

# **BAB 1**

## **DESKRIPSI BISNIS**

### **A. Latar Belakang**

Industri makanan dan minuman sehat di Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama setelah terdampak pandemi COVID-19 (Rachman, 2022:1045). Hal ini mendorong produsen untuk terus dapat berinovasi dalam produk yang lebih sehat, inovasi dalam produk makanan dan minuman sehat menjadi faktor penting untuk menarik perhatian konsumen yang semakin sadar dengan aspek kesehatan.

Kota Bandung tidak hanya dikenal sebagai Kota Kembang dengan banyaknya daya tariknya, kota Bandung selalu menarik wisatawan. Kota Bandung baru-baru ini masuk dalam jajaran *World Trending Destinations* 2024 Tripadvisor dalam kategori "Best of the Best Destinations Travelers Choice". Dari 25 kota di seluruh dunia, menurut Tripadvisor ada berbagai alasan yang menjadikan Kota Bandung masuk dalam daftar *World Trending Destinations* 2024. Menurut TasteAtlas Kota Bandung berada di urutan ke-10 dalam "100 Kota Makanan Terbaik" dan jajanan khas Bandung menjadi inspirasi bagi kota-kota lain di Indonesia. Oleh karena itu, Kota Bandung sendiri sangat menjanjikan untuk dijadikan destinasi wisata kuliner yang beragam.

Penulis melihat dari data wisatawan yang tersedia pada Badan Pusat Statistik Kota Bandung, kunjungan wisatawan domestik maupun wisatawan

mancanegara pada tahun 2023 di Kota Bandung tercatat ada sebanyak 7,752,507 jiwa. Hal ini membuat Kota Bandung menjadi salah satu kota di Indonesia yang terkenal akan destinasi wisata dan wisata kulinernya. Industri makanan dan minuman di Kota Bandung berkembang dengan sangat pesat, yang meningkatkan popularitasnya sebagai destinasi wisata kuliner serta menarik wisatawan dan penduduk lokal terutama selama akhir pekan.

Wisata kuliner adalah petualangan rasa yang mengajak kita untuk merasakan keanekaragaman kuliner Indonesia sambil belajar tentang budaya dan tradisi masyarakat setempat (Wibawati, 2021:39). Dengan kata lain wisata kuliner tidak hanya sebuah aktivitas untuk mencicipi nikmatnya makanan dan minuman, akan tetapi juga menciptakan keunikan serta kenangan yang ditimbulkan setelah menikmati makanan dan minuman.

Sektor pariwisata makanan memegang peranan penting dalam menunjang pertumbuhan perekonomian di suatu daerah, perkembangan ini juga memberi efek terhadap pertumbuhan ekonomi di lingkungan objek wisata sekitar. Industri makanan dan minuman pada saat ini sudah menjadi tren dan juga *lifestyle*, hal ini membantu usaha di bidang kuliner cenderung ramai dan permintaan akan kuliner inovatif semakin meningkat. Hal ini yang menciptakan peluang bagi para pengusaha untuk memasuki pasar dengan produk yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut.

Semakin perkembangan zaman para pengusaha kuliner semakin kreatif dalam mendalami usaha mereka agar tetap bisa bersaing era *modern*, salah satu usaha yang semakin maju pada saat ini adalah kedai *healthy food* dan

*healthy drink*. Makanan dan minuman pada saat ini sudah menjadi tren dan *lifestyle*, hal ini membuat usaha dibidang ini cenderung ramai dan masyarakat semakin sadar akan kualitas produk yang mereka konsumsi, sehingga permintaan akan minuman inovatif semakin meningkat. Hal ini menciptakan peluang bagi usaha ini untuk memiliki peluang yang menjanjikan karena peminat makanan dan minuman sehat cukup terbilang banyak. *healthy food* dan *healthy drink* pada saat ini sangatlah populer, bahkan telah menjadi tren karena *healthy food* dan *healthy drink* menawarkan inovasi kreatif yang menarik bagi penikmatnya.

*Healthy food* dan *healthy drink* dapat diartikan sebagai makanan dan minuman yang memberikan manfaat pada kesehatan tubuh tanpa tambahan bahan-bahan berbahaya seperti tambahan gula yang berlebih (Aphsal, 2022). *Healthy food* dan *healthy drink* dapat berbasis buah-buahan dan sayur-sayuran, buah dan sayur kaya akan serat, vitamin, mineral serta antioksidan yang baik untuk kesehatan tubuh (Mandagie, 2023). *Healthy drink* merupakan minuman yang berbahan dasar buah dan sayur yang diolah menjadi juice (Indriani, 2022:26). *Healthy food* dan *healthy drink* juga dapat diartikan sebagai makanan serta minuman yang memberikan manfaat dengan bahan-bahan alami tanpa tambahan gula yang berlebih.

Pada saat ini antusiasme dari para penggemar *healthy food* dan *healthy drink* di Kota Bandung sudah sangat berkembang, terdampak dari *trend* yang semakin berkembang serta gaya hidup sehat pada kalangan tua atau pun kalangan muda. Hal ini membawa perubahan dalam kebiasaan mengonsumsi *healthy food* dan *healthy drink* dan menciptakan ruang bagi inovasi baru

pada *healthy food* dan *healthy drink*, salah satu *healthy drink* yang saat ini digemari dan semakin berkembang adalah *mocktail squash*, meski terlihat kurang menyehatkan namun pada kenyataannya minuman ini menyehatkan karena bahan-bahan campuran yang digunakan merupakan bahan alami tanpa tambahan gula berlebih. *Mocktail squash* pada umumnya dibuat dengan campuran air atau soda yang ditambahkan dengan sari buah dan ditambah dengan irisan buah segar sebagai *garnish*, oleh karena itu minuman ini cocok dinikmati saat acara formal maupun santai.

