

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Bisnis

1.1.1 Deskripsi Bisnis

“CEMAL-CEMIL” adalah usaha bisnis keluarga yang menyajikan hidangan minuman dan makanan ringan seperti jagung manis, batagor, siomay, bakpao, dan untuk minuman nya tersedia es teh manis, *ice lychee tea*, dan *ice lychee bomb*. “CEMAL-CEMIL” selalu menyajikan makanan yang berkualitas dari segi bahan, cara pengolahan, dan kebersihan dalam proses produksi sampai penyajian.

1.1.2 Deskripsi Logo dan Nama

Setiap usaha memerlukan nama sebagai identitasnya. Nama memiliki kontribusi yang signifikan dalam usaha karena memberikan gambaran tentang produk yang dijual. Nama usaha harus mencerminkan usaha tersebut secara singkat. Memilih nama usaha yang tepat akan memudahkan pelanggan untuk mengingatnya. Nama bisnis "CEMAL-CEMIL" adalah istilah dalam bahasa Indonesia yang merujuk pada makanan ringan atau camilan yang biasanya dikonsumsi di antara waktu makan utama. Istilah ini sering digunakan untuk menggambarkan makanan kecil yang biasanya dinikmati saat bersantai.

Selain nama usaha, warna juga memiliki peran penting dalam membuat sebuah usaha mudah dikenali dan diingat oleh konsumen. Warna dalam logo dapat menggambarkan produk yang dijual, karena setiap warna memiliki arti dan makna tersendiri.

GAMBAR 1. DESIGN LOGO



Adapun makna dari logo tersebut berdasarkan pilihan warna penulis. Penulis mengungkapkan bahwa:

1. Warna Putih (Latar) mengartikan: Kesederhanaan, Kesempurnaan, dan Bersih

2. Warna Hitam (Tulisan) Mengartikan : Formal, Mewah, dan Elegan

Dengan menggunakan warna-warna tersebut, penulis ingin menyampaikan bahwa produk "CEMAL-CEMIL" adalah merek yang terlihat sederhana, namun mampu memberikan kesederhanaan dan kenikmatan yang mewah saat dikonsumsi, sehingga produk ini mudah diingat oleh konsumen.

1.1.3 Identitas Bisnis (kontak dan alamat)

Nama Usaha : CEMAL-CEMIL

Jenis Usaha : Cepat saji

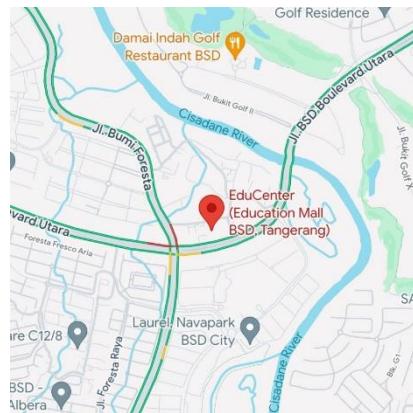
Alamat : Kantin di (ducation Mall BSD, Tangerang) Jalan

Sekolah Foresta. No, 8, BSD City, Lengkong

Kulon, Kabupaten Tangerang, Banten 15331

Pemilik : Monica Chreesty R Sitorus

GAMBAR 2. LOKASI USAHA



Sumber : Google Maps 2024

Penulis memahami bahwasannya dalam membangun suatu bisnis kuliner, tentu dibutuhkan tempat yang sesuai dan strategis untuk menjalankan bisnis kuliner yang sesuai. Penulis memilih wilayah BSD City, Tangerang Selatan. Alasan penulis memilih wilayah ini karena dekat Education Center dipenuhi oleh siswa siswi sekolah dan mahasiswa. Lokasi ini dikatakan sesuai karena berada dititik wilayah sekolah dan kampus yang ramai pengunjung.

1.2 Visi dan Misi

Untuk mencapai keberhasilan jangka panjang, organisasi harus menetapkan visi sebagai panduan mendasar. Menurut David (201uuu5:29), Pernyataan visi harus mampu menjawab pertanyaan dasar seperti "Apa yang akan menjadi perusahaan ini?" Visi menggambarkan impian atau aspirasi yang ingin dicapai perusahaan di masa depan, dengan memanfaatkan peluang dan

bersiap menghadapi tantangan. Pernyataan yang membedakan bisnis suatu perusahaan dari yang lain disebut misi.

Sebuah pernyataan misi menjelaskan produk dan pasar perusahaan. Stephani, (2018). CEMAL-CEMIL sendiri memiliki visi dan misi yang bertujuan untuk mencapai target utama serta mempertahankan brand yang sudah dibangun, serta untuk menjadi acuan terhadap pelayan kepada masyarakat.

