

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Gambaran Umum Bisnis**

Menurut Ginting (2016), restoran adalah suatu bidang usaha yang menggunakan suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus untuk setiap orang yang makan, memperoleh pelayanan, dan menggunakan fasilitas lainnya dengan pembayaran. Definisi ini juga mencakup bahwa tujuan utama dari usaha perhotelan adalah menyediakan tempat penginapan yang biasanya disertai dengan pelayanan dan fasilitas tambahan seperti TV, telepon, AC, dan makanan. Salah satu jenis restoran yang memiliki peluang untuk meraih hasil yang besar adalah restoran seafood.

Menurut Ekopriyono et al. (2020), industri restoran, termasuk restoran seafood, memiliki prospek yang bagus karena kebutuhan masyarakat akan makanan yang lezat dan beragam. Masyarakat yang gemar makan di luar dan jumlah penduduk Indonesia yang besar merupakan daya tarik yang mendorong berbagai kalangan pengusaha untuk melakukan investasi atau diversifikasi bisnis ke bidang restoran dan kuliner.

Memiliki usaha restoran seafood hampir selalu mengundang kemungkinan terciptanya persamaan dalam produk atau layanan, yang pada akhirnya menyebabkan persaingan di pasar. Persaingan ini tidak bisa dihindari, sehingga pelaku usaha harus melakukan berbagai strategi untuk tetap unggul. Beberapa usaha yang dapat dilakukan antara lain dengan terus mengembangkan

konsep bisnis yang unik, menciptakan produk yang inovatif, serta memperbaiki

berbagai aspek operasional. Semua ini bertujuan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada serta supaya menarik pelanggan baru, sehingga performa dan daya saing bisnis dapat terus ditingkatkan. Menurut Osterwalder, Pigneur, Bernarda, dan Smith (2015) teknik dalam pengembangan usaha dapat dilakukan dengan cara :

1. Memperluas variasi produk atau layanan yang ditawarkan untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Dengan menawarkan produk baru yang berbeda dari yang sudah ada, perusahaan dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang beragam.
2. Memfokuskan pada peningkatan layanan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik dapat meningkatkan reputasi bisnis dan mendorong pembelian berulang.

Dari penjelasan dan pengertian yang dijabarkan oleh para ahli, usaha bisnis Restoran Kampung Kerapu akan memakai metode pada poin pertama. Pendekatan ini diharapkan dapat memfasilitasi pertumbuhan Restoran Kampung Kerapu melalui produk dan layanan inovatif, serta ekspansi ke pasar baru untuk memastikan pengembangan bisnis yang berkelanjutan.

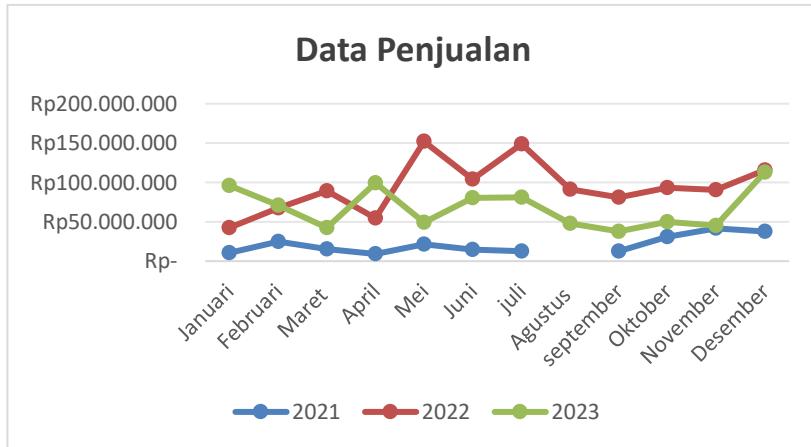
Restoran Kampung Kerapu adalah usaha bisnis UMKM yang termasuk dalam kategori layanan makanan, yang mengkhususkan produk ikan kerapu sebagai tawaran utamanya. Didirikan pada tahun 2019, Restoran Kampung

Kerapu telah hadir sebagai bisnis Restoran Seafood yang ada di Kabupaten Situbondo, dikenal karena rasa yang lezat. Selama 5 tahun, usaha ini telah melalui berbagai proses dalam pengembangan penjualan produknya, yang bertujuan untuk meningkatkan nilai dan pengenalan merek Restoran Kampung Kerapu di kalangan setiap konsumen.