*Mocktail* merupakan campuran minuman *non-alcoholic* yang membutuhkan campuran dari satu atau lebih produk *non-alcoholic* seperti jus (Moni, 2017:7105). *Mocktail* dapat memberikan berbagai opsi menarik dan juga memberikan sensasi yang menyegarkan, yang membuat minuman ini menjadi cocok untuk menemani di hari yang panas atau pun di hari yang dingin. Minuman *mocktail* sangat cocok untuk segala kalangan usia terutama bagi mereka yang sedang berada di rentang usia 15 - 45 tahun, melihat dari jurnal karya Modjo dan Ahmad (2022) disimpulkan bahwa demografi konsumen yang menyukai *mocktail* adalah mulai dari rentang usia 15 tahun sampai dengan 45 tahun, baik mereka pelajar, mahasiswa atau pun pekerja. Konsumen pada rentang usia ini sangat aktif, memiliki tingkat kesibukan yang tinggi serta menjalani gaya hidup kontemporer yang sesuai dengan *trend* saat ini. Peminat makanan dan minuman sehat berbasis buah-buahan dipengaruhi oleh berbagai macam faktor seperti gaya hidup sehat, preferensi rasa dan juga pengetahuan tentang manfaat buah-buahan.

Peluang usaha kedai *healthy food & healthy drink* di Kota Bandung memiliki peluang yang besar karena masyarakat, khususnya generasi muda yang semakin tertarik mencoba berbagai jenis kuliner yang baru dan juga populer, hal ini mencerminkan tren konsumsi konsumen di Kota Bandung yang semakin meningkat dalam kesadaran akan kesehatan serta gaya hidup sehat. Fenomena ini menciptakan peluang bagi pengusaha-pengusaha UMKM untuk terus berinovasi menciptakan variasi menu yang menarik serta inovatif. Selain faktor tren konsumsi konsumen di Kota Bandung, faktor lokasi juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha karena semakin sebuah lokasi mudah di akses oleh konsumen dan semakin potensial sebuah lokasi yang dipilih maka akan semakin berkemungkinan besar dalam meningkatkan penjualan produk.

Kota Bandung memiliki berbagai lokasi strategis untuk menjadi tempat usaha kuliner seperti di pusat perbelanjaan, area keramaian, pujasera, dan banyak pilihan tempat strategis lainnya. Alasan penulis memilih Sudirman *Street Day & Night Market* sebagai lokasi usaha adalah karena lokasi Sudirman *Street Day & Night Market* yang strategis untuk bisnis, terutama di bidang kuliner karena aksesibilitas yang cukup mudah dijangkau serta memiliki daya tarik besar bagi wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara dalam berwisata kuliner di Kota Bandung.

Sudirman *Street Day & Night Market* mulai beroperasi dari pagi hingga dengan malam hari, suasana dan lingkungan disini pada siang hari cenderung lebih sepi dibandingkan malam hari akan tetapi hal ini akan memberikan kenyamanan bagi mereka yang ingin menghindari keramaian. Sedangkan

pada malam hari tempat ini menjadi sangat ramai akan pengunjung dari segala usia, ditambah dengan suguhan pilihan makanan dan minuman yang sangat beragam (Kompasiana, 2016).

Oleh karena itu, *Sudirman Street Day & Night Market* tidak hanya memiliki lokasi yang strategis untuk bisnis kuliner, namun juga berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi lokal dan pengembangan pariwisata di Kota Bandung. Dengan pertimbangan yang telah penulis paparkan diatas, penulis memutuskan memilih *Sudirman Street Day & Night Market* sebagai lokasi kedai squash karena memiliki lokasi yang strategis serta berpotensi tinggi dalam keberhasilan bisnis kedepannya.

Di *Sudirman Street Day & Night Market* dan daerah sekitarnya penulis menemukan beberapa usaha serupa dengan usaha penulis yang sudah berkembang dan memiliki pelanggan tetap. Diantaranya seperti berikut.

**Tabel 1. 1**

**Data Usaha Serupa**

No	Kompetitor	Lokasi
1	Seger Djaya Mocktail	Jl. Dipati Ukur No.68, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
2	Rainbow Juice	Sudirman Street Day & Night Market, Jl. Jendral Sudirman No. 107, Bandung
3	Fit Fuel Salad & Smoothie Bar	Jl. Maulana Yusuf No.2, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung
4	NARA Smoothie Bar	Jl. Peta No.67, Pelindung Hewan, Kec. Astanaanyar, Kota Bandung

Sumber : Observasi penulis (2024)

Dari data yang telah penulis dapatkan, bahwa di Kota Bandung tepatnya di Sudirman *Street Day & Night Market* sangat layak untuk dijadikan tempat usaha kedai minuman squash. Sudirman *Street Day & Night Market* menjadi salah satu lokasi strategis sebagai objek wisata kuliner di Kota Bandung, selain itu juga berdekatan dengan objek wisata lainnya seperti jalan Braga, alun-alun Kota Bandung, dan juga jalan Asia-Afrika yang dimana tempat-tempat ini sudah menjadi objek wisata yang sangat terkenal bagi masyarakat, wisatawan lokal atau pun wisatawan mancanegara. Hal inilah yang menjadikan daerah ini selalu ramai akan pengunjung pada siang atau pun malam hari.

Selain melihat pesaing usaha serupa, penulis juga melakukan tes *market* pada masyarakat Kota Bandung, terutama disekitar daerah Sudirman dengan tujuan agar dapat melihat lingkup pasar di Sudirman *Street Day & Night Market*. Penulis menggunakan *google form* untuk melakukan tes *market*, penulis mendapatkan 157 responden yang berasal dari Kota Bandung. Berikut hasil dari survei tes *market* yang penulis lakukan.

