasal 19, 20, dan 21. Syarat pendirish badan usaha Perseroan Komanditer terdapat prosedur yang wajib untuk dipenuhi seperti yang telah diatur pada Peraturan Menteri Hukum and HAM Nomor 17 Tahun 2018 tentang Pendaftaran Persekutuan Komanditer, Persekutuan Firma, dan Persekutuan Perdata, yaitu:

- Penentuan Nama CV dan Mengajukan Nama CV Ke Kementerian Hukum dan HAM
- Mengurus Akta Pendirian Di Hadapan Notaris
- Mendapat Surat Keterangan Terdaftar (SKT)
- Mengajukan Permohonan NPWP
- Mengurus Nomor Induk Berusaha (NIB)
- Mengajukan Izin Usaha dan Izin Operasional/komersial.

Dalam perencanaan bisnis penulis yaitu bisnis perseorangan maka penulis harus diperhatikan aspek Undang-undang yang dibutuhkan di dalam bisnis ini adalah, sebagai berikut :

1. Undang Undang tentang Pelaku Usaha Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.
2. Undang Undang tentang Merek / *Brand* diatur dalam pasal 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Serta Pasal 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.
3. Undang Undang tentang waktu kerja dan cuti, dalam Undang Undang Ketenagakerjaan Nomor 13 Tahun 2003 pasal 77.