

# **BAB I**

## **DESKRIPSI BISNIS**

### **A. Latar Belakang**

Bogor merupakan salah satu wilayah yang berada di Provinsi Jawa Barat yang memiliki luas 118,50 km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk sebanyak 1.052.359 jiwa pada tahun 2021 menurut BPS Kota Bogor. Bogor dibagi menjadi dua bagian yaitu Kota Bogor dan Kabupaten Bogor. Selain itu, Kota Bogor mempunyai potensi yang kuat di bidang pariwisata mulai dari wisata alam, wisata kebudayaan dan wisata kuliner. Hingga membuat daya tarik wisatawan untuk datang ke Kota Bogor baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Data kunjungan wisatawan yang pergi ke Kota Bogor pada tahun 2021 menunjukkan angka sebesar 1.302.719 jiwa menurut BPS Kota Bogor

Perkembangan bisnis makanan minuman di Kota Bogor memiliki perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan ini bisa menjadi sebuah peluang bisnis bagi wirausahawan untuk membuat bisnis mereka masing-masing dalam bidang makanan dan minuman di Kota Bogor, dan menjadikan hal tersebut menjadi persaingan bagi wirausahawan untuk membuat inovasi yang baru di bidang bisnis makanan dan minuman secara sehat.

Dengan peluang yang begitu besar di bidang makanan dan minuman, salah satu bisnis di bidang makanan dan minuman adalah restoran. Restoran adalah salah satu

sarana untuk melaksanakan pelayanan menyajikan makanan atau melalui bagian dari akomodasi pariwisata yang berperan memenuhi kebutuhan wisatawan atau pelanggan (Subakti 2014). Atau restoran merupakan tempat bagi para wisatawan atau pelanggan untuk menikmati penyajian makanan dan minuman yang melalui akomodasi pariwisata.

Salah satu jenis restoran yang saat ini kian banyak diminati adalah bisnis kedai. Kedai Kopi adalah kedai yang menjual kopi atau macam-macam minuman non kopi lainnya yang didukung fasilitas serta desain interior yang menunjang (Liany 2016). Seiring berkembangnya zaman banyak jenis-jenis kedai yang bias kita temui sehari-hari, seperti kedai jus, kedai kopi, kedai teh dan sebagainya.

Di Kota Bogor itu sendiri bisa kita temukan beberapa kedai minuman khas Indonesia yang menjual minuman khas Indonesia seperti bir kotjok, es pala, es sekoteng, dan sebagainya. Maka dari itu kedai minuman mempunyai peluang bisnis yang besar. Selain dari banyak nya kedai minuman yang ada, Masyarakat kota Bogor sendiri sejumlah 496.570 orang per desember 2022 adalah pekerja (BPS Kota Bogor) yang cenderung nya membeli makanan dan minuman di kedai atau rumah makan.

Minuman umumnya berbentuk cair namun ada juga yang berbentuk padat seperti es. (Winarti 2006) sedangkan tradisional sendiri adalah cara yang pertama kali lahir yang di pergunakan banyak orang di masanya (Intima 2007) atau juga bisa berarti suatu kebiasaan yang berasal dari leluhur yang diturunkan secara turun-temurun dan masih dijalankan sampai saat ini. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minuman

tradisional merupakan minuman berbentuk cair maupun padat yang di lahirkan dan dipergunakan banyak orang dimasanya dan diwariskan hingga sekarang.

Usaha kedai minuman tradisional Indonesia yang akan didirikan penulis ini adalah kedai yang menjual minuman tradisional Indonesia dari berbagai macam daerah di Indonesia dengan konsep mengambil setidaknya satu sampai dua minuman khas dari daerah di Indonesia yang nantinya akan di olah secara modern tanpa menghilangkan kesan tradisional dari minuman tersebut dan di sajikan dan di kemas secara menarik, untuk konsep tempat dari kedai yang akan didirikan oleh penulis yaitu bertemakan nusantara namun masih menampilkan kesan modern. Penulis berharap dengan adanya kedai yang akan di buat akan membuat anak-anak muda Indonesia dan wisatawan yang datang akan lebih mengenal dan menyukai minuman-minuman tradisional Indonesia.