Menurut Hassanien et.al (2010) Pengembangan bisnis adalah proses yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan performa melalui peningkatan fitur produk dan jasa, pengembangan produk atau jasa, memasuki pasar baru, dan menjalin kerjasama dengan pihak lain.Teknik pengembangan usaha restoran dipilih untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah. Melalui pengembangan yang terencana, restoran dapat beradaptasi dengan tren konsumen, meningkatkan efisiensi operasional, serta memaksimalkan potensi pendapatan. Selain itu, pengembangan usaha juga memungkinkan diversifikasi layanan dan produk yang ditawarkan, sehingga restoran dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas serta mengurangi risiko bisnis yang diakibatkan oleh ketergantungan pada satu model usaha.

Dan berikut data penjualan Restoran Kampung Kerapu dalam 3 tahun.

**Tabel 1. 1**  
**DATA PENJUALAN RESTORAN KAMPUNG KERAPU**



*Sumber : Data Perusahaan (2024)*

Berdasarkan data penjualan yang tersedia, terlihat adanya perbedaan signifikan antara tren penjualan pada tahun 2021, 2022, dan 2023. Pada tahun 2021, penurunan penjualan disebabkan oleh pandemi COVID-19 dan kebijakan PPKM, yang mengakibatkan pembatasan jumlah pengunjung dan penutupan kawasan wisata. Hal ini mengungkap kelemahan restoran, seperti kurangnya promosi dan infrastruktur yang belum memadai dalam menghadapi situasi tak terduga. Meski demikian, pada tahun 2022, penjualan mengalami peningkatan tajam seiring dengan pemulihan sektor pariwisata di Indonesia. Peningkatan ini mencerminkan beberapa kekuatan utama Restoran Kampung Kerapu, seperti lokasi yang strategis, bahan baku berkualitas, serta konsep yang menyatu dengan alam. Restoran ini berhasil menarik keluarga dan pasangan sebagai target pasar utamanya, yang mencari pengalaman makan yang nyaman dan menyenangkan. Namun, fluktuasi penjualan yang terjadi pada tahun tersebut menunjukkan adanya risiko terkait cuaca, yang menjadi tantangan dalam menjaga stabilitas operasional restoran.

Pada tahun 2023, penjualan yang lebih stabil tetapi pada tingkat yang lebih rendah dibandingkan dengan tahun sebelumnya bisa disebabkan oleh beberapa ancaman, termasuk persaingan dengan tempat usaha serupa yang sudah lama berdiri di daerah tersebut. Di sisi lain, cuaca dan kondisi alam masih menjadi faktor yang mempengaruhi penjualan secara signifikan. Meski demikian, ada beberapa peluang yang bisa dimanfaatkan oleh restoran untuk meningkatkan penjualan di masa mendatang, seperti meningkatkan promosi melalui media sosial dan berkolaborasi dengan ekowisata lokal, yang dapat meningkatkan visibilitas restoran dan menarik lebih banyak wisatawan. Selain itu, dengan partisipasi dalam mendukung pariwisata lokal, restoran dapat memperkuat daya tariknya dengan menawarkan pengalaman kuliner yang khas dan memanfaatkan momentum dari peningkatan kunjungan wisatawan.

**Tabel 1. 2**

**KOMPETITOR “RESTORAN KAMPUNG KERAPU” DI SITUBONDO**

No	Nama Usaha	Alamat
1	Restauran PAPIN RESTO & Mini Market	Jl. Raya Pasir Putih, Pasir Putih, Kec. Bungatan, Kabupaten Situbondo
2	Rumah Makan Churien	Jl. Raya Pasir Putih No.km 172, Pasir Putih, Kec, Bungatan, Kabupaten Situbondo
3	Warung Ikan Bakar Ria Rio	Jl. Raya Pasir Putih, Pecaron, Klatakan, Kec. Kendit, Kabupaten Situbondo
4	Ikan Bakar Pemuda	Jl. Nasional 1, Karangasem, Patokan, Kec. Situbondo, Kabupaten Situbondo
5	Lesehan Ikan Bakar Cak Moel	Jl. Sucipto, Parse,Dawuhan,Kec. Situbondo, Kabupaten Situbondo

*Sumber : Olahan Penulis (2024)*

Adanya ancaman seperti persaingan dengan usaha serupa di sekitar wilayah

tersebut, yang menawarkan produk seafood serupa, bisa menjadi tantangan besar bagi Restoran Kampung Kerapu. Namun, ada peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan penjualan di masa depan. Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, penulis mendapatkan ide untuk menerapkan strategi yang efektif, yaitu bekerja sama dengan pihak wisata. Penulis mengamati bahwa perbedaannya hanya terletak pada jenis makanan dan kemasan yang menarik. Oleh karena itu, rencana pengembangan akan mencakup kerja sama dengan pihak wisata, seperti program acara kolaborasi. Selain itu, promosi juga akan dilakukan melalui media sosial.

