

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Usaha

Zaman sekarang, usaha makanan dan minuman adalah usaha yang paling banyak digandrungi oleh masyarakat Bandung. Hal ini terjadi karena kebutuhan makanan dan minuman adalah kebutuhan dasar yang harus dipenuhi setiap harinya. Usaha makanan dan minuman juga terbilang cukup menguntungkan dan memiliki potensi yang besar di Bandung karena masyarakat Bandung sangat menyukai kuliner serta banyaknya pendatang menjadikan Kota Bandung sebagai destinasi liburan. Bentuk-bentuk usaha makanan dan minuman juga banyak macamnya, diantaranya ada bisnis di dalam rumah, bisnis di luar rumah, bisnis di wilayah perkotaan, bisnis di luar wilayah perkotaan, bisnis makanan atau minuman di lokasi rekreasi spesifik, dan bisnis kuliner di area perumahan tertentu. (Veni Indrawati, 2000:8).

Braga, yang terletak di pusat Kota Bandung dan dikenal sebagai Heart of Bandung, memiliki sejarah yang kaya. Tempat ini menjadi daya tarik bagi wisatawan mancanegara dengan banyak prakarya tradisional dan bersejarah Indonesia namun mulai memudar karena dampak modernisasi, seperti keberadaan lahan usaha franchise yang tidak selaras dengan kearifan lokal. Meskipun demikian, Braga tetap

menjadi tempat favorit bagi pemuda untuk “nongkrong” di kafe atau kedai dan menyelenggarakan pertemuan lokal serta karya-karya seni.

Untuk menghidupkan kembali sentuhan tradisional, kedai minuman herbal Mejamu menggabungkan tradisi minuman jamu dengan suasana kedai modern. Selain jamu, tersedia juga minuman teh dan tesane untuk memperkaya jenis minuman yang tersedia. Jamu, teh dan tesane adalah beberapa jenis minuman herbal yang dikenal di pasar. Minuman herbal merupakan minuman yang berasal dari bahan alami yang bermanfaat bagi tubuh. Minuman herbal biasanya dibuat dari bahan rempah-rempah atau bagian dari tanaman seperti akar, batang, daun, bunga, atau umbi. Minuman herbal dipercaya memiliki khasiat yang bermanfaat untuk penyembuhan penyakit. Khasiat tersebut berasal dari bahan aktif yang terkandung dalam tanaman. (Inti, 2008). Jamu adalah minuman ramuan tradisional yang direbus dan dicampur dari berbagai macam bahan herbal dari sumber daya alam. Sedangkan teh dan tesane adalah minuman dari seduhan daun teh dan atau bunga-bunga dan dedaunan *edible* yang memiliki khasiat kesehatan. Indonesia terkenal akan kekayaan alamnya termasuk berbagai jenis tanaman herbal. Memperkenalkan kembali kekayaan tersebut kepada masyarakat luas adalah salah satu tujuan kedai minuman herbal Mejamu. Ide ini menjadi langkah inovatif dan merupakan konsep dengan terobosan yang menarik, karena belum ada pesaing yang mencoba konsep sama di kawasan tersebut.

Namun berdasarkan survey lapangan, ada beberapa kedai atau kafe yang menjual minuman seperti kopi dan teh sebagai produk andalan mereka yang penulis anggap sebagai pesaing. Berikut ini merupakan daftar pesaing yang berada disekitar lokasi penjualan:

1. Kopi Toko Djawa
2. Little Contrast
3. Jurnal Risa Coffee

Selain untuk menghidupkan kembali sentuhan tradisional, Penulis ingin membuat sesuatu yang berbeda dari sekedar menjual minuman dengan menyajikan minuman yang berkhasiat untuk tubuh. Minuman herbal banyak sekali manfaatnya bagi tubuh, bahkan bisa menyembuhkan beberapa penyakit bila diminum sesuai dengan takaran dan anjuran ahli. Penulis telah lakukan survey terhadap beberapa pengunjung di kawasan Braga untuk melihat dan memastikan kebutuhan konsumen mengenai minuman sehat berupa minuman herbal. Hasilnya banyak yang belum merasakan dan mengerti tentang minuman herbal terutama kalangan muda, tetapi semua menginginkan minuman yang memiliki khasiat bagi kesehatan tubuh. Oleh karena itu target market kedai minuman herbal Mejamu selain orang dewasa, juga para remaja agar generasi muda lebih mengenal khasiat dan kekayaan alam Indonesia. Mengenai lokasi, mereka juga mendukung dibukanya kedai minuman herbal di Braga.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik ingin membuat ide bisnis yang unik untuk memenuhi tugas akhir penulis dengan judul “**Perencanaan Bisnis Kedai Herbal di Braga, Kota Bandung**”.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Peter Drucker, seorang ahli manajemen terkenal, mendefinisikan bisnis sebagai aktivitas yang menciptakan nilai melalui penggabungan sumber daya manusia dan sumber daya material dalam produksi barang dan jasa (Peter Drucker, 1954).