**Tabel 1. 2****Hasil Test Market****n = 157**

<b>No</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Hasil</b>
1	Berapa usia Anda?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- &lt;15 tahun 0,6% (1 Responden)</li> <li>- 16-25 tahun 25,5% (40 Responden)</li> <li>- 26-35 tahun 72% (113 Responden)</li> <li>- 36-45 tahun 1,9% (3 Responden)</li> <li>- &gt;45 tahun 0% (0 Responden)</li> </ul>
2	Apa pekerjaan Anda saat ini?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pelajar 3,2% (5 Responden)</li> <li>- Mahasiswa 70,7% (111 Responden)</li> <li>- Pekerja 22,9% (36 Responden)</li> <li>- Wirausaha 3,2% (5 Responden)</li> </ul>
3	Seberapa sering Anda menghabiskan waktu diluar untuk <i>hang out</i> di kota Bandung?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Setiap hari 2,5% (4 Responden)</li> <li>- 3-4 kali seminggu 86,6% (136 Responden)</li> <li>- 1-2 kali seminggu 10,8% (17 Responden)</li> </ul>
4	Hal apa yang menjadi pertimbangan Anda dalam memilih tempat untuk <i>hang out</i> ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokasi yang mudah diakses 87,3% (137 Responden)</li> <li>- Tempat yang nyaman dan santai 9,6% (15 Responden)</li> <li>- <i>Instagramable</i> 3,2% (5 Responden)</li> </ul>
5	Menurut Anda lokasi apa yang <i>ideal</i> untuk membeli makanan dan minuman?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Area kampus atau perkantoran 4,5% (7 Responden)</li> <li>- Pusat perbelanjaan 6,4% (10 Responden)</li> <li>- Pujasera atau <i>food court</i> 89,2% (140 Responden)</li> </ul>
6	Hal apa saja yang menjadi pertimbangan Anda dalam memilih makanan dan atau minuman?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rasa 38,9% (61 Responden)</li> <li>- Kesehatan 52,2% (82 Responden)</li> <li>- <i>Brand</i> 3,2% (5 Responden)</li> <li>- Harga 5,7% (9 Responden)</li> </ul>

Sumber : Survei penulis (2024)

Dari data yang penulis dapatkan dari survei yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa di Sudirman *Street Day & Night Market* memiliki daya tarik yang besar, terutama dalam hal kemudahan akses dan pilihan tempat makan dan minum serta meningkatnya kesadaran akan kesehatan juga mempengaruhi pilihan konsumen, dengan preferensi yang lebih tinggi pada produk alami dan rendah gula.



Selain itu, penulis melakukan uji produk dengan melibatkan para ahli untuk memberikan masukan terkait perencanaan usaha kedai Urban Fizz yang akan didirikan. Para ahli memberikan pandangan dan saran yang mendalam mengenai berbagai aspek seperti strategi pemasaran, pengelolaan usaha, dan inovasi produk untuk meningkatkan daya tarik. Berikut hasil dari tes produk yang penulis lakukan.

**Tabel 1. 3**

**Profil dan Usulan Tes Produk oleh Ahli Pakar**

No	Nama	Profesi	Pernyataan
1	Donna	Assistant FBM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penilaian BMC : Dari BMC yang telah dibuat menunjukkan bahwa kedai ini berbeda dengan yang lain. Dengan pemahaman tentang pasar dan desain produk yang unik dapat menjadi keunggulan.</li> <li>• Saran &amp; masukan : Untuk produksi item produk sebisa mungkin menggunakan pengulangan pemakaian bahan-bahan (<i>multipurpose</i>) untuk menghemat biaya awal dan <i>costing</i> bahan.</li> <li>• Harapan : Dapat memaksimalkan bahan baku yang ada untuk menjadi salah satu cara untuk memaksimalkan penjualan dan laba serta meminimalisir tambahan biaya modal.</li> </ul>
2	Bagus	FB Service Leader	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penilaian BMC : BMC sudah dirancang cukup baik dalam memetakan <i>value proposition</i>, <i>customer segment</i>, dan <i>channel</i>. Akan tetapi ada beberapa poin yang perlu diperhatikan untuk mengoptimalkan usaha ini.</li> <li>• Saran &amp; Masukan : Kedepannya dapat menciptakan menu yang lebih unik, sehingga pelanggan yang datang tidak bosan dengan menu yang standar atau pun yang serupa dengan tempat lain.</li> <li>• Harapan : Melakukan evaluasi secara berkala secara berkala terhadap BMC serta melakukan penyesuaian yang harus dilakukan.</li> </ul>

Sumber : Survei penulis (2024)

**Tabel 1. 3 (Lanjutan)****Profil dan Usulan Tes Produk oleh Ahli Pakar**

3	Bayu	FB Service Leader	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penilaian BMC : Perencanaan bisnis sudah dirancang dengan matang dan detail. Pertimbangan yang baik dalam segmentasi pelanggan.</li> <li>• Saran &amp; masukan : Untuk pemilihan variasi produk harus sering di <i>review</i> secara berkala untuk dapat mengetahui produk apa yang dapat dikembangkan dan produk apa yang harus di eliminasi.</li> <li>• Harapan : Dapat terus beradaptasi dengan perubahan pasar agar dapat meningkatkan posisi bisnis di industri kuliner sehat.</li> </ul>
4	Hardi	Bartender	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penilaian BMC : Perencanaan bisnis sudah bagus dengan melibatkan pemasok lokal sehingga dapat membantu petani lokal dan juga mendapatkan bahan yang <i>fresh</i>.</li> <li>• Saran &amp; masukan : dapat menjalin kerjasama dengan pihak lain seperti petani lokal, dan produsen kemasana ramah lingkungan untuk dapat meningkatkan citra kedai dan ekonomi lokal.</li> <li>• Harapan : Melakukan <i>research</i> ke tempat pembelian bahan-bahan untuk mendapatkan bahan-bahan yang berkualitas yang lebih baik.</li> </ul>
5	Fina	FB Service	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penilaian BMC : Business Model Canvas ini sudah dirancang dengan cukup detail dan mencakup aspek-aspek penting untuk mendukung keberhasilan bisnis.</li> <li>• Saran &amp; masukan : Pendapatan utama dari penjualan produk digital sudah relevan, tetapi mungkin bisa ditambahkan dengan layanan premium berlangganan untuk meningkatkan pendapatan berulang.</li> <li>• Harapan : Beberapa hal yang bisa dipertimbangkan adalah diversifikasi sumber pendapatan dan penguatan hubungan dengan pelanggan melalui program loyalitas.</li> </ul>
6	Juju	Manager	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penilaian BMC : konsep BMC dari kedai cukup baik, namun beberapa aspek perlu diperkuat (<i>channels &amp; segmentasi pasar</i>).</li> <li>• Saran dan masukan : memanfaatkan platform digital dengan maksimal sesuai dengan segmen pasar yang dituju, serta memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai <i>product knowledge</i> agar dapat memberikan pelayanan yang baik.</li> <li>• Harapan : Dapat terus berinovasi baik dalam pengembangan produk maupun dalam pemasaran produk.</li> </ul>