**Gambar 1.1**

**Tampak luar**



Sumber : Olahan penulis 2024

**Gambar 1.2**  
**Tampak dalam**



Sumber : Olahan penulis 2024

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas Penulis akan membuat perencanaan bisnis dengan judul “Perencanaan bisnis Kedai minuman tradisional Indonesia di Kota Bogor”

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

### **1. Deskripsi Bisnis**

Bisnis merupakan suatu aktivitas atau usaha untuk meraih suatu keuntungan dengan cara menjual produk atau jasa kepada pelanggan. Adapun bisnis adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan. Semua orang maupun kelompok melakukan aktivitas bisnis untuk mencari keuntungan agar kebutuhan sehari-hari nya terpenuhi. Tidak ada orang yang berbisnis untuk mencari kerugian (Sukirno 2010).

Dari penjelasan yang sudah dipaparkan maka dari itu bisnis yang akan didirikan oleh Penulis adalah bisnis kedai minuman yang berlokasi di Kota Bogor yang akan menawarkan produk berupa berbagai minuman tradisional Indonesia yang diantaranya dibuat dengan bahan rempah-rempah dan tidak hanya menjual minuman khas dari Kota Bogor saja, kedai minuman yang akan didirikan oleh Penulis akan menjual berbagai minuman tradisional Indonesia dengan mengambil satu sampai dua minuman tradisional dari beberapa daerah di Indonesia. Di Kota Bogor itu sendiri banyak kedai minuman yang bisa kita jumpai seperti kedai kopi maupun kedai minuman khas kota Bogor sehingga kedai minuman tradisional Indonesia dengan menjual berbagai macam minuman khas daerah akan menjadi jenis kedai yang tergolong baru.

Kedai minuman khas ini akan menggunakan bangunan yang tidak terlalu luas sehingga hanya memiliki kapasitas pelanggan sebanyak 20 *seat*. Sedangkan untuk sistem penjualannya sendiri produk akan langsung dibuat dan disajikan secara langsung di hadapan pelanggan, alasan Penulis menerapkan konsep seperti itu adalah untuk memberikan kesan kepada pelanggan bahwa produk yang akan disajikan masih *fresh* dan *hygene*.

Kedai ini juga menawarkan kepada pelanggan untuk bisa minum ditempat atau *dine-in* yang dapat membuat pelanggan bisa langsung menikmati minuman yang di sajikan serta menawarkan jasa *take away* atau bawa pulang minuman yang sudah dibeli. Selain itu kedai ini juga menyediakan jasa *delivery* atau

pesan antar yang dapat memudahkan pelanggan untuk memesan produk minuman yang dijual melewati *E-Commerce*.

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

Logo dan Nama merupakan salah satu aspek yang sangat penting di dalam sebuah usaha, dengan adanya logo dan nama di sebuah usaha bisa menjadi bentuk representasi dari suatu usaha yang ada sehingga bisa dikenali oleh masyarakat luas. Dapat disimpulkan bahwa logo dan nama dalam sebuah usaha berperan sangat penting agar menjadi suatu identitas atau representasi suatu usaha agar bisa dikenal oleh banyak orang.

Logo adalah pusat aplikasi visual, namun untuk membangun suatu visual merek yang bagus diperlukan juga elemen yang bisa mendukung identitas secara bersama-sama (Kartika dan Wijaya 2015:36). Sedangkan Nama adalah lambang sosial yang digunakan untuk membedakan sesuatu atau seseorang dari sesuatu lainnya (Mulyana 2013). Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa nama dalam suatu bisnis merupakan kata atau ungkapan yang bisa digunakan untuk mengenali suatu usaha atau bisnis yang diharapkan dapat melekat di Masyarakat luas.

**Gambar 1. 3**

**DESAIN LOGO DWIPANTARA NUSANTARA DRINKS**



Sumber : Desain Penulis (2024)

Filosfi dari logo Dwipantara Nusantara Drinks :

- Warna cokelat yang berarti identik dengan warna bumi yang melambangkan arti kuat, bisa diandalkan, serta pondasi dari kekuatan hidup. Warna cokelat ini juga melambangkan kehangatan dengan harapan perencanaan kedai yang dibuat dapat memberikan kesan kehangatan dan kenyamanan bagi para pelanggan.
- Gambar pulau-pulau di Indonesia diartikan sebagai representasi dari minuman yang dijual merupakan asli dari Indonesia.
- Gambar cangkir yang mengeluarkan uap menggambarkan minuman yang hangat, yang berarti produk utama dari kedai ini adalah minuman yang hangat
- Di bawah gambar pulau-pulau Indonesia terdapat kata “Dwipantara Nusantara Drinks” yang diambil dari nama usaha kedai ini. Dan tulisan

dengan warna hitam yang berarti ingin membuat para pelanggan mempunyai sedikit rasa penasaran terhadap logo dari Dwipantara Nusantara Drinks

- Gambar rempah-rempah disamping kiri dan kanan cangkir merupakan representasi dari minuman khas yang menggunakan bahan dasar rempah-rempah
- Logo yang berbentuk lingkaran yang mempunyai filosofi mencari keindahan dalam segala hal, dalam hal ini mencari keindahan dalam minuman tradisional khas Indonesia.
- Gambar logo halal yang berarti bahwa produk yang akan dijual adalah produk yang halal.