Kedai adalah suatu bisnis komersial yang menawarkan berbagai jenis minuman atau makanan kecil dengan harga yang relatif kepada para tamu dengan pelayanan dalam suasana tidak formal tanpa diikuti suatu aturan service yang baku (Charles J. Metelka, 1991).

Perencanaan bisnis kedai herbal yang dirancang oleh penulis akan berkonsep rumahan yang mendukung area *indoor* dan *semi outdoor* yang membuat pengunjung dapat memilih tempat duduknya antara di dalam ruangan (*Indoor*) atau di area terbuka yang sejuk (*Semi Outdoor*). Tentu saja untuk di

dalam ruangan akan menjadi ruangan *Non Smoking* dan tempat di area yang terbuka akan menjadi tempat bagi pengunjung yang ingin merokok.

Penulis juga akan menyediakan beberapa fasilitas seperti *Wifi* serta soket listrik untuk mendukung konsumen yang akan mengisi baterai peralatan elektronik. Penulis akan menjual dan menawarkan produk minuman berbasis herbal sebagai menu andalan. Bahan yang digunakan akan memiliki kualitas yang terbaik dan dibuat dari resep pribadi sehingga kualitas produk pun akan terjamin. Produk minuman yang ditawarkan yaitu jamu serta teh herbal yang memiliki banyak khasiat untuk kesehatan tubuh, mudah diterima semua kalangan, nikmat, lezat, serta dapat disajikan dalam waktu cepat sehingga tamu tidak perlu menunggu lama.

2. Deskripsi Logo dan Nama

a. Nama

Nama adalah bagian integral dari identitas merek. Nama yang baik dapat membantu memancarkan nilai-nilai merek dan mempengaruhi persepsi konsumen tentang merek tersebut. (David Aaker, 1996)

Logo merupakan suatu objek yang mewakili sebuah entitas. Entitas sendiri berupa wujud bisa berupa barang dan jasa, negara, organisasi, partai, manusia maupun kelompok, gagasan/ide, dan konsep ide. *Brand* atau Logo

bagaikan sebuah bendera, tanda tangan, dan sebuah lambang yang secara langsung tidak menjual tetapi memberi sebuah persuasi, identitas, informasi yang akhirnya digunakan sebagai alat pemasaran (Safanayong, 2006).

Mejamu adalah nama yang penulis ambil untuk menamai restoran yang penulis rencanakan. Mejamu sendiri berasal dari singkatan bahasa Indonesia yang berarti “Meja Milikmu”. Mejamu juga berasal dari gabungan Bahasa Inggris “*Me*” yang berarti saya dan bahasa Indonesia “jamu” yang merupakan minuman herbal tradisional.

Dalam pemilihan nama Mejamu, penulis berharap produk yang penulis tawarkan dapat lebih baik dari *kompetitor* yang ada di sekitar Kota Bandung baik secara harga, pelayanan dan rasa minuman.

GAMBAR 1.1

LOGO USAHA



Sumber: Olahan Penulis, 2024

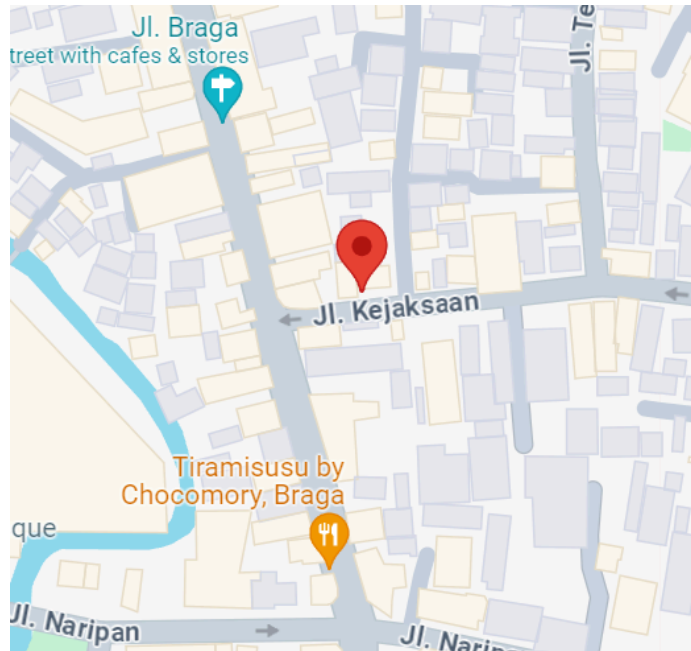
Berdasarkan logo pada **Gambar 1.1**, dapat dilihat bahwa sketsa herbal menjadi arti bahwa kedai minuman herbal Mejamu merupakan kedai yang menjual minuman berbasis herbal. Warna dasar pada logo yang didominasi oleh Warna ini memberikan kesan yang hampir sama dengan jingga yaitu kesan ceria, hangat, dan bahagia.

b. Lokasi

Lokasi usaha kedai minuman herbal Mejamu yang penulis tentukan berada di Jl. Kejaksaan No.3, Braga, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40111.

