

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Jakarta Selatan adalah salah satu wilayah administrasi di bawah Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Selain itu luas wilayahnya kota Administrasi Jakarta Selatan yaitu 141,37 Km<sup>2</sup> atau dapat mencapai 21,29% dari luas total wilayah Provinsi DKI Jakarta. Dan juga Kota Jakarta Selatan di bagian utara berbatasan langsung dengan Jakarta Barat dan Jakarta Pusat. Di bagian timur yaitu berbatasan dengan Jakarta Timur, pada sisi bagian Selatan berbatasan dengan Depok, dan di bagian Barat berbatasan dengan Kabupaten Tangerang. Jumlah penduduknya sendiri pun tergolong padat, yaitu sebanyak 2.379.683 Jiwa pada perbandingannya 1.191.213 untk yang berjenis kelamin perempuan, dan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 1.888.470. Untuk kepadatan penduduknya yaitu bisa mencapai 16.865, 17 jiwa/ Km<sup>2</sup>.

Jakarta Selatan mempunyai beberapa objek wisata yang cukup terkenal hingga saat ini seperti Taman Margasatwa atau yang biasa dikenal dengan sebutan Ragunan, selain kebun binatang, di bagian Selatan terdapat Situ Babakan. Kota Jakarta Selatan juga menjadi salah satu kawasan bisnis terbesar Di Jakarta, yang kita ketahui salah satunya yaitu kawasan SCBD, tidak luput dari itu perkembangan bisnis di sektor pariwisata pun berkembang sangat pesat salah satunya yaitu bisnis *Food and Beverage* seperti *Kedai*. Kota Jakarta Selatan merupakan salah satu daerah yang banyak penduduknya dan penuh dengan berbagai kegiatan komersial, dan terjadi peningkatan

signifikan minat masyarakat terhadap tempat-tempat berkumpul yang nyaman, berkonsep unik, dan menawarkan pengalaman kuliner yang berbeda dalam beberapa tahun terakhir, dari segi gaya hidup di Kota Jakarta Selatan pun cenderung menghabiskan kekosongan mereka dengan meluangkan waktu di kafe atau kedai untuk bersantai atau sekedar bersantai dengan teman, ataupun keluarga. Bahkan untuk kalangan para pekerja seperti pekerja kantoran mereka meluangkan waktu istirahat mereka cenderung memilih bersantai di kedai kopi, selain harganya yang lebih murah dibandingkan coffee shop maka tidak heran jika banyak pengusaha kedai mendirikan usaha mereka di tempat – tempat yang strategis bahkan banyak juga yang mendirikan di dalam gedung-gedung perkantoran.

Kedai merupakan tempat yang tertutup yang di dalamnya terdapat kegiatan dengan jenis benda atau barang yang khusus, misalnya toko buku, toko buah, dan sebagainya. Istilah kedai memiliki arti yang hampir sama dengan toko atau warung. Dalam perkembangannya kedai lebih bersifat tradisional dan sederhana, sementara warung umumnya dikaitkan dengan tempat penjualan makanan dan minuman. Kata kedai pun sebenarnya bukan istilah untuk tempat makan, menurut KBBI kedai dapat diartikan sebagai tempat berjualan. Sementara dalam arti lain kedai memiliki arti sebagai tempat berjualan bahan makanan sehari – hari seperti bahan baku dan bahan sembako. Tetapi entah sejak kapan penggunaan kata kedai malah digunakan sebagai istilah tempat makan atau tempat kopi dengan ukuran tempat yang kecil dan suasana seperti warung makan.

Kedai kopi merupakan suatu tempat seperti kedai yang di dalamnya menyajikan berbagai olahan kopi dan makanan ringan lainnya, dan seiring berkembangnya zaman

kedai juga menyediakan makanan kecil dan makanan berat untuk bersantap. ( KBBI, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta : Balai Pustaka, 1988)

Bisnis kedai terutama kedai kopi di jakarta sudah sangat menjamur, banyak orang membuat usaha melalui bisnis kedai, karena dilihat dari modal, selain dari modal usaha yang dikeluarkan tidak banyak, dan dari segi harga penjualan pun juga terjangkau, maka tidak heran jika bisnis kedai kopi di jakarta semakin bertambah dan berkembang pesat. Maka dari itu penulis memiliki konsep ide usaha seperti kedai yang berbeda dari kedai kopi yang lainnya, yaitu dengan konsep kedai yang klasik dan membangkitkan suasana yang nyaman seperti dirumah atau kampung halaman, Hal ini didorong oleh minat masyarakat kepada jajanan pasar dengan tujuan dapat bernostalgia dengan cita rasa makanan tradisional yang telah diwariskan dari generasi ke generasi, penggunaan jajanan pasar di kedai Nostalgia memiliki nilai sentimental yang kuat, hal itu disebabkan karena makanan ini telah menjadi bagian penting dari budaya kuliner di indonesia. Dengan tujuan kedai ini untuk memberikan pengalaman kuliner yang dapat mengingatkan kita kembali ke masa sebelumnya dan memungkinkan mereka menikmati jajanan pasar yang otentik ini tentunya dengan pengalaman yang klasik seperti ornamen atau bentuknya pun dapat mengingatkan kita ke masa-masa sebelumnya.