Kedai yang Penulis dirikan bernama “Dwipantara Nusantara Drinks” Nama Kedai yang akan penulis didirikan diambil dari istilah dari bahasa sansekerta, Dwipa dapat diartikan sebagai pulau dan “antara” diartikan sebagai luar tanah seberang yang sebenarnya memiliki arti mirip dengan nusantara. Nama ini dipilih oleh Penulis dengan harapan bahwa nama ini dapat memberikan kesan khas Indonesia yang dapat diingat oleh pelanggan yang datang. Nama ini juga dipilih oleh Penulis sebagai salah satu cara untuk memperkenalkan budaya khas Indonesia kepada anak-anak muda bahwa minuman khas Indonesia dapat bersaing dengan minuman yang modern seperti sekarang.



### 3. Identitas Bisnis

Identitas bisnis merupakan sebagai gambaran sebuah bisnis atau produk yang dihasilkan. Selain logo dan nama identitas bisnis dapat mencakup data berupa kontak bisnis dan juga Alamat bisnis. Setiap bisnis atau usaha harus memiliki sebuah identitas agar bisnis dan produk yang dihasilkan dapat dikenal oleh masyarakat.

**Tabel 1. 1**

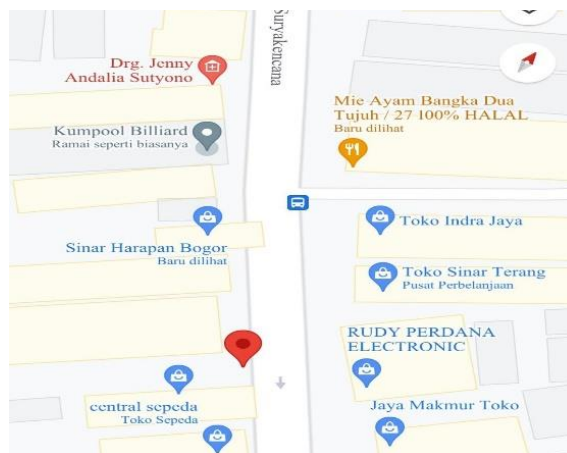
#### **DAFTAR AKUN SOSIAL MEDIA DWIPANTARA NUSANTARA DRINKS**

No	Social Media	Nama akun sosial media
1.	Instagram	@Dwipantara_nd
2.	Whatsapp	(+62)85695545282

Sumber : Data Penulis (2024)

**Gambar 1. 4**

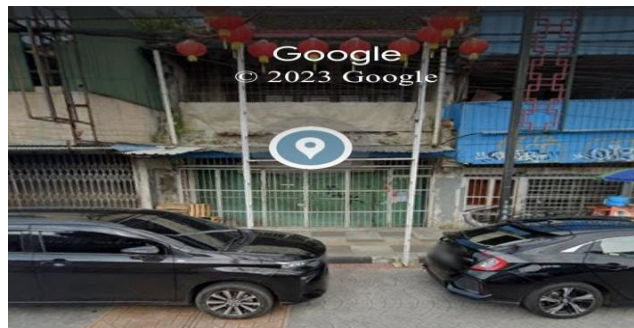
#### **LOKASI USAHA DWIPANTARA NUSANTARA DRINKS**



Sumber : Olahan Penulis (2024)

**Gambar 1. 5**

**TEMPAT USAHA DWIPANTARA NUSANTARA DRINKS**



Sumber : Dokumentasi Penulis (2023)

Bisnis yang akan Penulis dirikan yaitu berlokasi di Jalan. Suryakencana No. 81,

**C. Visi dan Misi**

Visi dan misi merupakan salah satu aspek yang tentunya sangat penting bagi suatu usaha guna untuk menjadi pedoman bagi suatu usaha tersebut, agar usaha yang akan dijalankan mempunyai tujuan dan terarah. Setiap usaha harus memenuhi visi dan misi yang dibuatnya baik dalam waktu yang singkat maupun yang lama.