Secara keseluruhan, meskipun Restoran Kampung Kerapu menghadapi tantangan, ada potensi besar untuk berkembang dengan memanfaatkan peluang-peluang ini, serta mengatasi kelemahan yang ada agar dapat terus bersaing dalam industri pariwisata dan kuliner di Situbondo.

Penulis berencana mengembangkan Restoran Kampung Kerapu agar lebih dikenal dan meningkatkan penjualan. Berdasarkan data – data di atas, maka usulan judul penelitian yang diangkat adalah "**Pengembangan Usaha Restoran Kampung Kerapu di Wisata kampung kerapu di Kabupaten Situbondo**"

## **1. Deskripsi Bisnis**

Menurut Agustina dan Ibrahim (2023), Bisnis dapat didefinisikan sebagai suatu organisasi atau entitas yang terlibat dalam kegiatan komersial, yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan melalui penjualan barang atau jasa. Dalam konteks yang lebih luas, bisnis mencakup semua aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta menciptakan nilai tambah bagi pemilik dan pemangku kepentingan lainnya.

Bisnis Restoran Kampung Kerapu ini adalah sebuah usaha yang bergerak dalam bidang kuliner dengan fokus utama pada penyajian seafood segar.

Restoran ini menawarkan berbagai pilihan menu hidangan laut dengan kualitas tinggi yang diolah dengan teknik memasak seperti bakar, goreng, dan steam, untuk memberikan pengalaman makan yang memuaskan bagi pelanggan. Restoran ini juga memungkinkan pelanggan memesan seafood favorit mereka yang akan diolah sesuai selera dan keinginan.

Dari segi operasional, Restoran Kampung Kerapu bekerja sama dengan pemasok bahan baku yang bukan kompetitor, seperti pemasok ikan, untuk menjaga efisiensi dan meningkatkan profit melalui optimalisasi sumber daya. Untuk menjalankan bisnisnya, restoran ini mengandalkan berbagai sumber daya seperti aset fisik (bangunan dan peralatan), kekayaan intelektual berupa resep dan rahasia restoran, serta tenaga kerja manusia yang terlatih. Secara finansial, restoran mengelola modal awal dan aset untuk mendukung kegiatan operasionalnya.

Hubungan dengan pelanggan dibangun melalui pendekatan personal, di mana staf restoran memberikan rekomendasi menu spesial dan layanan yang ramah untuk memastikan kepuasan pelanggan. Restoran juga menggunakan berbagai saluran komunikasi, baik langsung melalui interaksi di restoran maupun secara digital melalui media sosial dan ulasan di platform wisata seperti Google Review, untuk menjangkau target pasar yang terdiri dari wisatawan lokal maupun mancanegara serta masyarakat di sekitar kawasan wisata Kampung Kerapu.

Restoran ini menggunakan model biaya berbasis efisiensi, dengan fokus pada pengendalian biaya tetap seperti sewa bangunan, gaji karyawan, dan internet, serta biaya variabel seperti bahan baku dan alat memasak. Pendapatan dihasilkan

dari penjualan produk makanan dengan harga tetap berdasarkan menu yang ditawarkan.

Secara keseluruhan, Restoran Kampung Kerapu mengedepankan pengalaman makan yang memuaskan dengan layanan yang personal dan berbagai inovasi dalam pengolahan seafood, sekaligus menjaga keseimbangan antara kualitas produk dan efisiensi operasional.

Berdasarkan data yang diperoleh penulis, diharapkan Restoran Kampung Kerapu memiliki fondasi dan panduan untuk mencapai tujuan pertumbuhan bisnis jangka panjangnya, mengidentifikasi tantangan, beradaptasi dan menanggulangi resiko dalam perjalanan bisnisnya, menanggapi perubahan pasar yang cepat dan berkembang untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

## 2. Deskripsi Logo dan Nama

**Gambar 1. 1**

**LOGO RESTORAN KAMPUNG KERAPU**



*Sumber : Data Perusahaan (2024)*

Menurut Foroudi, Melewar, dan Gupta (2017), logo adalah sebuah simbol visual yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mewakili sebuah perusahaan, merek, atau organisasi. Logo biasanya terdiri dari unsur-unsur seperti

warna, jenis huruf, dan desain yang khas.

Menurut Rodríguez-Torrico, San José Cabezudo, dan San-Martín (2024), brand (merek) adalah sebuah konsep yang merujuk pada identitas dan citra yang diberikan kepada produk, jasa, atau organisasi.