GAMBAR 1.2

LOKASI USAHA



Sumber: Google Maps (2024)

C. Visi dan Misi

1. Visi

Menurut *Kotler*, visi merupakan pernyataan yang menggambarkan tujuan organisasi dengan menggambarkan layanan dan produk yang ditawarkan dan dipromosikan, umumnya mencerminkan aspirasi masa depan, nilai-nilai yang diinginkan, kebutuhan yang ingin dipenuhi, serta pelayanan kepada masyarakat.

Edward Salis (2012:216) mengungkapkan bahwa pernyataan misi berkaitan erat dengan visi dan memberikan arah yang jelas baik untuk saat ini maupun masa depan.

Visi kedai minuman herbal Mejamu adalah **“Menjadi tempat menikmati minuman tradisional menyehatkan *favorite* yang mengutamakan pelayanan terbaik”**. Dibalik visi tersebut penulis berharap bahwa usaha yang penulis buat dapat berjalan dengan sukses dan sesuai dengan apa yang penulis rencanakan.

2. Misi

Untuk dapat mewujudkan visi tersebut, penulis juga mempunyai misi sebagai berikut:

- a. Membuat minuman herbal yang enak dan menyehatkan dengan kualitas terbaik.
- b. Menjaga kualitas minuman herbal tetap terbaik dengan menggunakan bahan-bahan terpilih yang berkhasiat, mengikuti standar resep dan selalu menjaga kebersihan.
- c. Menghidupkan kembali sentuhan tradisional dan alami dengan menyediakan minuman berbasis herbal yaitu minuman ramuan jamu, teh dan tisane.
- d. Penyediaan fasilitas yang dapat menunjang kenyamanan konsumen seperti toilet, wastafel, *smoking area*, and *free wifi*.

- e. Harga jual terjangkau tanpa mengurangi kualitas ataupun rasa dari minuman yang ditawarkan.
- f. Memberikan pelayanan yang terbaik sehingga konsumen merasa nyaman saat berkunjung.

D. SWOT Analysis

Menurut Galavan (2014), analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat) adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk mendapatkan strategi yang efektif dan bermanfaat, yang sesuai dengan kondisi pasar dan situasi publik pada saat itu. Dalam analisis ini, peluang (opportunity) dan ancaman (threat) digunakan untuk memahami lingkungan eksternal atau luar, sedangkan kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) diperoleh melalui analisis internal perusahaan.

1. Strengths

- a. Menawarkan produk minuman berkhasiat menyehatkan tubuh berbasis herbal sebagai menu utama.
- b. Menawarkan harga yang terjangkau bagi mahasiswa dan pekerja kantoran.
- c. Penggunaan bahan-bahan yang berkualitas.
- d. Fasilitas kedai yang dapat membuat konsumen nyaman.

- e. Lokasi prima terletak di Braga, salah satu area terbaik dan teramai Bandung, Jawa Barat.

2. Weaknesses

- a. Lahan yang digunakan untuk berjualan bersebelahan dengan jalan umum.
- b. Belum adanya konsumen tetap.
- c. Kurangnya lahan untuk dijadikan tempat parkir.
- d. Perizinan untuk berusaha masih belum didapatkan.
- e. *Brand* baru yang belum dikenal masyarakat.

3. Opportunities

- a. Harga minuman dijamin mampu bersaing.
- b. Dapat dikembangkan penjualan *online* dan diversifikasi produk tanpa batas.
- c. Selera masyarakat yang menyukai minuman menyehatkan yang alami.
- d. Perluasan tempat usaha.
- e. Peluang membuat *franchise*.

4. Threats

- a. Adanya pesaing usaha minuman lain.
- b. Tren minuman yang begitu cepat berubah membuat penjualan tidak stabil.
- c. Harga bahan-bahan yang naik dengan seiringnya waktu membuat kualitas bahan - bahan terancam menurun dan harga jual terancam naik.
- d. Konsumen kemungkinan tidak akan kembali karena lahan parkir yang minim.
- e. Luas wilayah yang terbatas untuk peningkatan kapasitas.
- f. Harga sewa tempat yang cukup tinggi dan kemungkinan terus meningkat.