Sumber : Survei penulis (2024)

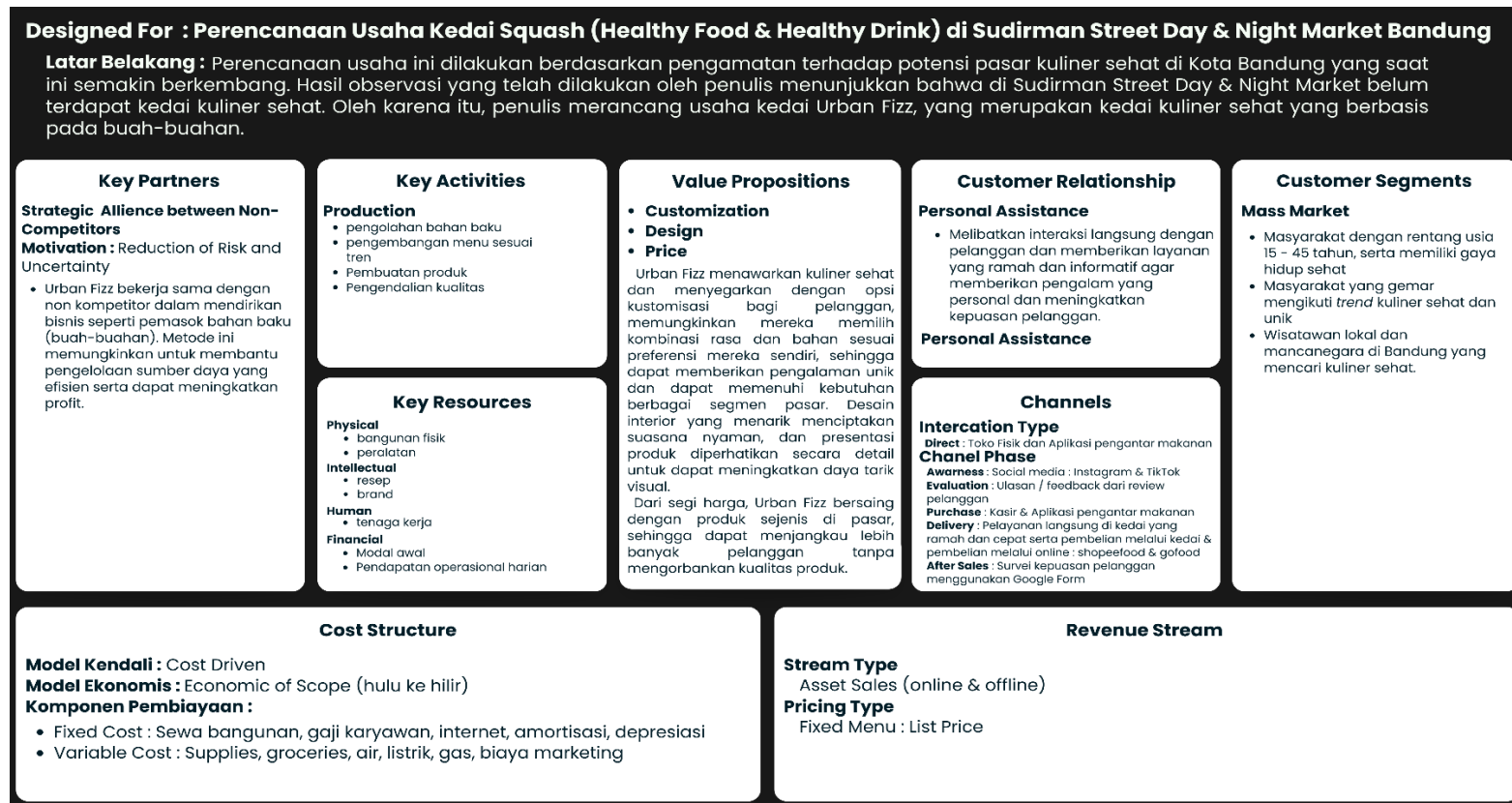
Dari hasil data tes *market* dan tes produk yang telah penulis dapat menyimpulkan bahwa perencanaan bisnis ini memiliki potensi yang besar untuk tumbuh dan berkembang menjadi usaha kuliner sehat yang sukses.

Setiap perencanaan usaha harus memiliki strategi bisnis sendiri, dengan merancang strategi bisnis maka pengusaha akan dapat mengetahui pasar apa yang akan mereka tuju dan strategi apa yang akan mereka gunakan. Banyak cara yang bisa dilakukan untuk merancang strategi, salah satunya dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). *Business Model Canvas* merupakan alat strategis yang dapat digunakan untuk mengembangkan, memvisualisasi, mendeskripsikan serta menganalisis model bisnis (Osterwalder dan Pigneur, 2012).