Kedai Nostalgia juga akan berfokus pada pemilihan bahan- bahan yang berkualitas tinggi dan melalui cara-cara pembuatan jajanan pasar yang otentik dengan cara pembuatannya masih mempertahankan cara yang aslinya dengan barang yang orisinil khas pembuatan jajanan pasar itu sendiri. Melalui kerjasama dengan para ahli kuliner dan produsen lokal untuk memastikan bahwa cita rasa dan kualitas makanan-

nya tetap terjaga, melalui pertumbuhan ekonomi yang terus berlanjut di Jakarta Selatan dan minat yang meningkat dalam kuliner tradisional ini, jika dilihat dari pandangan penulis, Kedai Nostalgia memiliki potensi besar untuk menjadi tujuan kuliner yang populer khususnya bagi warga Jakarta Selatan dan juga wisatawan.

## **B. GAMBARAN UMUM BISNIS**

### **1. Deskripsi Bisnis**

Bisnis adalah aktivitas yang melibatkan penjualan barang dan jasa yang memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan, bisnis juga bisa beroperasi di berbagai sektor dan industri, yang mana mungkin memiliki tujuan yang berbeda seperti menciptakan nilai bagi pemilik, memberikan solusi serta dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Setiap bisnis biasanya memiliki ciri penjualan yang berbeda tergantung dari jenis bisnis yang dibuat, bisnis juga berfokus pada memahami pasar, pesaing, dan hingga mengikuti tren industri yang ada untuk mencapai keberhasilan. Selain itu, bisnis mempunyai peran penting dalam menciptakan lapangan kerja dan menyumbangkan pajak negara. Bisnis adalah suatu kegiatan individu yang terorganisir untuk memproduksi dan menjual barang atau jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. (Hughes dan Kapoor, 2016 : 2)

Deskripsi bisnis ada banyak bisnis yang dapat dijalankan salah satunya bisnis yang akan dibuat oleh penulis adalah bisnis seperti kedai kopi. Kedai adalah suatu tempat yang menjual barang dan jasa kepada pelanggan, macam – macam jenis kedai bisa bervariasi tergantung dari jenis barang atau jasa yang

ditawarkan kepada pembelinya, berikut beberapa jenis –jenis kedai yang penulis dapatkan :

- a. Kedai makanan : tempat dimana makanan dan minuman disiapkan kepada pelanggan. Contohnya seperti restoran, warung, kafe, kedai jamu, atau kedai kue.
- b. Kedai pakaian : tempat dimana pakaian dan aksesoris fashion dijual seperti butik, toko pakaian, dan toko sepatu.
- c. Kedai elektronik : kedai yang menjual perangkat elektronik seperti ponsel, laptop, atau perangkat rumah tangga elektronik.
- d. Kedai kesehatan : tempat yang menjual obat – obatan, suplemen, dan produk kesehatan lainnya.
- e. Kedai bunga : tempat yang menjual berbagai jenis dan karangan bunga, biasanya seperti florist shop.
- f. Kedai peralatan dan mesin : tempat dimana barang – barang elektronik seperti komputer, telepon dan aksesoris terkait dijual.

Usaha Kedai Nostalgia memiliki bangunan yang minimalis dan tidak terlalu luas untuk ukuran kafe pada umumnya setidaknya terdapat kurang lebih 25 seat tentunya dengan membuat desain yang klasik, alasan penulis membuat kedai dengan konsep ini yaitu salah satunya ingin melestarikan makanan khas indonesia salah satunya jajanan pasar, tentunya dengan menghadirkan minuman indonesia seperti bir pletok, susu coklat, kopi beragam minuman lainnya dengan penyajian yang unik yang ada sebelumnya yang akan menarik mata pelanggan.

Kedai ini tentunya menawarkan jasa makan dan minum di tempat atau dine-in, selain itu kita juga menawarkan sistem take away untuk pelanggan yang ingin membawa makanannya pulang atau pesanan melalui online dan untuk pelanggan yang hanya mau sekedar mencoba makanan atau minuman dari produk yang kami tawarkan.