Visi adalah pernyataan yang menjabarkan hal-hal yang hendak diwujudkan Perusahaan diwaktu mendatang. Dan misi adalah kumpulan pernyataan yang

mencerminkan hal-hal yang Tengah atau hendak dijadikan atau yang mau dicapai dalam waktu dekat (Arman 2008).

### **1. Visi**

Visi dari bisnis kedai “Dwipantara Nusantara Drinks” adalah menjadi kedai minuman khas Indonesia terkenal dan terlengkap di Kota Bogor.

### **2. Misi**

Misi dari bisnis kedai “Dwipantara Nusantara Drinks” ini adalah sebagai berikut :

- A. Menawarkan produk minuman dengan kualitas terbaik dengan menggunakan bahan dasar yang segar dan berkualitas.
- B. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap pelanggan.
- C. Mempromosikan tentang minuman khas Indonesia dan manfaat rempah-rempah kepada masyarakat luas.

### **D. Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan salah satu cara yang biasanya digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk sebuah usaha. analisis SWOT juga merupakan alat yang cukup ampuh untuk membantu untuk mengidentifikasi peluang bisnis. Analisis SWOT adalah Analisa yang didasarkan pada

logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Freddy 2013).

Untuk memulai menciptakan suatu usaha langkah pertama yang harus dilakukan ialah melaksanakan analisis SWOT, guna untuk mengidentifikasi kelebihan maupun kekurangan serta siapa target pasar kita, siapa pesaing bisnis yang serupa serta kekurangan dan kelebihan dari bisnis pesaing, dengan melakukan analisis SWOT kita dapat mengidentifikasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan juga ancaman (*Threats*) dari usaha yang didirikan. Berikut ini adalah analisis SWOT dari usaha yang didirikan Penulis :

1. *Strength*

- a. Produk yang dibuat menggunakan rempah-rempah yang segar dan berkualitas.
- b. Lokasi yang strategis di tengah Kota Bogor dan mudah dijangkau dengan kendaraan roda dua maupun roda empat.

2. *Weaknesses*

- a. Lahan parkir yang tidak terlalu luas menggunakan sisi jalan dan tarif parkir yang sedikit mahal.
- b. Bahan baku untuk minuman khas yang berasal dari luar Jawa agak sulit untuk didapatkan.

3. *Opportunities*

- a. Masih belum banyak usaha dengan konsep sejenis di Kota Bogor

- b. Setelah *Covid-19* masyarakat lebih sadar akan kesehatan tentunya lebih memilih produk berbahan dasar alami contohnya untuk minuman.
  - c. Jl. suryakencana merupakan pusat kuliner di Kota Bogor.
4. *Threats*
- a. Untuk generasi sekarang khusus nya Gen-Z tidak terlalu menyukai minuman tradisional.
  - b. Harga bahan baku yang berubah-ubah dari supplier
  - c. Jl. Suryakencana merupakan salah satu jalur padat kendaraan di Kota Bogor.

Tabel 1. 2

## ANALISIS MATRIX SWOT

<div style="text-align: center;">FAKTOR INTERNAL</div> <div style="text-align: center;">FAKTOR EKSTERNAL</div>	<b><i>Strength</i></b> - Produk yang dibuat menggunakan rempah-rempah yang segar dan berkualitas.	<b><i>Weaknesses</i></b> - Bahan baku untuk minuman khas yang berasal dari luar Jawa agak sulit untuk didapatkan.
<b><i>Opportunities</i></b> - Setelah <i>covid-19</i> masyarakat lebih sadar akan Kesehatan tentunya lebih memilih produk berbahan dasar alami contohnya untuk minuman.	<b><i>S / O</i></b> Dengan bertambah nya minat masyarakat dengan minuman kesehatan maka produk dengan bahan dasar rempah-rempah yang segar akan bertambah juga peminatnya	<b><i>W / O</i></b> Sulitnya mendapatkan bahan baku untuk minuman yang diluar Jawa menjadi tantangan untuk peminat yang tinggi.

<i>Threats</i>	<i>S / T</i>	<i>W / T</i>
- Harga bahan baku yang berubah-ubah dari supplier.	Memberikan produk dengan kualitas terbaik dan harga yang sesuai dengan harga bahan baku yang ada.	Mencari supplier yang terbaik guna untuk mendapatkan bahan baku minuman yang diluar jawa dengan mudah dan harga yang cocok.

Sumber : Olahan Penulis (2023)

### E. Spesifikasi Produk

Produk merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam suatu usaha, karena produk yang akan ditawarkan bisa memenuhi kepuasan terhadap konsumen. Produk adalah sebagai pemahaman subyektif produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar (Fandy Tjiptono (2015:231)).