Merek adalah suatu ide yang mencerminkan identitas dan citra yang diberikan kepada suatu produk, layanan, atau perusahaan. Brand bukan hanya identitas atau simbol, melainkan juga mencakup cara konsumen dan masyarakat pada umumnya melihat, memahami, dan mengaitkannya dengan produk atau layanan tertentu. Merek merupakan simbol dari prinsip, tingkat keunggulan, dan hubungan yang dikonstruksi oleh perusahaan untuk membedakan diri di pasar.

Logo “Resto Kampung Kerapu Situbondo” secara komprehensif mencerminkan identitas restoran yang berfokus pada hidangan laut, khususnya ikan kerapu. Gambar ikan kerapu yang mencolok, berwarna kuning, menunjukkan keunggulan dan kesegaran makanan laut yang ditawarkan. Tulisan “Resto” dalam warna putih dengan aksen hitam melambangkan profesionalitas, sementara “Kampung Kerapu” dalam warna kuning dan coklat kemerah-merahan mencerminkan suasana hangat dan keramahan. Kata “Situbondo” yang berwarna merah menekankan lokasi geografis dan semangat restoran. Logo ini tidak hanya menonjolkan kuliner berkualitas tetapi juga terhubung dengan budaya dan kekayaan laut lokal, menciptakan pengalaman kuliner yang menyambut dan khas.

### **3. Identitas Bisnis**

Menurut Furqon dan Nugraha (2022), di dunia bisnis yang semakin penuh dengan persaingan, mendirikan identitas bisnis yang kuat adalah faktor penting

untuk mencapai keberhasilan jangka panjang. Identitas ini melibatkan semua aspek yang mencerminkan gambaran perusahaan, mulai dari nama, logo, slogan, hingga prinsip-prinsip yang dipegang.

Identitas bisnis berperan sebagai “tampilan” perusahaan yang pertama kali dikenali oleh konsumen dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan identitas yang kuat, bisnis dapat memperoleh kepercayaan dan loyalitas konsumen, menciptakan hubungan emosional yang dalam dengan pelanggan. Hal ini penting karena pelanggan cenderung lebih memilih produk atau layanan dari usaha yang identitasnya mereka kenali dan percayai.

Selain itu, identitas yang jelas membantu perusahaan membedakan dirinya dari kompetitor di pasar yang sangat kompetitif. Menurut Wangsa dan Tyra (2021), elemen-elemen seperti lambang, warna, dan gaya komunikasi yang konsisten dapat menciptakan kesan khas yang mudah diingat oleh konsumen, sehingga membuat bisnis lebih menonjol di tengah persaingan. Identitas perusahaan juga memberikan dasar yang kuat untuk komunikasi yang terus-menerus, baik dalam promosi pemasaran, atau interaksi di *platform* media sosial

Restoran Kampung Kerapu berkomitmen untuk menyajikan hidangan seafood yang lezat dan otentik dengan harga yang terjangkau. Restoran makanan ini dibentuk untuk memberikan pengalaman kuliner yang khas dengan suasana yang nyaman dan mesra, menjadikan setiap kunjungan sebagai pengalaman yang memuaskan dan membuat pelanggan ingin kembali lagi. Dengan konsep pemandangan dan tempat makan yang terbuka, pengunjung dapat menikmati pemandangan langsung saat hidangan laut segar dihidangkan di depan mereka.

Restoran Kampung Kerapu mulai beroperasi pada tahun 2019 dan terletak di

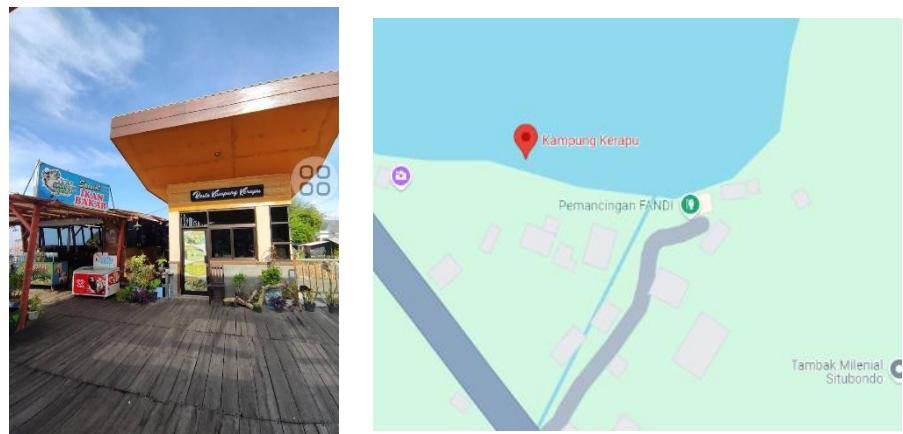
kawasan wisata Kampung Kerapu, Situbondo, Kabupaten Situbondo, Jawa Timur. Tempat ini terkenal dengan hidangan hasil laut yang segar dan pelayanan yang ramah.