CEMAL-CEMIL sendir memiliki visi dan misi yang bertujuan untuk mencapai targer utama serta mempertahankan brand yang sudah dibangun serta untuk menjadi pacuan terhadap pelayan kepada masyarakat.

A. VISI

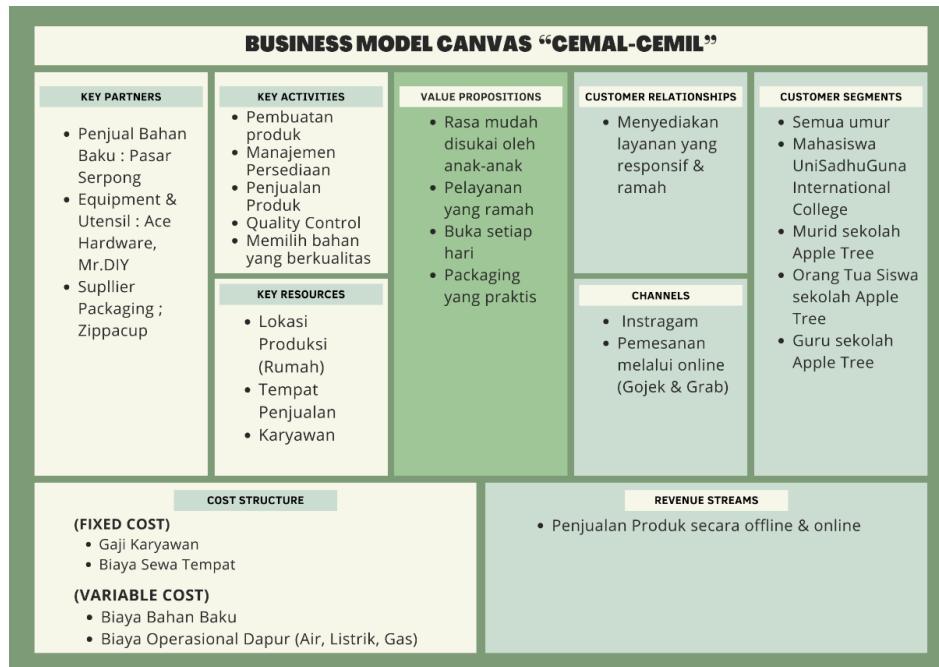
- Menjadi pelopor utama Batagor dan Siomay dengan bahan yang berkualitas dan dengan penyajian yang bersih

B. MISI

- Memberikan Kualitas pelayanan dan produk yang memuaskan pelanggan dengan harga terjangkau
- Membuat dan melakukan system marketing yang efisien dan efektif serta tepat sasaran, contohnya

1.3 Gambaran Umum Model Bisnis

GAMBAR 3. BUSINESS MODEL CANVAS



GAMBAR 4. BUSINESS MODEL CANVAS

PERENCANAAN CABANG BARU



1.4 Swot Analisis

Menurut Suriono, (2021) Analisis SWOT adalah upaya untuk menentukan seberapa cocok strategis perusahaan dengan peluang eksternal dan kelemahan internal. Analisis ini juga mempertimbangkan berbagai ancaman dan kekuatan di luar perusahaan.

Berikut adalah analisis SWOT terhadap bisnis kuliner “CEMAL-CEMIL”:

A. ***Strength:***

- Menyajikan produk makanan dengan bahan berkualitas
- Hidangan yang cepat dengan praktis sehingga memudahkan pelanggan
- Lokasi yang strategis
- Memiliki SOP yang jelas untuk melayani konsumen
- Mempermudah konsumen karena bisa di pesan melalui aplikasi online

B. ***Weakness:***

- Tempat masih kurang besar untuk melayani konsumen yang cukup banyak
- Pilihan menu yang terbatas

C. ***Opportunity***

- Konsep maupun pemasaran yang lebih praktis dan inovatif sehingga menarik dan mudah dijangkau berbagai kalangan terutama anak muda
- Menjadi pilihan yang tepat untuk menjadi menu santapan ringan
- Pemasaran/promosi melalui berbagai platform social media agar lebih di kenal

- Standard kebersihan dan pemilihan bahan baku yang baik untuk bisa di minati konsumen.