Produk merupakan salah satu hal yang penting oleh suatu usaha atau bisnis kepada konsumen dengan kata lain produk merupakan wajah dari suatu usaha atau bisnis guna untuk memajukan suatu usaha atau bisnis. Berdasarkan pengertian tersebut, penulis akan menawarkan produk untuk menjalankan usaha atau bisnisnya adalah berupa produk *Beverage*.

*Beverage* adalah segala bentuk cairan yang pada umumnya masuk tubuh kita dengan melalui mulut kecuali obat dan soup, atau setiap cairan yang dapat diminum kecuali obat-obatan dan ada beberapa fungsi minuman pada tubuh seperti menghilangkan rasa haus, penghangat tubuh, merangsang nafsu makan, dan sebagainya (Marsum Widjojo 2004:21).

Produk yang akan ditawarkan oleh kedai ini adalah minuman tradisional Indonesia yang merupakan minuman tradisional dari perwakilan dari berbagai macam daerah di Indonesia seperti contohnya minuman khas dari Kota Bogor itu sendiri yaitu Bir kotjok yang terbuat dari beberapa rempah asli seperti jahe, kayu manis, cengkeh, dan gula aren yang menghasilkan rasa yang pedas, manis, dan aromatik yang menjadikan minuman ini unik. Dalam penjelasan diataslah yang akan menjadi ciri melekat dengan produk yang akan dijual oleh kedai “Dwipantara Nusantara Drinks”

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

Badan usaha adalah bersifat secara tetap dan terus-menerus, didirikan, bekerja, serta berkedudukan di dalam wilayah Indonesia dengan bertujuan memperoleh keuntungan atau laba (Zaeni Asyhadie 2008). Bisa disimpulkan bahwa badan usaha merupakan penggabungan antara dua aspek yaitu modal dan orang tenaga kerja yang melakukan kegiatan usaha guna bertujuan untuk memperoleh keuntungan atau laba.

Bentuk badan usaha terdapat 4 bentuk di Indonesia yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), dan Koperasi. Badan Usaha Milik Swasta (BUMS). Salah satu bagian dari BUMS adalah Perusahaan Perseorangan (PO), Perusahaan Perseorangan menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja adalah suatu perusahaan yang didirikan oleh hanya satu orang perseorangan dan bisa memenuhi kriteria Usaha Mikro dan Kecil (UMK).

Berdasarkan penjelasan yang sudah dipaparkan maka dapat disimpulkan bahwa Perusahaan Perseorangan (PO) merupakan perusahaan yang didirikan oleh satu orang dan pendiri usahanya mempunyai kendali penuh atas semua aktivitas bisnis dan bertanggung jawab atas semua aspek termasuk keuangan, keputusan strategis, dan manajemen. Maka dari itu Bisnis kedai yang Penulis rencanakan termasuk kedalam bentuk usaha BUMS yang dimana tergolong kedalam bagian dalam BUMS yaitu perusahaan perseorangan (PO) yang berarti Penulis menggunakan modal mandiri. Alasan mengapa Penulis memilih untuk membuat kedai ini menjadi perusahaan perorangan (PO) karena penulis akan menggunakan modal pribadi untuk kedai ini serta kedai ini merupakan usaha yang tidak terlalu besar dan keuntungan dari usaha ini menjadi milik pribadi.

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

Legalitas dalam suatu usaha merupakan salah satu aspek yang sangat penting karena kita ada didalam negara yang taat akan hukum dan juga dengan hukum yang ada di Indonesia maka suatu usaha bisa dinyatakan legal dan sah sebagai suatu badan usaha jika syarat-syarat nya secara hukum lengkap serta ada beberapa dokumen yang harus dilengkapi seperti akta pendirian usaha, NPWP badan usaha, surat izin usaha perdagangan, surat keterangan domisili Perusahaan, dan nomor induk berusaha.

Dalam pendirian usaha bisnis kedai tentunya tidak terlepas dari aspek legalitas dan landasan hukum yang berlaku sebagai syarat untuk mendirikan bisnis ini, berikut adalah landasan hukum yang berlaku untuk pendirian bisnis ini, diantaranya adalah :



1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM
2. Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.
3. Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
4. Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 26 Tahun 2016 tentang pendaftaran Perusahaan.
5. Peraturan Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) Nomor 6 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik.
6. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 36 Tahun 2021 tentang Pengupahan
7. Peraturan Menteri Kesehatan No 1098 tahun 2003 tentang Persyaratan Higiene Sanitasi Rumah Makan dan Restoran