Untuk memperkenalkan menu dan menarik perhatian pelanggan, Restoran Kampung Kerapu memanfaatkan Instagram sebagai satu-satunya metode promosi. Dengan menggunakan akun Instagram @restokampungkerapu, restoran ini menjangkau pelanggan potensial melalui foto yang menggiurkan dan informasi terbaru.

Menurut Aziz & Fajri (2019), Instagram dipilih karena merupakan platform media sosial yang sangat populer dengan lebih dari 1,69 miliar pengguna di seluruh dunia, dan Indonesia berada di peringkat keempat dalam penggunaan Instagram dengan total 89,16 juta pengguna aktif.

**Gambar 1. 2**

### BANGUNAN DAN LOKASI RESTORAN KAMPUNG KERAPU



Sumber : Data Perusahaan (2024)& Google Maps (2024)

Gambar 1. 3

### MENU RESTORAN KAMPUNG KERAPU



Sumber : Data Perusahaan (2024)

Gambar 1. 4

### INSTAGRAM RESTORAN KAMPUNG KERAPU



Sumber : Instagram (2024)

## B. Visi dan Misi

Visi dan misi adalah dasar suatu perusahaan agar mampu mencapai tujuan yang diimpikan. Visi dan misi berperan penting dalam perencanaan strategis organisasi. Visi memberikan visi jangka panjang mengenai tujuan dan aspirasi organisasi serta berfungsi untuk menginspirasi dan memotivasi anggota dengan memberikan arahan yang jelas. Misi, di sisi lain, menjelaskan tujuan dan peran utama organisasi serta berfungsi sebagai panduan untuk aktivitas sehari-hari dan pengambilan keputusan operasional. Misi juga berfungsi untuk berkomunikasi dengan pemangku kepentingan tentang kegiatan dan tujuan organisasi, serta menjadi dasar evaluasi kinerja. Dengan demikian, visi dan misi saling melengkapi untuk memberikan pedoman dan arahan yang diperlukan bagi keberhasilan organisasi.

Menurut David (2011), visi adalah gambaran tentang apa yang ingin dicapai oleh suatu organisasi atau individu di masa depan. Sedangkan menurut Pearce dan Robinson (2013), misi menjelaskan secara lebih rinci tentang apa yang dilakukan organisasi saat ini, siapa yang dilayani, dan bagaimana caranya.

### **Visi :**

Menjadi restoran seafood yang terbaik di Kabupaten Situbondo

### **Misi :**

1. Menyediakan hidangan seafood segar dan berkualitas tinggi
2. Mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar
3. Menjadi ikon kuliner Kabupaten Situbondo