D. *Threats*

- Inovasi pemasaran yang belum bisa di gapai oleh beberapa kalangan konsumen
- Persaingan pasar yang memiliki varian menu yang sama
- Konsumen lebih memilih makanan yang lebih tahan lama/praktis dan bisa di beli melalui E-Commerce

Selain analisis SWOT “CEMAL-CEMIL” diatas, penulis juga membuat analisis SWOT untuk perencanaa cabang baru dengan target pasar menengah kebawah. Berikut adalah analisis SWOT perencanaan cabang bisnis kuliner “CEMAL-CEMIL” :

A. *Strength*

- Harga Terjangkau untuk menyesuaikan dengan kemampuan finansial pasar menengah ke bawah, sehingga lebih mudah dijangkau oleh banyak pelanggan.
- Lokasi strategis berada di area yang mudah diakses oleh target pasar, seperti dekat perumahan dan pusat kuliner.

B. *Weakness*

- Persaingan ketat karena banyaknya pesaing di segmen pasar ini bisa membuat persaingan menjadi sangat ketat.
- Fluktuasi harga bahan baku yang bisa berubah-ubah dapat mempengaruhi stabilitas harga jual.

C. *Opportunity*

- Pertumbuhan pasar kelas menengah ke bawah yang terus berkembang bisa membuka peluang pasar yang lebih besar

D. *Threats*

- Perubahan selera konsumen yang terus berubah bisa menjadi tantangan jika tidak cepat beradaptasi
- Ekonomi makro perubahan kondisi ekonomi bisa mempengaruhi daya beli konsumen.
- Persaingan harga, kompetitor yang menawarkan harga lebih murah bisa mengurangi pangsa pasar bisnis.

1.5 Spesifikasi Produk

Produk utama yang ditawarkan CEMAL-CEMIL berupa Batagor dan Siomay asli Indonesia. Untuk siomay sendiri memiliki tekstur yang padat dan kenyal, begitu juga dengan Batagor memiliki tekstur kenyal di bagian dalam dan krispi diluar, dihidangkan saus kacang dengan rasa manis gurih dan sedikit pedas. Membuat Batagor dan Siomay sendiri terbilang sama dengan penjual lainnya, tetapi CEMAL-CEMIL menggunakan bahan dan bumbu-bumbu yang berkualitas.

1.6 Jenis dan Badan Usaha

Menurut Utami, (2020) Di Indonesia, terdapat berbagai bentuk badan usaha, termasuk usaha perseorangan, persekutuan, dan badan hukum seperti Perusahaan Dagang (PD), *Comanditter Venootschap* (CV), Firma,

Persekutuan Perdata (*Maatschap*), Perseroan Terbatas (PT), dan Koperasi. Perseroan Komanditer, Persekutuan Perdata, dan Firma merupakan badan usaha yang tidak berbadan hukum. Sementara itu, Perseroan Terbatas dan Koperasi adalah badan usaha yang berbadan hukum.

“CEMAL-CEMIL” adalah sebuah UMKM yang didirikan oleh keluarga penulis dan memiliki beberapa pegawai untuk mengoperasikan usaha tersebut. UMKM ini didirikan dengan harapan agar dapat berkembang menjadi bisnis jangka panjang yang terus berinovasi sesuai dengan minat pasar, namun tetap selaras dengan visi dan misi yang telah ditetapkan oleh “CEMAL-CEMIL”.

1.7 Aspek Legalitas

Menurut Anugrah,dkk, (2021) Izin usaha adalah otorisasi resmi yang diberikan oleh pemerintah kepada individu untuk menjalankan bisnis mereka secara legal. Dokumen izin ini, yang menyatakan legalitas usaha, sangat penting dan wajib dimiliki oleh setiap orang yang mendirikan bisnis.

Menurut Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Yogyakarta, (2019) Untuk menyederhanakan dan mempercepat proses pembuatan izin usaha, pemerintah telah menciptakan sistem perizinan online. Berdasarkan PP No. 24/2018, lahirlah sistem terintegrasi secara elektronik yang disebut OSS (*Online Single Submission*) yang diluncurkan pada 08/07/2018. Melalui sistem OSS, izin usaha serta izin komersial atau operasional dapat dibuat, baik untuk usaha perseorangan maupun non-perseorangan.

GAMBAR 5. LAMPIRAN NIB



No	No Kode Proyek	KBLI	Tingkat Risiko	Lokasi Proyek	Nilai Investasi	Tenaga Kerja	Detail
1	Nomor Kode Proyek : 202404-2318-519-0774-289 Kementerian/Lembaga : Kementerian Perindustrian Kewenangan : Kementerian Investasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal Jenis Kegiatan Usaha : Utama Sumber Data : OSS RBA	10799 Industri Produk Makanan Lainnya	Rendah	-	Modal Tetap : Rp 0 Modal Kerja : Rp 0 Total Nilai Investasi : Rp 50.000.000	TKI : 2 TKA : 0	

Baris per Halaman: 5 ▾ 1-1 dari 1 | < < > >|