BMC dirancang untuk membantu membuat kerangka kerja visual yang memungkinkan bagi para pengusaha untuk merancang bisnis dengan lebih terstruktur dan sistematis (Osterwalder dan Pigneur, 2012). BMC bukan hanya sebagai alat untuk merancang model bisnis saja, akan tetapi juga sebagai alat strategis yang dapat membantu dalam pengembangan dan evaluasi bisnis secara berkelanjutan. Oleh karena itu penulis membuat BMC dalam membuat strategi model bisnis dari perencanaan usaha yang penulis rancang. Berikut adalah *Business Model Canvas* dari Kedai Urban Fizz yang penulis rancang.

Gambar 1. 1

## Business Model Canvas Urban Fizz



Sumber : Olahan penulis (2024)

Perencanaan usaha ini diusulkan oleh penulis karena melihat potensi wisata kuliner di Kota Bandung yang memiliki keunikan dan keberagaman, mengikuti tren konsumsi makanan dan minuman sehat di Kota Bandung yang makin tinggi dan gaya hidup sehat masyarakat terutama kalangan muda yang makin berkembang seiring perkembangan zaman dengan menikmati kuliner sembari berkumpul atau pun bekerja, menggunakan bahan-bahan lokal berkualitas yang akan dapat membantu menciptakan lapangan kerja baru.

Berdasarkan pemaparan yang telah disampaikan diatas, penulis melihat bahwa pada saat ini usaha kedai kuliner sehat memiliki peluang yang cukup besar peminatnya dengan pesaing yang cukup banyak. Maka dari itu, penulis merancang untuk mendirikan usaha kedai makanan sehat dan minuman sehat yang berbasis buah-buahan sebagai Tugas Akhir dengan judul **“PERENCANAAN USAHA KEDAI SQUASH (HEALTHY FOOD & HEALTHY DRINK) DI SUDIRMAN STREET DAY & NIGHT MARKET BANDUNG”**.

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

### **1. Deskripsi Bisnis**

Secara umum bisnis sendiri merujuk pada suatu kegiatan ekonomi yang dilakukan dengan tujuan mendapatkan keuntungan (Wahyudin, 2024). atau dapat diartikan sibuk untuk mengerjakan suatu pekerjaan yang akan mendatangkan keuntungan (Kamaluddin, 2017). Berdasarkan penjelasan di atas penulis menyimpulkan bisnis dapat diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan secara individu atau pun kelompok untuk

menghasilkan keuntungan dengan melibatkan pertukaran nilai, dimana suatu produk atau jasa ditukar dengan uang.

Kedai yang penulis rancang merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang kuliner sehat dengan squash yang menjadi menu utama pada kedai ini. Squash berbahan dasar campuran sari buah-buahan segar yang berkarbonasi, selain produk squash rencana produk lainnya yang ditawarkan yaitu makanan dan minuman sehat seperti campuran yang terbuat dari gabungan beberapa sari buah-buahan dan juga ada minuman yang terbuat dari potongan atau irisan buah-buahan yang direndam semalaman dengan air. Kedai ini juga menawarkan beberapa produk makanan sehat seperti *smoothies bowl*, *yogurt bowl*, dan *fruit salad*.

Kedai ini didirikan dengan konsep yang menggambarkan konsep yang *modern* dan dapat dinikmati oleh seluruh kalangan umur, baik dari pelajar, mahasiswa, pekerja, hingga kalangan lanjut usia. Urban Fizz diharapkan dapat menjadi tempat bagi para pengunjung Sudirman *street day & night market* untuk menikmati waktu luangnya sembari menikmati kuliner sehat.

Berikut beberapa foto dari kedai Urban Fizz yang penulis desain sendiri dengan menggunakan aplikasi *Coohom*.

Gambar 1. 2

## Rancangan Kedai



Sumber : Desain oleh Penulis menggunakan Coohom (2024)

Kedai ini mengusung desain yang *modern* dan ceria, dengan dinding ruangan yang didominasi warna kuning yang lembut menciptakan suasana yang tenang serta warna jingga yang hangat menciptakan suasana yang hidup dan energik. Terdapat juga meja *display* dengan warna putih yang membantu menciptakan kontras yang menarik dan membuat ruangan terasa lebih hidup. Selain itu, juga terdapat *display* buah-buahan segar yang ditata dengan menarik serta terdapat beberapa poster di dinding dengan gambar buah-buahan yang sesuai dengan tema produk.

Secara keseluruhan kedai ini dirancang agar dapat menjadi tempat yang nyaman untuk bersantai sembari menikmati makanan dan minuman dengan desain interior yang *modern* dan penggunaan warna-warna cerah. Hal ini menjadikan kedai ini cocok bagi mereka yang menyukai makanan dan minuman yang sehat, serta mereka yang ingin menikmati suasana santai.

## 2. Deskripsi Logo dan Nama

Logo merupakan simbol visual yang merepresentasikan sebuah usaha atau organisasi yang berfungsi sebagai tanda atau simbol yang mencerminkan usaha atau organisasi tersebut (Said, 2017). Berdasarkan penjelasan di atas, maka dari itu penulis menyimpulkan bahwa logo merupakan simbol grafis yang dirancang agar dapat memberikan kesan pertama yang kuat sekaligus dapat mendeskripsikan sebuah usaha.

Logo dan nama memiliki peran yang sangat penting dalam mendirikan usaha, karena kedua hal ini berfungsi sebagai identitas visual yang dapat membedakan suatu usaha dari yang lain. Maka dari itu, penulis telah memilih nama “Urban Fizz” untuk nama usaha kedai *healthy food & healthy drink* yang penulis rancang.

Nama “Urban Fizz” terdiri dari dua kata yaitu *Urban* yang menggambarkan bahwa kedai ini memiliki gaya yang kekinian serta cocok dengan gaya hidup *urban* yang cepat dan *Fizz* yang merujuk kepada minuman squash yang segar dan berkarbonasi yang memberikan sensasi yang menyenangkan saat di minum dan juga yang menjadi menu utama kedai ini. Dengan mengusung nama tersebut, penulis memiliki harapan kedai squash ini dapat menjadi destinasi kuliner yang nyaman untuk berinteraksi dan bersantai sembari menikmati cita rasa buah-buahan yang menyegarkan.