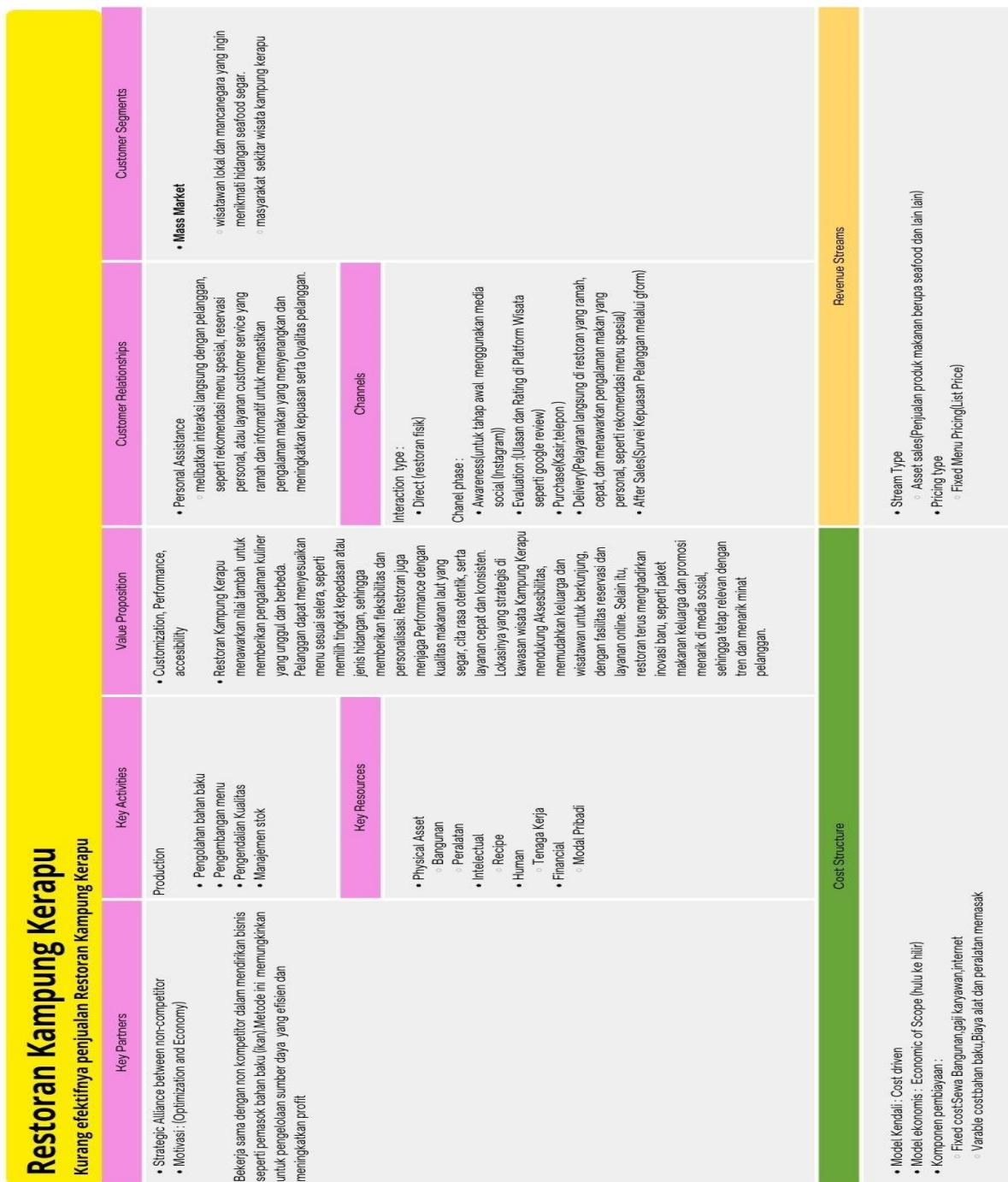
### C. Gambaran Umum Model Bisnis

Menurut Porter (2008), model bisnis menggambarkan bagaimana perusahaan menghasilkan dan mendistribusikan produk atau jasa, serta arus informasi yang terkait dengan pelaku bisnis dan perannya masing-masing.

Terdapat 9 unsur yang terdiri dari: Segmen Pelanggan (Customer Segment), Portofolio Nilai (Value Proposition), Jaringan (Channel), Hubungan terhadap Pelanggan (Customer Relationship), Sumber Dana (Revenue Stream), Sumber Daya Kunci (Key Resources), Kegiatan Inti (Key Activities), Kemitraan Kunci (Key Partners) yang akan menggambarkan bisnis secara singkat, padat dan jelas, untuk menentukan arah dan tujuan serta strategi bisnis yang dimiliki oleh perusahaan.

Untuk Restoran Kampung Kerapu sebelumnya belum memiliki Business Model Canvas (BMC) karena dijalankan sebagai usaha keluarga.

Oleh karena itu, BMC baru disusun dengan tujuan untuk menyelaraskan strategi perusahaan dan melakukan evaluasi terhadap kinerja bisnis secara lebih sistematis dan terukur."



Sumber : Olahan Penulis (2024)

#### D. SWOT Analisis

Menurut Helms dan Nixon (2010), SWOT analysis merupakan alat manajemen yang telah lama digunakan untuk perencanaan strategis, khususnya dalam memahami lingkungan internal dan eksternal organisasi. Jurnal ini mengkaji lebih dari satu dekade penelitian akademik tentang SWOT dan menemukan bahwa analisis SWOT tetap relevan, tetapi dengan berbagai batasan.

Berdasarkan teori tersebut, dapat dijelaskan dan diidentifikasi bahwa analisis SWOT berperan penting dalam membantu perusahaan mengevaluasi berbagai aspek yang mempengaruhi kinerjanya, baik secara internal maupun eksternal. Analisis ini mencakup identifikasi kekuatan (*strengths*) yang dimiliki perusahaan untuk bersaing, kelemahan (*weaknesses*) yang dapat menghambat pertumbuhan, peluang (*opportunities*) yang bisa dimanfaatkan untuk mengembangkan bisnis, serta ancaman (*threats*) dari faktor eksternal yang mungkin menimbulkan risiko atau tantangan bagi perusahaan. Dengan melakukan analisis SWOT, perusahaan dapat menyusun strategi yang lebih matang dan tepat guna untuk mencapai tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