E. Spesifikasi Produk

Dalam membangun sebuah bisnis tentunya perlu ada suatu spesifikasi produk atau jasa yang akan dibangun. Mejamu adalah *brand* dari perencanaan bisnis yang penulis tentukan. Nama atau *Brand* tersebut penulis ambil karena penulis akan membuat usaha produk minuman berbasis herbal dan tradisional. Makna Mejamu adalah “Meja Milikmu” yang merupakan kepanjangannya, juga gabungan dari kata “*Me*” yang berarti saya dan kata “jamu” yang merupakan minuman herbal tradisional, dengan maksud penulis ingin menjual produk minuman khususnya minuman

tradisional menyehatkan berbasis herbal yang membuat pengunjung ingin kembali lagi dan merasakan keterikatan batin seakan memiliki.

Minuman adalah kebutuhan pokok manusia yang dibutuhkan setiap saat dan memerlukan pengelolaan yang baik dan benar agar bermanfaat bagi tubuh tidak termasuk air, obat-obatan, dan substansi-substansi lain yang digunakan untuk pengobatan (Hari Purnama dan Adiono, 2009). Produk minuman yang penulis tawarkan dalam kedai minuman herbal Mejamu adalah minuman-minuman herbal seperti jamu, teh dan tisane.

Proses pengolahan minuman herbal akan menggunakan herbal yang memiliki kualitas yang baik sehingga dapat mempertahankan kualitas yang sesungguhnya. Selain proses pengolahan, penulis juga akan menyajikan minuman herbal yang ditawarkan di dalam gelas dan cangkir kaca tahan panas untuk *dine-in*, serta *paper cup*, *plastic lid food grade* tahan panas untuk pengemasan *take away*.

F. Jenis Badan Usaha

Seorang pengusaha perlu mengetahui jenis usaha yang sedang atau akan dijalankan. Dalam pengembangan usaha kedai minuman herbal Mejamu di Braga, penulis memilih jenis badan usaha yang disebut sebagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Menurut Tambunan (2012: 2), UMKM merupakan unit usaha

produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh individu atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Penulis memilih jenis badan usaha ini karena memiliki berbagai keuntungan, antara lain:

1. Mendapatkan perlindungan hukum yang jelas sesuai dengan lokasi usaha yang telah ditetapkan.
2. Mendapatkan kemudahan dalam pemberdayaan dari pihak pusat, provinsi, dan daerah.
3. Mendapatkan akses yang lebih mudah terhadap pembiayaan.
4. Mendapatkan pendampingan dalam pengembangan usaha yang lebih besar.
5. Mendapatkan pengakuan resmi dari berbagai pihak atas izin yang dimiliki dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum.

Dibutuhkan beberapa dokumen untuk dapat mendaftar sebagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai berikut:

1. Akta Pendirian Perusahaan
2. NPWP Badan Usaha
3. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
4. Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP)

5. Tanda Daftar Perusahaan (TDP) atau Nomor Induk Berusaha (NIB)

G. Aspek Legalitas

Dalam memenuhi perizinan dan kelayakan sebuah usaha agar mendapat kepercayaan publik, maka dokumen legalitas sangat dibutuhkan. Dalam usaha membuka kedai minuman herbal Mejamu ini tidak luput dari faktor hukum yang telah didokumentasikan pada (PP no.17 tahun 2003) yang menjelaskan tentang aspek legalitas usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Terkait hal tersebut, lebih jelasnya dijelaskan dalam (Pasal 36 PP-UMKM) yang menguraikan unsur-unsur hukum badan usaha perseorangan sebagai berikut:

1. UU perihal Pelaku Usaha diatur dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.
2. UU perihal Merek / Brand diatur dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Dan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.
3. UU perihal fasilitas jaminan kesehatan dan keselamatan, dalam UU no. 13 tahun 2003.
4. UU perihal waktu kerja dan cuti, dalam UU Ketenagakerjaan Nomor 13 Tahun 2003 pasal 77
5. UU perihal Waktu lembur juga diatur di dalam UU Ketenagakerjaan terkait hak dan kewajiban pengusaha menurut UU no. 13 tahun 2003.

6. UU Tentang kesehatan tentang pengamanan makanan dan minuman dan izin edar No 36 tahun 2009
7. UUG tentang Undang-undang Gangguan / *Hinder Ordonantie* (HO)
8. UU tentang ketenagakerjaan Upah minimum dalam undang – undang nomor 13 (2003) pasal 89 ayat 3 ayat 1.

Penulis ingin menyusun tugas akhir dalam bentuk perencanaan bisnis dengan didukung teori yang dijelaskan diatas.