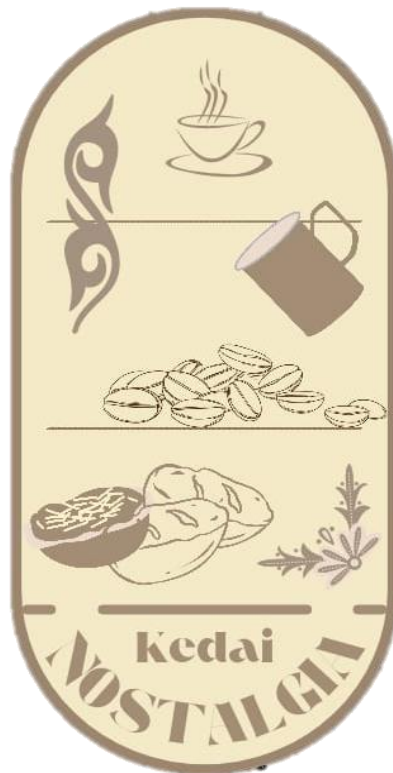
## **2. Deskripsi Logo dan Nama**

Logo merupakan salah satu hal yang penting dalam membangun sebuah usaha, dengan adanya logo menjadi bentuk simbol dalam mengenal sebuah usaha yang ingin kita buat, dimulai dengan mendesain nama dan logo yang simpel supaya memudahkan untuk diingat oleh semua orang, dan dapat disimpulkan bahwa logo dan nama usaha bersifat penting untuk menjaga identitas dari sebuah usaha, oleh karena itu logo menjadi hal yang wajib untuk kita memulai sebuah usaha yang akan kita buat nantinya. Identitas perusahaan merupakan cerminan dari visi, dan misi yaitu suatu perusahaan yang dapat divisualisasikan kedalam logo dari perusahaan. Identitas Perusahaan yaitu merupakan gambaran dari visi, misi dalam suatu perusahaan yang divisualisasikan melalui logo perusahaan. Logo juga merupakan suatu hal yang nyata sebagai bentuk dari suatu yang sifatnya non visual dari suatu perusahaan dapat berupa sikap, perilaku budaya, yang diimplementasikan dalam bentuk visual. (Suwardikun, 2000: h.7)

Logo yaitu Identitas perusahaan yang membentuk visual dan diaplikasikan dalam berbagai fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual, juga dapat disebut sebagai simbol, merek dagang atau *trademark* yang

fungsinya sebagai lambang identitas dari suatu perusahaan dan memiliki ciri tanda pengenal. (Menurut David E. Carter dikutip oleh Kurniawan, 2008).

**GAMBAR 1**



**Desain logo KEDAI NOSTALGIA**

**Sumber : Desain Penulis, 2024**

Filosofi dari logo Kedai Nostalgia :

- a. Kata Kedai Nostalgia pada awalnya diambil dari konsep kedai nya sendiri yaitu kedai yang berkonsep jajanan pasar atau tradisional dan tempat yang klasik kenapa dinamakan Nostalgia, karena kata nostalgia

itu sendiri adalah kenangan masa lalu dan jajanan pasar ini mengingatkan kita kembali tentang makanan yang biasanya banyak dijual di pasar-pasar dan tempat yang klasik, maka dari itu penulis membuat kedai dengan konsep jajanan pasar dengan tempat dan penyajian yang klasik juga, sehingga ketika pelanggan datang bersantai dan menikmati kopi ditemani dengan berbagai macam jajanan pasar, maka mereka akan teringat kembali tentang makanan ini.

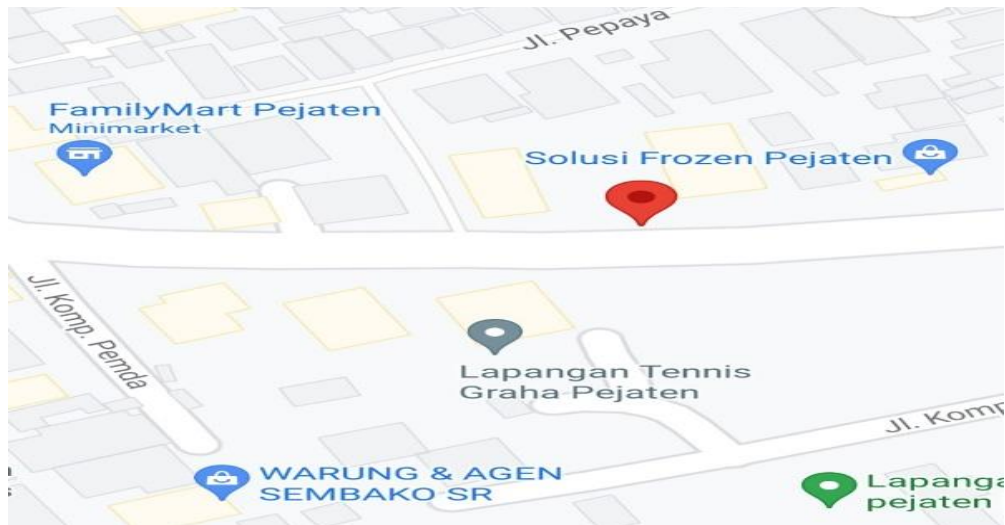
- b. Simbol secangkir kopi pada bagian atas, dan *gelas* dibagian bawahnya yaitu kedai ini tidak hanya menjual berbagai jenis kopi, selain itu menjual berbagai jenis minuman yang beragam, hal ini diperuntukan untuk customer yang tidak menyukai kopi.
- c. Simbol makanan di bagian bawah itu adalah kue Pukis, hal ini menggambarkan konsep pada kafe tersebut, dikarenakan kafe ini memiliki konsep jajanan pasar sebagai hidangnya.
- d. Gambar Batik pada logo, untuk memberi kesan *aesthetic* pada logo kedai yang saya buat sekaligus menandakan kedai ini berasal dari indonesia.
- e. Warna coklat pada logo yaitu memberikan kesan klasik dan mempunyai makna stabilitas dan kebijaksanaan dan selain itu untuk menggambarkan arti menjaga keseimbangan dan keselarasan pada kedai, dan biasanya warna coklat pada suatu usaha juga memberikan



kesan nyaman agar pelanggan yang datang ke tempat ini kesanya akan terasa seperti dirumah.