Dan berikut analisis penulis mengenai bisnis usaha Restoran Kampung Kerapu Situbondo:

*Strength* (Kekuatan)

- Lokasi yang Strategis
- Bahan baku yang berkualitas dan segar
- Konsep yang berkombinasi dengan alam

*Weakness* (Kelemahan)

- Kurangnya Promosi
- Infrastruktur yang belum memadai
- Sumber Daya Manusia

*Opportunity*

- Meningkatkan Pariwisata Lokal
- Menggunakan *Social Media*

*Threats* (Ancaman)

- Persaingan kuat dengan usaha serupa yang sudah berdiri lama
- Cuaca Dan Kondisi Alam

**Tabel 1. 3**  
**MATRIKS SWOT ANALYSIS**

	<p><b>STRENGTH</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokasi yang strategis</li> <li>- Bahan baku yang berkualitas dan segar</li> <li>- Konsep yang berkombinasi dengan alam</li> <li>- Olahan Ikan Kerapu yang variatif</li> </ul>	<p><b>WEAKNESS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kurangnya Promosi</li> <li>- Infrastruktur yang belum memadai</li> <li>- Sumber Daya Manusia</li> </ul>
<p><b>OPPORTUNITIES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatkan Pariwisata Lokal</li> <li>- Menggunakan <i>Social Media</i></li> </ul>	<p><b>STRATEGI S-O</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memaksimalkan lokasi kawasan wisata yang strategis untuk promosi pariwisata lokal</li> <li>- Mengembangkan konsep alam dengan pengoptimalan Media Sosial</li> <li>- Menyelenggarakan acara atau festival kuliner lokal untuk meningkatkan pariwisata</li> </ul>	<p><b>STRATEGI W-O</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk meningkatkan promosi</li> <li>- Pengembangan Infrastruktur secara bertahap dengan berfokus meningkatkan pengalaman wisatawan</li> </ul>
<p><b>THREAT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Persaingan kuat dengan usaha serupa yang sudah berdiri lebih lama</li> <li>- Cuaca dan kondisi alam</li> </ul>	<p><b>STRATEGI S-T</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memanfaatkan bahan baku segar untuk menonjolkan ciri khas menu</li> <li>- Memaksimalkan lokasi strategis untuk menghadapi persaingan</li> </ul>	<p><b>STRATEGI W-T</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia</li> </ul>

## E. Spesifikasi Produk/Jasa

Menurut Armstrong et al. (2014), produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen. Produk mencakup barang fisik, layanan, pengalaman, peristiwa, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.

Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa produk mencakup beraneka ragam bentuk, tidak terbatas pada barang fisik saja, tetapi juga meliputi jasa, pengalaman, peristiwa, serta elemen yang bersifat non fisik seperti tempat, orang, dan ide. Dengan demikian, produk memiliki fungsi untuk menciptakan nilai melalui pengalaman yang diberikan pada konsumen. Hal ini berarti bahwa produk harus didesain dan dipasarkan dengan mempertimbangkan berbagai dimensi dan unsur yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen, serta memberikan keuntungan dan kepuasan tambahan yang melebihi fungsi dasarnya. Pemahaman ini membantu perusahaan dalam menciptakan tawaran yang relevan dan bernilai untuk pasar sasaran perusahaan.

Usaha kuliner Restoran kampung kerapu telah menjual serta memproduksikan makanan selama 4 tahun. Dipromosikan dan dipasarkan kepada konsumen bahwa terdapat makanan laut yang dijual dengan cita rasa yang nikmat serta harga yang pas. Produk yang digunakan Restoran kampung kerapu adalah hasil laut yang berkualitas dan segar serta diolah dengan resep yang handal, yang kemudian dihidangkan. Selain itu, restoran kampung kerapu juga menyediakan beberapa olahan seperti, asam manis, bakar, bumbu saos

padang, goreng mentega, dan kukus, serta berbagai olahan sayuran seperti cah kangkung, cah tauge, dan capcay. untuk meningkatkan kelezatan dan aneka rasa pada setiap olahan yang dimasak.

restoran kampung kerapu menyuguhkan sajian seafood dengan berbagai rasa yang berbeda - beda yang tentunya akan memudahkan konsumen untuk menikmatinya.

Berikut beberapa produk utama yang ditawarkan dari restoran ini :

#### **F. Jenis Badan Usaha**

Menurut Fridayati & Intansari (2019), badan usaha adalah suatu organisasi atau entitas yang didirikan untuk menjalankan kegiatan produksi dan distribusi barang atau jasa dengan tujuan utama memperoleh keuntungan.