**Gambar 1. 3**  
**Logo Urban Fizz**



Sumber : Desain oleh penulis (2024)

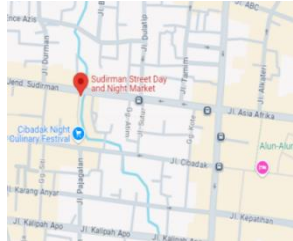
Logo yang dibuat oleh penulis mengandung makna di setiap gambarnya, yaitu “Urban Fizz” sebagai nama dari *brand* usaha. Bentuk persegi panjang menjadi dasar logo, hal ini memberikan kesan stabil dan kuat. Namun dengan adanya percikan cairan di sekelilingnya, bentuk tersebut menjadi lebih dinamis dan tampak "meledak" dengan energi yang ada. Selain itu elemen percikan cairan pada logo juga menciptakan kesan gerakan, kesegaran, serta energi yang melimpah.

Warna jingga yang menjadi ciri khas logo ini memberikan kesan yang hangat, ceria, dan energik. Warna ini mencerminkan buah-buahan tropis dan suasana yang menyenangkan. Selain itu, warna jingga juga sering dilambangkan sebagai kreativitas dan semangat yang mencerminkan jiwa muda dan modern. Hal ini menggambarkan sensasi segar dan ledakan rasa di mulut saat menikmati minuman "Urban Fizz, dengan desainnya yang dinamis dan penuh warna berhasil menarik perhatian dan meninggalkan kesan yang mendalam di benak konsumen.

Kedai Urban Fizz juga memiliki *tagline* yaitu “Fizz Up Your Day!” kata “Fizz Up” memberikan kesan yang positif dan energik, sehingga membuat konsumen tertarik. Sedangkan “Your day!” merujuk pada hari-hari atau aktivitas sehari-hari para konsumen. Secara keseluruhan *tagline* ini merujuk kepada ajakan kepada para konsumen untuk membuat harinya lebih bersemangat dan menyenangkan dengan menikmati minuman Squash yang segar dan berkarbonasi. *Tagline* ini juga langsung berhubungan dengan produk utama yang ditawarkan, yaitu Squash yang berkarbonasi dan menyegarkan.

### **3. Identitas Bisnis**

Rencana lokasi dari usaha yang dirancang penulis yaitu terletak di Sudirman *Street Day & Night Market* yang berada di Jalan Jenderal Sudirman No.107, Karanganyar, Kota Bandung. Penulis memilih lokasi tersebut karena pasar ini menarik pengunjung dari berbagai kalangan usia, mudah di akses serta berada di pusat Kota Bandung, membuat Sudirman *Street Day & Night Market* selalu ramai pengunjung baik wisatawan lokal atau pun wisatawan mancanegara. Maka dari itu, menurut penulis lokasi tersebut sangat strategis untuk menjadi tempat usaha yang bergerak di bidang minuman.

**Gambar 1. 4****Denah Lokasi**

Sumber : Google maps (2024)

**Gambar 1. 5****Tempat Usaha Kedai Urban Fizz**

Sumber : Desain oleh Penulis menggunakan Coohom (2024)

**C. Visi dan Misi**

Visi adalah sebuah keinginan dari individu/kelompok terhadap keadaan masa datang yang diinginkan atau pun di cita-citakan oleh individu/kelompok (Lukiastuti, 2011). Visi juga dapat diartikan sebagai suatu tujuan, keinginan, atau pun angan-angan masa depan individu/kelompok yang di bangun, dipilih serta dibesarkan pada suatu saat nanti (Hendro, 2011). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa visi merupakan pernyataan mengenai apa yang ingin dicapai oleh suatu individu/kelompok dalam jangka panjang.

Sedangkan misi dapat diartikan sebagai suatu tindakan untuk memperjelas apa yang di kehendaki oleh sebuah individu/kelompok dan

menjadi pegangan untuk menjalankan suatu usaha menuju masa yang akan datang (Hendro, 2011). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa misi merupakan pernyataan mengenai apa yang akan dilakukan oleh suatu individu/kelompok untuk mencapai visinya.

### **1. Visi**

Menjadi kedai kuliner sehat yang mengedepankan inovasi dalam penyajiannya serta menjadi pilihan utama masyarakat untuk gaya hidup sehat perkotaan.

### **2. Misi**

- a. Memberikan pengalaman kepada pelanggan dengan pelayanan yang ramah dan cepat, serta suasana kedai yang nyaman.
- b. Menghadirkan menu baru yang menarik serta bermanfaat bagi kesehatan sesuai dengan tren kuliner sehat yang berkembang.
- c. Memberi edukasi tambahan tentang pentingnya konsumsi makanan dan minuman sehat melalui informasi dan promosi yang menarik.
- d. Menjadi bagian dari gaya hidup sehat dan menyegarkan bagi masyarakat Kota Bandung yang sadar akan gaya hidup sehat.

## **D. SWOT Analysis**

Analisis SWOT merupakan cara yang sering digunakan oleh suatu perusahaan untuk melihat gambaran singkat keseluruhan perusahaan baik secara internal maupun eksternal (Christanto, 2016). Analisis SWOT berguna untuk mengevaluasi suatu usaha agar dapat menentukan strategi

pengembangan yang akan dilakukan (Tambunan, 2020), dengan begitu analisis SWOT dapat membantu dalam mengembangkan strategi yang efektif serta membantu dalam mengantisipasi tantangan yang berkemungkinan akan muncul di masa yang akan datang. Maka dari itu penulis berharap strategi analisa ini akan berhasil pada usaha yang dirancangnya.