### 3. Identitas Bisnis

**GAMBAR 2**



**LOKASI USAHA “KEDAI NOSTALGIA**

**GAMBAR 3**

### **Tempat Usaha KEDAI NOSTALGIA**



**Sumber : Olahan Penulis, 2024**

Identitas perusahaan inilah yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan lain. Identitas perusahaan diciptakan melalui rencana desain khusus yang mencakup segala sesuatu yang istimewa/unik tentang perusahaan yang bersangkutan. Desainya mempunyai wujud yang sama persis sebagai akibatnya bisa menaikkan citra perusahaan. Ciri – ciri perusahaan memiliki elemen penting yang dapat berupa mirip warna atau bentuk bangunan perusahaan, atribut, dan tipe logo hingga dengan seragam resmi yang digunakan dari suatu perusahaan.

Identitas korporat atau identitas perusahaan dibidang juga sebagai simbol perusahaan, apakah dapat berbentuk logo atau lambang lainnya dari perusahaan. Simbol yang dapat dimaksudkan untuk memudahkan supaya bisa diingat oleh konsumen juga agar diakui oleh segenap karyawannya. Pentingnya simbol untuk perusahaan terutama yang ada di sektor jasa yang mana para karyawannya menanamkan pelayanan, kredibilitas, dan keramahan di dalamnya. (Rhenald Kasali, 2003:110-114)

Berdasarkan teori di atas dalam membuat bisnis maka dari itu diperlukan identitas bisnis seperti mempunyai alamat yang jelas serta nomor ataupun identitas usaha lainnya, hal tersebut untuk memudahkan seseorang dalam mencari alamat ataupun informasi jika ada kebutuhan, seperti halnya jika kita ingin makan di salah satu restoran mau tidak mau kita akan mencari alamat ataupun mencari tahu restoran tersebut dahulu, maka dari itu identitas bisnis ini penting jika kita ingin membuat restoran atau usaha.

Bisnis yang saya akan dirikan lokasinya yaitu di Jalan Pejaten Raya, Dekat Soto ayam 700, RT.4/RW.6, Pejaten Bar, Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12510. Lokasi usaha ini penulis menyewa untuk membuat business plan nantinya, alasan penulis memilih lokasi usaha di tempat ini karena sudah mempertimbangkan beberapa hal yaitu diantaranya karena termasuk kawasan yang strategis, dekat dengan Universitas, Kantor, dan juga terdapat beberapa sekolah, dan mall di sekelilingnya, selain itu tempat ini merupakan titik berkumpulnya orang dalam mencari kuliner, yang dimana rata rata dari target pasar dari usaha yang saya buat adalah kalangan mahasiswa, masyarakat setempat, pekerja pengunjung dan juga jalanan dari tempat ini adalah jalan yang sering dilalui oleh pengguna jalan dikarenakan tempatnya yang sangat strategis, selain itu ada beberapa aspek pendukung seperti pasar dan supermarket yang letaknya tidak jauh, di daerah tersebut mudah ditemukan supplier sehingga akan membantu untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan pada saat operasional.

### **C. VISI DAN MISI**

Visi dan Misi merupakan bagian hal yang paling penting dalam membuat usaha, tanpa visi dan misi kita tidak tahu kedepannya arah bisnis yang akan kita buat nantinya, dengan adanya visi dan misi yang jelas maka dengan rencana yang akan kita buat pada masa yang akan datang dapat terealisasikan dan tercapai sesuai dengan apa yang kita inginkan, setiap usaha bisnis dari mulai yang kecil sampai besar harus bisa mencapai visi misi yang sudah dibuatnya dalam jangka dekat ataupun lama.

Visi adalah gambaran tentang perusahaan yang ingin dicapai di masa depan, sedangkan misi merupakan sebuah pernyataan tentang alasan keberadaan perusahaan dan apa yang akan dilakukan perusahaan untuk mencapai visi tersebut (Indrajit, 2008 : 12). Misi adalah sebuah pernyataan tentang apa yang harus dicapai organisasi untuk masa depan yang akan datang bagi pihak-pihak yang berkepentingan (Fahhurohman, 2016 : 101).