Kepemilikan dan tipe usaha Restoran Kampung Kerapu merupakan tipe Perusahaan Perseorangan. Yang dimaksud dengan Perusahaan Perseorangan adalah bahwa usaha ini didirikan, dimiliki dan dioperasikan oleh satu orang dan pemilik akan bertanggung jawab penuh atas semua aspek bisnis yang terjadi.

Keunggulan dari jenis usaha perseorangan adalah mempunyai kendali penuh atas usaha dan fleksibel dalam menghadapi penyesuaian dan kemungkinan perubahan usaha sewaktu-waktu.

#### **G. Aspek Legalitas**

Menurut Kusmanto dan Warjio (2019), legalitas usaha adalah pengakuan resmi yang diberikan oleh pemerintah atau otoritas yang

berwenang kepada suatu usaha untuk beroperasi secara sah dan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Legalitas usaha mencakup berbagai izin dan dokumen hukum yang memungkinkan suatu bisnis untuk menjalankan kegiatan usahanya tanpa melanggar ketentuan hukum.

Maksud dan tujuan memiliki izin usaha adalah sebagai wujud perlindungan baik bagi pengusaha itu sendiri, konsumen, lingkungan, dan pihak-pihak yang terkait lainnya. Diharapkan agar usaha atau perusahaan dapat tertib dalam mewujudkan pemerataan peluang kerja dan menciptakan kesejahteraan ekonomi dan perdagangan.

Berikut terlampir data kelengkapan yang dimiliki usaha Restoran kampung kerapu:

**Gambar 1. 6**

**SURAT PERJANJIAN SEWA LAHAN / PEMAKAIAN  
KEKAYAAN DAERAH**

SURAT PERJANJIAN SEWA LAHAN/PEMAKAIAN KEKAYAAN DAERAH

Antara

PEMERINTAH KABUPATEN SITUBONDO

Dengan

PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH

Tentang

PENGUNAAN LAHAN WISATA KAMPUNG KERAPU UNTUK KIOS BANGUNAN

USAHA PERDAGANGAN

NOMOR : 028/356 /431.318.4/2023

Pada hari ini, Senin tanggal Sembilan bulan Januari tahun Dua Ribu Dua Puluh Tiga, bertempat di Kantor Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Situbondo, Jalan PB. Sudirman No. 77C Situbondo, kami yang bertandatangan dibawah ini :

I. Nama : Drs. ACHMAD DJUNAIDI, M.Si

Pangkat : Pembina Utama Muda (IV/c)

NIP : 19660607 199403 1 014

Jabatan : Kepala Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Situbondo

Alamat : Jalan PB. Sudirman No. 77C Situbondo

Dalam Perbuatan hukum ini dari dan karenanya sah secara hukum bertindak untuk dan atas nama Pemerintah Kabupaten Situbondo, selanjutnya disebut **PIHAK KESATU**.

II. Nama : SAIFUL BAHRI

Pekerjaan : Wiraswasta

Alamat : Jl. Irian Jaya II/6 RT.001 RW.001 Kel. Mimbaan Kec. Panji

Dalam Perbuatan hukum ini dari dan karenanya sah secara hukum bertindak untuk dan atas nama pribadi, selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**

Selanjutnya **PIHAK KESATU** dan **PIHAK KEDUA** disebut juga **KEDUA BELAH PIHAK**, terlebih dahulu menerangkan bahwa didasari oleh kepentingan dan tanggung jawab yang sama dalam memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat, maka sepakat untuk mengadakan Surat Perjanjian Sewa Lahan/Bangunan Milik Pemerintah Kabupaten Situbondo, sebagaimana ketentuan pasal-pasal sebagai berikut :

**Pasal 1**

**RUANG LINGKUP**

Ruang Lingkup Surat Perjanjian ini adalah Pengelolaan lahan Wisata Kampung Kerapu untuk Kios Bangunan Usaha Perdagangan sebagai upaya terpeliharanya lahan Wisata Kampung Kerapu untuk Kios Bangunan serta untuk peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Dari data perizinan yang sudah tertera, dapat disimpulkan bahwa Pemerintah Kabupaten Situbondo memberikan izin penggunaan lahan wisata kepada pelaku usaha mikro kecil untuk kegiatan perdagangan dalam bentuk kios di area wisata yang telah ditentukan,

Dengan dilengkapi semua persyaratan surat legal, maka usaha Restoran Kampung Kerapu ini dapat menjalankan usaha secara legal dan sah sesuai dengan peraturan yang berlaku dan tentu saja pemerintah akan melindungi hak usaha untuk menjalankan usahanya tanpa campur tangan atau intervensi dari pihak yang tidak berkepentingan