Berikut ini adalah analisis SWOT dari perencanaan usaha kedai squash “Urban Fizz” di Sudirman Kota Bandung :

### **1. *Strength* (Kekuatan)**

- a. Kedai Urban Fizz berada di lokasi yang strategis, sehingga memiliki daya tarik dan aksesibilitas yang tinggi.
- b. Kedai Urban Fizz menawarkan pilihan kustomisasi kepada pelanggan, sehingga pelanggan dapat menyesuaikan dengan preferensi mereka.
- c. Kedai Urban Fizz menggunakan bahan-bahan lokal yang segar dan berkualitas, sehingga dapat menarik konsumen yang peduli akan kesehatan dan membantu meningkatkan para petani lokal.

### **2. *Weakness* (Kelemahan)**

- a. Kedai Urban Fizz merupakan usaha baru, sehingga belum terlalu dikenal luas di pasar
- b. Investasi awal untuk pengadaan bahan baku dan juga peralatan yang terbatas.
- c. Proses operasional belum optimal, masih dalam tahap belajar untuk menjalankan bisnis dengan efisien.

### **3. *Opportunity* (Peluang)**

- a. Pertumbuhan pasar kuliner sehat di Kota Bandung yang semakin berkembang, menciptakan peluang permintaan yang lebih tinggi untuk produk-produk makanan dan minuman sehat.
- b. Diversifikasi produk memungkinkan peluang untuk memperkenalkan lebih banyak variasi menu sehat sesuai tren yang berkembang.
- c. Peluang untuk bekerjasama dengan brand lain untuk promosi bersama.

### **4. *Threats* (Ancaman)**

- a. Kenaikan harga bahan baku yang dapat mempengaruhi biaya produksi serta profitabilitas kedai Urban Fizz.
- b. Persaingan dari kedai kuliner sehat lain yang berada di sekitar lokasi dapat mengurangi pangsa pasar.
- c. Perubahan tren yang cepat, sehingga pelanggan mudah beralih ke produk lain jika tren berubah.

**Tabel 1. 4**  
**Matriks SWOT Analysis**

	<b>STRENGTH</b>	<b>WEAKNESS</b>
	1. Lokasi yang strategis 2. Produk unik (Customization) 3. Bahan baku lokal berkualitas	1. Brand Awareness rendah 2. Sumber daya terbatas 3. Proses operasional belum optimal
<b>OPPORTUNITY</b>	<b>ANALYSIS S - O</b>	<b>ANALYSIS W - O</b>
1. Tren pasar yang berkembang 2. Diversifikasi produk 3. Kemitraan Strategis	1. Memanfaatkan lokasi strategis untuk mengadakan acara atau promosi yang mengedepankan makanan sehat guna menarik pelanggan baru. 2. Mengembangkan variasi menu sehat yang dapat disesuaikan dengan preferensi pelanggan, melakukan sosialisasi di media sosial tentang pilihan kustomisasi yang ada. 3. Menjalin kerjasama dengan brand lokal lainnya untuk promosi dan menciptakan penawaran khusus yang menarik.	1. Menggunakan strategi pemasaran yang kuat untuk meningkatkan brand awareness, seperti kampanye media sosial dan kolaborasi dengan influencer kesehatan. 2. Mengoptimalkan investasi untuk peralatan dan bahan baku dengan mengajukan kerja sama dengan pemasok atau melakukan crowdfunding untuk mendukung modal awal. 3. Mengembangkan program pelatihan untuk staf agar proses operasional lebih efisien, sejalan dengan pengenalan menu baru.
<b>THREATS</b>	<b>ANALYSIS S - T</b>	<b>ANALYSIS W - T</b>
1. Kenaikan harga bahan baku 2. Persaingan tinggi 3. Perubahan tren cepat	1. Meningkatkan keunggulan kompetitif dengan tetap menggunakan bahan baku lokal berkualitas agar harga tetap bersaing meskipun ada kenaikan harga. 2. Menggunakan posisi lokasi strategis untuk melakukan promosi dan meningkatkan visibilitas dibandingkan kedai kuliner sehat lainnya. 3. Menciptakan program loyalitas pelanggan untuk menjaga pelanggan tetap setia meskipun ada perubahan tren.	1. Mengidentifikasi dan memitigasi risiko kenaikan harga bahan baku dengan menetapkan kontrak jangka panjang dengan pemasok untuk mendapatkan harga yang lebih stabil. 2. Meningkatkan brand awareness melalui kampanye pemasaran dan acara lokal untuk menghadapi persaingan dari kedai lain. 3. Melakukan survei pasar secara rutin untuk memahami tren terbaru dan beradaptasi dengan cepat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Sumber : Observasi penulis (2024)




### **E. Spesifikasi Produk/Jasa**

Produk yang dijual di kedai squash Urban Fizz adalah produk yang terbuat dari sari buah-buahan segar yang akan ditambahkan dengan sirup dengan rasa buah sebagai tambahan pemanis, serta air soda. Produk minuman pada kedai Urban Fizz disajikan dengan cara yang unik, yaitu dengan tambahan botol kecil dengan posisi setengah terbenam pada minuman yang berisikan sari buah. Berbeda dengan pesaing yang ada di daerah Sudirman, kedai squash Urban Fizz menyajikan minuman *mocktail* dengan

menggunakan bahan-bahan yang segar dan terjamin kualitasnya. Berikut produk-produk yang ditawarkan oleh kedai Urban Fizz kepada pelanggan.





**Tabel 1. 5**

**Spesifikasi Produk Urban Fizz**

No.	Nama & Gambar Produk	Keterangan Produk
1	Sunrise Fizz 	Rasa tropis yang menyegarkan yang dihasilkan dari perpaduan ideal dari sirup mangga yang manis dan harum dengan sari buah nanas yang segar dan asam, serta soda yang berkarbonasi. Perpaduan bahan-bahan ini menghasilkan rasa tropis yang unik dan menggugah selera.
2	Pink Blossom Fizz 	Rasa yang menarik antara manis, asam, dan harum ini dihasilkan oleh perpaduan yang unik dari sirup rose yang memiliki aroma yang khas dan rasa manis yang lembut, sari buah apel yang asam dan menyegarkan, dan soda.
3	Cooler Green Fizz 	Rasa yang unik dan menyegarkan dari sirup lemon yang asam dan segar, sari buah timun yang manis dan menyejukkan, dan juga soda yang meringankan membuat minuman ini berbeda dari minuman soda lainnya.