Berikut di bawah ini adalah Visi Misi dari rencana bisnis yang penulis buat :

### **1. VISI**

“ Menjadi kedai “nostalgia” sebagai tempat pilihan utama masyarakat penyuka jajanan pasar di Jakarta Selatan ”

### **2. MISI**

- a. Mempromosikan produk melalui media manapun dan mengikuti perkembangan yang ada.
- b. Menawarkan produk dengan bahan baku yang berkualitas.
- c. Menawarkan suasana kedai yang klasik
- d. Menawarkan fasilitas seperti wifi, dan tempat penitipan barang.
- e. Menawarkan produk jajanan pasar yang baik dari pengolahan dan penyajian yang masih asli dan otentik.
- f. Memberikan pelayanan prima.

“ Melestarikan Warisan Kuliner Dan Memupuk Kembali Kenangan ” , ini adalah tagline dari Kedai Nostalgia, tagline ini memiliki arti yaitu merayakan warisan kuliner tradisional karena kedai ini menyajikan jajanan pasar yang klasik, selain

itu dapat menciptakan suasana bernostalgia yang memupuk kembali kenangan pelanggan.

#### **D. ANALISIS SWOT**

Analisis SWOT ialah suatu proses identifikasi berasal dari berbagai macam faktor dengan sistematis untuk memilih rumusan yang sempurna serta melakukan taktik terbaik untuk perusahaan, analisis itu didasari oleh logika yang bisa mendorong kekuatan atau *strengths* dan peluang atau *opportunities*, tetapi secara bersamaan bisa mengurangi kelemahan atau *Weakness* dan ancaman atau *Threats*. (Freddy Ranguti 2009 : 18).

Hal yang dilakukan dalam menciptakan bisnis yang baik yaitu membuat analisis SWOT, hal ini berarti para penulis harus mengetahui terlebih dahulu strategi para pesaing yang ada diluar sana, seperti mengetahui kekurangan dan kelebihan para pesaing, mengetahui siapa lawan bisnis kita dan bagaimana bisnis serupa bisa berkembang, dengan melakukan analisis SWOT ini kita bisa mengetahui serta mengevaluasi dari Kekuatan yaitu *Strengths*, Kelemahan itu *Weakness*, Peluang alias *Opportunity*, dan Ancaman atau *Threats*, dan berikut adalah Analisis SWOT bisnis plan yang penulis buat :

##### *1. Strengths*

- a. Pengolahan dan penyajian produk masih mempertahankan keasliannya.
- b. Nostalgia : Kedai Nostalgia dari segi namanya dan khasnya tentunya dapat membangkitkan kenangan pelanggan, dan menciptakan ikatan emosional.

- c. Lokasi yang strategis yang berlokasi di tengah keramaian yaitu di Jl. Pejaten Raya, memilih lokasi yang strategis karena dapat meningkatkan aksesibilitas dan visibilitas pada Kedai Nostalgia.

## 2. *Weakness*

- a. Alat untuk produksi tidak banyak dalam jumlah yang pas.
- b. Persaingan yang sangat ketat pada industri makanan dan minuman, sehingga harus terus berinovasi dan mengikuti perkembangan yang ada.
- c. Sedikitnya variasi dari makanan yang ditawarkan.
- d. Lahan parkir yang tidak terlalu besar.
- e. Biaya, kenaikan harga bahan baku dan biaya operasional hal ini dapat mempengaruhi keuntungan.

## 3. *Opportunity*

- a. Menyelenggarakan dalam berbagai acara, yaitu dengan mengadakan acara khusus dengan tema seperti budaya, jajanan pasar, atau festival makanan hal ini untuk menarik lebih banyak pelanggan
- b. Membuka layanan pemesanan online, selain untuk *dine in* tentunya kami juga menawarkan pemesanan *online* dan memanfaatkan jasa-jasa platform jual beli *online*.
- c. Melatih karyawan dalam menyiapkan jajanan pasar yang otentik sehingga dapat mempertahankan keasliannya .

- d. Peraturan terkait kebersihan dan keamanan makanan tentunya harus dijaga dengan ketat dan hati hati karena hal ini mengacu kepada peraturan kesehatan.

#### 4. *Threats*

- a. Persaingan dengan kedai yang lain, apalagi kedai dengan konsep yang serupa bisa menjadi pesaing yang kuat.
- b. Lahan parkir gratis yang dikuasai oleh organisasi masa/oknum sehingga dapat mengganggu pengunjung.
- c. Kedai lainya yang serupa memberikan harga yang mahal.
- d. Harga bahan baku tidak stabil dan tidak menentu.

Dari kesimpulan di atas, terdapat analisis SWOT dari Kedai Nostalgia, untuk kekuatannya dari Kedai Nostalgia yaitu, pengolahan dan penyajian produk masih mempertahankan keasliannya, dan salah satu dari weakness nya yaitu sedikitnya variasi dari makanan yang ditawarkan namun dalam mengikuti perkembanganya Kedai Nostalgia pasti akan menambah menu menu yang ditawarkan nantinya dalam perkembanganya, dan tentunya di dalam itu juga terdapat peluang untuk memperkenalkan produk dari Kedai Nostalgia yaitu dengan membuka layanan pesanan online atau bisa dalam pesanan Take Away, selain itu tentunya juga terdapat ancaman salah satunya yaitu persaningan kedai-kedai yang lain bahkan kedai dengan konsep serupa bisa menjadi ancaman untuk Kedai Nostalgia.