**Tabel 1. 5 (Lanjutan)**  
**Spesifikasi Produk Urban Fizz**

4	<p>Grappler Fizz</p> 	<p>Sirup anggur yang kaya rasa dan sari buah apel yang segar dikombinasikan dengan soda untuk memberikan rasa yang unik dan menyegarkan.</p>
5	<p>Passion O Fizz</p> 	<p>Perpaduan yang sempurna antara rasa manis madu dan asam segar dari buah jeruk dan markisa yang disempurnakan oleh soda. Kombinasi unik ini menciptakan rasa yang kompleks tetapi menarik antara manis, asam, dan markisa.</p>
6	<p>Ruby Rush Fizz</p> 	<p>Kombinasi kreatif dari sari buah strawberry yang segar dan asam, soda yang menyegarkan, dan sirup grenadine yang manis dengan warna merah yang khas. Kombinasi ini membuat profil rasa minuman yang unik. Penyajian pada setiap produk akan diberi <i>sticker</i> logo dari kedai Urban Fizz.</p>
7	<p>Infused Water</p> 	<p>Minuman segar yang terbuat dari air putih yang direndam dengan berbagai potongan buah, sayuran, atau rempah-rempah.</p>

Sumber : Olahan penulis (2024)

**Tabel 1. 5 (Lanjutan)**  
**Spesifikasi Produk Urban Fizz**

8	<p>Mixed Juices</p> 	<p>Campuran berbagai jenis sari buah-buahan, <i>mixed juices</i> menawarkan rasa yang lezat dan juga menyehatkan dan minuman ini dapat di kostumisasi berdasarkan permintaan pelanggan</p>
9	<p>Fruit Salad</p> 	<p>Hidangan ini terbuat dari buah segar yang dipotong dadu, menciptakan hidangan yang tidak hanya menggugah selera tetapi juga kaya akan nutrisi. Setiap suapan menawarkan keceriaan rasa manis, asam, dan renyah, menjadikannya pilihan sempurna untuk camilan sehat.</p>
10	<p>Yogurt Bowl</p> 	<p>Hidangan ini berbahan dasar <i>plain</i> yogurt yang kemudian ditambahkan dengan berbagai topping seperti potongan buah-buahan segar, granola, dan <i>mixed nuts</i>.</p>
11	<p>Smoothies Bowl</p> 	<p>Hidangan ini berbahan campuran potongan buah-buahan yang beku lalu di blender dengan susu dan di beri tambahan topping seperti <i>chia seed</i>, potongan buah-buahan segar, granola, dan <i>mixed nuts</i>.</p>

Sumber : Olahan penulis (2024)

## F. Jenis Badan Usaha

Pada saat merancang sebuah usaha, pengusaha harus memilih jenis badan usaha yang akan digunakan, agar pengusaha mendapat perlindungan secara hukum dengan mendaftarkan usaha yang dimiliki melalui pendaftaran pengusaha. Setiap jenis badan usaha memiliki kelebihan dan kelemahannya masing-masing. Badan usaha suatu bisnis sudah diatur oleh undang-undang baik yang bersifat perseorangan, persekutuan, atau pun badan hukum (Sadi, 2022:3-4). Di Indonesia sendiri terdapat beberapa jenis badan usaha, diantaranya.

- |                                    |                                      |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Usaha Perseorangan (UD)         | 7. Badan Usaha Milik Swasta Nasional |
| 2. Persekutuan (kemitraan)         |                                      |
| 3. Perseroan Terbatas (PT)         | 8. Badan Usaha Milik Negara (BUMN)   |
| 4. Koperasi                        | 9. Badan Usaha Milik Asing (PMA)     |
| 5. Yayasan                         |                                      |
| 6. Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) |                                      |

Dari jenis-jenis badan usaha yang sudah dipaparkan di atas, penulis memilih jenis Usaha Perseorangan (UD) sebagai badan usaha untuk kedai Urban Fizz yang telah penulis rancang. Usaha perseorangan merupakan jenis usaha yang dimiliki, dikelola, dan dikendalikan langsung oleh pemiliknya (Ardhianto, 2017:83-90).

Bentuk badan usaha ini juga yang paling sederhana dan cocok untuk usaha kecil dengan skala yang terbatas, pada usaha perseorangan pemilik

usaha menjadi satu-satunya orang yang bertanggung jawab atas segala jenis aktivitas bisnis seperti pengambilan keputusan, pengelolaan keuangan, hingga dengan menanggung segala resiko yang akan muncul. Pada badan usaha perseorangan segala perizinan yang diperlukan relatif lebih sederhana dan ringan dibandingkan dengan bentuk usaha lainnya.

### **G. Aspek Legalitas**

Suatu usaha sudah semestinya memiliki legalitas karena legalitas suatu badan usaha merupakan fondasi bagi sebuah usaha, agar dapat melindungi hak-hak dan kepentingan dari usaha itu sendiri. Dengan legalitas yang lengkap menurut Undang-Undang dan peraturan maka sebuah usaha akan mendapatkan legitimasi dan perlindungan hukum yang kuat, selain itu legalitas juga berperan dalam mencerminkan kredibilitas dan kepercayaan publik terhadap suatu usaha dan legalitas juga dapat berperan sebagai langkah awal yang krusial untuk kelancaran serta keberhasilan usaha (Sidabalok, 2012). Berikut Dokumen Legalitas yang harus disiapkan dalam membangun usaha Urban Fizz.

1. Izin Gangguan (HO)
2. Surat Pengantar dari kelurahan dan kecamatan
3. Surat Izin Usaha Perdagangan
4. Fotokopi KTP pemilik usaha
5. Pas foto pemilik usaha dengan ukuran 3 x 4 sebanyak 2 lembar