**TABEL 1 ANALISIS MATRIX SWOT**

|   |   |  |
|---|---|--|
| <p style="text-align: center;">FAKTOR<br/>INTERNAL</p> <p style="text-align: center;">FAKTOR<br/>EKSTERNAL</p>  | <p><b>Strength</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengolahan dan penyajian produk masih mempertahankan keasliannya</li> <li>- Sesuai dengan namanya dapat membangkitkan kenangan pelanggan serta menciptakan ikatan emosional.</li> </ul> | <p><b>Weaknesses</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alat produksi dalam jumlah yang terbatas.</li> <li>- Sedikitnya variasi makanan yang ditawarkan.</li> <li>- Kenaikan harga bahan baku dan operasional</li> </ul> |
| <p><b>Opportunities</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuka layanan pemesanan online.</li> <li>- Melatih karyawan dalam menyiapkan jajanan pasar yang otentik.</li> <li>- Menyelenggarakan acara seperti tema budaya, jajanan pasar, dan festival.</li> </ul>      | <p style="text-align: center;"><i>S/O</i></p> <p>Promosi seperti mengadakan event untuk meningkatkan daya minat konsumen dengan memanfaatkan lokasi yang strategis</p>  | <p style="text-align: center;"><i>W/O</i></p> <p>Memastikan konsumen mengetahui keunggulan dari konsep kedai yang unik</p>   |
| <p><b>Threats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Persaingan dengan kedai lain, apalagi dengan konsep bisnis yang serupa.</li> <li>- Kedai lainnya yang serupa memberikan harga yang mahal</li> <li>- Harga bahan baku yang tidak stabil dan tidak menentu.</li> </ul> | <p style="text-align: center;"><i>S/T</i></p> <p>Memiliki konsep dan menu kedai yang berbeda dengan usaha sejenis di sekitar lokasi usaha.</p>  | <p style="text-align: center;"><i>W/T</i></p> <p>Memastikan konsumen mengetahui tentang produk yang dijual dari kedai yang dibuat.</p>   |

**Sumber : Olahan Penulis, 2024**



## **E. SPESIFIKASI PRODUK**

Produk menjadi bagian hal yang terpenting yang akan ditawarkan oleh suatu perusahaan atau bagian dari aset penting untuk perusahaan menjalankan sebuah bisnisnya. Berdasarkan pengertian tersebut penulis ingin menawarkan berbagai produk dalam menjalankan bisnis yang akan dibuat. Yaitu terkait dengan penjualan dari produk Food and Beverage dan penulis akan fokus dengan penjualan produk yaitu seperti jajanan pasar dan juga minuman seperti kopi ataupun minuman lainnya. Produk adalah segala sesuatu yang diterima konsumen sebagai pertukaran dengan produsen, berupa manfaat dasar beserta fisik produk dan kemasannya seperti unsur - unsur tambahan yang terkandung di dalamnya. (Fandy Tjiptono, 2016 : 176).

Berdasarkan dari penjelasan tersebut produk adalah hal yang dapat ditawarkan kepada customer atau calon pembeli kita untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan, dan dapat memenuhi kepuasan dari pembelinya.

Jajanan pasar merupakan jajanan tradisional yang biasa ditemukan khususnya di pasar tradisional atau bisa di temukan di tempat-tempat tertentu dengan pembuatan yang otentik dan memiliki ciri-ciri khas dari masing-masing makanannya itu sendiri. Jajanan pasar merupakan makanan yang sudah dipersiapkan mulai dari bahan-bahannya yang nantinya akan dijual di jalanan bisa di pasar atau tempat publik yang sering kali memiliki akar budaya dan sejarah yang khas.(Menurut Khrisnendu Ray : 2016).

Klasifikasi pada beverage dapat dikelompokkan menjadi dua jenis minuman yaitu minuman beralkohol atau disebut alcoholic beverages dan minuman tidak beralkohol atau non alcoholic beverages. Minuman yang tidak beralkohol adalah minuman yang tidak mengandung alkohol sama sekali beberapa contohnya seperti kopi, teh, jus, air

mineral, dan minuman ringan atau *soft drink*. (Cousins, Lillicrap dan Weekes, 2014 : 127).

Berdasarkan keterangan di atas bisnis yang akan saya dirikan yaitu bisnis kedai, yang akan dibuat di kota Jakarta Selatan yang berkonsep jajanan pasar sebagai hidanganya, kedai ini sama dengan kedai pada umumnya tetapi yang membedakan ialah hanya dari segi konsepnya saja, yaitu kedai dengan tema desain yang klasik didalamnya serta menjual jenis jajanan pasar, dan berbagai jenis minuman kopi maupun non coffee yang nanti akan ditawarkan kepada pelanggan. Untuk produk yang ditawarkan oleh Kedai Nostalgia ini adalah Jajanan pasar yaitu seperti kue putu, kue pancong, kue pukis, kue serabi, kue rangi, dan kue cubit, tentunya dengan cara pembuatan jajanan pasar maupun bahanya masih otentik, dan dan untuk minumannya yaitu seperti kopi, bir pletok, chocolate, varian teh1 dan lainya selain kopi atau *non coffee*. Tentunya dengan menggunakan pilihan bahan yang kualitasnya bagus.

## **F. JENIS BADAN USAHA**

Badan usaha merupakan hasil perpaduan sumber daya manusia dan keuangan untuk melakukan kegiatan dalam bidang usaha atau komersial. Badan usaha adalah suatu kesatuan organisasi ekonomi yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Menurut peraturan perpajakan umum di indonesia, badan usaha mencakup kumpulan orang pribadi dan dana yang membentuk satu kesatuan , baik mereka ikut serta dalam pengelolaan usaha maupun tidak. Kategori ini mencakup perseroan terbatas, dan berbagai jenis organisasi usaha lainnya, termasuk perusahaan negara (BUMN), perusahaan daerah, korporasi, dan lain – lain. Seperti

kontrak investasi kolektif dan bentuk organisasi bisnis jangka panjang. Terdapat 2 dasar badan usaha di Indonesia, yaitu seperti BUMN/ badan usaha kepunyaan negara, dan BUMS/ badan usaha yang dikelola oleh swasta. Maka dari itu melalui kepemilikan bisnis yang penulis buat yaitu merupakan bagian dari BUMS atau badan usaha yang dimiliki swasta.

Badan Usaha yang dimiliki oleh pihak Swasta atau BUMS merupakan badan usaha yang mana seluruh modal bisnis usaha pada dasarnya dikelola oleh pihak swasta, dengan kata lain yaitu jika kita ingin memiliki usaha harus mempunyai modal yang cukup untuk membangun bisnis tersebut. Baik oleh pihak swasta dalam negeri, maupun bagian swasta asing. Terdapat beberapa jenis dari badan usaha yaitu seperti Perseorangan Terbatas atau biasa disebut PT, Perusahaan Perseorangan, Firma atau Fa, CV yaitu Commanditaire Vennootschap, dan Koperasi. Badan usaha yang saya jalankan dalam membangun bisnis saya adalah Perusahaan Perseorangan alias PO, PO yaitu badan usaha yang dipegang oleh individu atau satu orang, yang mana usaha tersebut dipimpin dan ditanggung oleh satu orang saja, yang artinya penulis menggunakan modal sendiri. Alasan penulis memilih modal sendiri untuk mendirikan kedai ini karena dapat dimiliki oleh diri sendiri ataupun keluarga, kelangsungan bisnis bergantung pada penulis, dan hasil dari keuntungan bisnis tidak dibagi – bagi.

Tetapi PO pun punya kelebihan dan kekurangan masing-masing, contohnya adalah :

Kelebihan :

1. Mudah dibentuk, dan biaya nya lebih murah karena usaha yang akan dibuat tergolong tidak terlalu besar, dan tidak perlu izin ke pemerintah.
2. Hasil untung dimiliki oleh pendiri usaha saja.
3. Pajak yang dibayarkan itu pajak pribadi bukan pajak dari usaha saja
4. Lebih fleksibel yaitu terhadap keputusan harian dengan mudah .

Kekurangan :

1. Relatif sulit ketika meminjam kepada bank dalam jangka panjang dengan bunga rendah.
2. Umur usaha bergantung kepada umur pemiliknya, kecuali bisa di wariskan.
3. Bergantung hanya kepada satu orang saja apalagi jika yang memiliki belum berpengalaman.

Berdasarkan paparan tersebut , bisa disimpulkan bahwa Kedai Nostalgia merupakan jenis badan usaha dalam bentuk PO atau perusahaan perseorangan yaitu pemilik bertanggung jawab penuh atas aset kekayaan perusahaan dan juga utang perusahaan, sehingga pemisahan modal perusahaan dari kekayaan tidak terjadi, jika terjadi kebangkrutan.

## **G. ASPEK LEGALITAS**

Legalitas suatu usaha merupakan hal yang penting, karena legalitas merupakan tanda pengenal yang menegaskan suatu badan usaha diakui oleh masyarakat, maka legalitas suatu usaha harus sah menurut peraturan hukum. Telah diatur, dimana

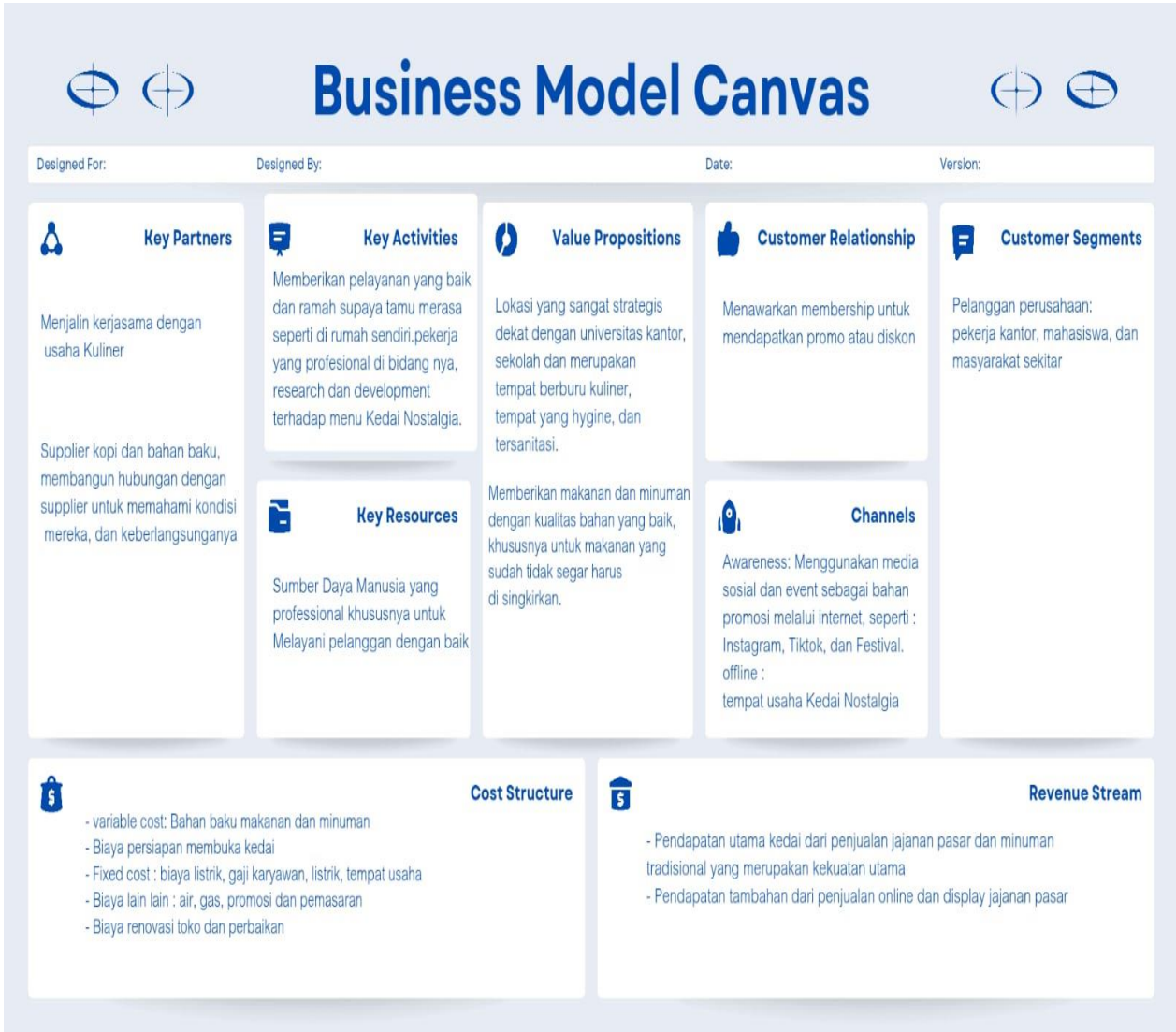
keberadaan badan usaha tersebut harus dilindungi dengan dokumen yang sah. (Rini Fitriani : 2017).

Legalitas merupakan salah satu bagian penting dalam membuat usaha bisnis seperti sumber informasi yang resmi berdasarkan undang-undang yang berlaku, dan perusahaan nantinya akan mendapati berbagai dokumen yang sah dimata hukum yang berlaku, yang dimana dokumen ini nantinya dapat memuat berbagai informasi yang terkait dengan usaha bisnis, serta termasuk pendirian perusahaan dan kedudukanya. Dalam membuat usaha bisnis kedai ini, tentunya tidak lepas dari aspek legalitas, dan landasan hukum yang berlak, berikut adalah beberapa dasar hukum yang akan diambil oleh Kedai Nostalgia dalam membangun usahanya :

1. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 76 tahun 2018 yang mengatur tentang penyelenggaraan pendaftaran perusahaan.
2. Peraturan Menteri No. 1 Tahun 1999 Pasal 1 Ayat 1 yang mengatur tentang upah yang layak.
3. UU No. 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan.
4. Pasal 1548 KUH Perdata yang mengatur tentang hukum sewa menyewa.
5. Peraturan menteri kesehatan Republik Indonesia No. 942/MENKES/SK/VII tahun 2003 tentang pedoman persyaratan Hygine Sanitasi Makanan Jajanan.
6. UU Republik Indonesia No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.

GAMBAR 4

Business Model Canva



Sumber : Olahan penulis 2024