

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan era yang semakin cepat memberikan dampak yang cukup besar, khususnya dalam industri dan bisnis makanan. Bisnis kuliner seperti membuat dan menjual makanan dengan aneka ragam yang unik, wisata kuliner, dan trend makanan yang menjadi gaya hidup masyarakat adalah semua tanda bahwa industri kuliner ini berkembang pesat. Bisnis kuliner menawarkan peluang yang sangat luas karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar setiap orang. Usaha kuliner tetap menjadi salah satu bidang yang prospektif dari waktu ke waktu.

Pendapatan dari bisnis ini cukup stabil dan peluang pengembangan bisnis kuliner ini jelas cukup besar. Persaingan bisnis kuliner sangatlah ketat dan kompetitif dikarenakan banyaknya bisnis yang baru muncul. Untuk menghadapi dan bertahan dalam persaingan bisnis kuliner, kita harus terus berinovasi menu, konsep dan strategi marketing yang dapat menambah daya tarik konsumen.

Kota bandung disebut sebagai “kota kembang” terkenal dengan kekayaan kulinernya, mulai dari makanan tradisional hingga modern. Kuliner di bandung menjadi simbol bagi para pecinta kuliner di dalam kota maupun di luar kota,Ini menunjukkan bahwa kuliner di bandung memiliki daya tarik yang kuat dan menjadi dasar bagi perencanaan dan pengembangan bisnis kuliner. Bandung adalah kota yang terkenal dengan inovasi kuliner yang terus berkembang. Oleh karena itu banyak pengusaha muda yang mendirikan kedai ataupun toko kecil dengan konsep

yang unik dan konsep yang kreatif. Dan kuliner yang terus berkembang hingga saat ini salah satunya adalah dimsum, Tren pasar yang meningkat terhadap olahan dimsum dan kebutuhan masyarakat akan makanan cepat saji mendorong pengusaha lain untuk memanfaatkan peluang bisnis serupa. Kondisi ini memicu persaingan antar pelaku usaha dalam menciptakan inovasi dan keunggulan produk guna memenuhi kepuasan konsumen. Tren pasar yang meningkat terhadap olahan dimsum dan kebutuhan masyarakat akan makanan cepat saji mendorong pengusaha lain untuk memanfaatkan peluang bisnis serupa. Kondisi ini memicu persaingan antar pelaku usaha dalam menciptakan inovasi dan keunggulan produk guna memenuhi kepuasan konsumen. (Subiya & Wijaya, 2024)

1.2 Gambaran Umum Bisnis

1.2.1 Deskripsi Bisnis

Ztodimsum adalah bisnis kuliner yang menawarkan dimsum dengan cita rasa yang diadaptasi dan terinspirasi dari resep Chef Devina. Bisnis dimsum rumahan ini berdiri sejak tahun 2024 awal di kota Bandung. Penulis memilih bisnis kuliner dimsum karena permintaan pasar yang tinggi juga hidangan dimsum cocok untuk semua usia, dari yang tua hingga muda. Meski demikian, target pemasarannya tetap di kalangan usia muda. Dimsum merupakan hidangan tradisional yang berasal dari tiongkok.

1.2.2 Deskripsi Nama dan Logo

Gambar 1.2 Logo Ztodimsum



Sumber : Olahan penulis, 2024

Ztodimsum memiliki logo yang terdiri dari kombinasi warna dan juga gambar karakter yang memiliki arti tersendiri yaitu:

1. Karakter dimsum : karakter ini berbentuk dimsum dengan konsep wajah yang lucu dan juga menggambarkan ekspresi yang Bahagia. Karakter tersebut memegang sumpit, itu melambangkan seni dan juga tradisi dalam menikmati hidangan dimsum. Ekspresi karakter ini memberikan kesan ramah dan juga mengundang, menunjukkan bahwa produk ini dibuat dengan sepenuh hati dan untuk dinikmati secara gembira.

2. Bintang : dua Bintang yang ditempatkan diantara karakter dimsum memberikan kesan yang positif, diartikan sebagai simbol kualitas dan juga menjadi harapan bahwa produk ini akan bersinar dan diakui layaknya bintang.

3. Warna biru dan cream : warna ini memberikan kesan professional tetapi tetap ceria. warna biru sering dikaitkan dengan kepercayaan dan ketenangan, sementara cream menambah elemen yang tenang dan menjadi daya tarik visual.

Secara keseluruhan, logo ini mencerminkan konsep yang menyenangkan, yang diharapkan bisa menarik konsumen untuk mencoba produk dimsum dan juga agar konsumen dapat mudah mengingat dan menganal produk ztodimsum.

1.2.3 Identitas Bisnis

Ztodimsum adalah bisnis kuliner yang berada di Kota Bandung dan berfokus pada kualitas premium dengan menggunakan bahan-bahan segar dan inovasi rasa yang disesuaikan dengan preferensi lokal. Dengan visi untuk menjadi pelopor dalam industri dimsum di Bandung, Ztodimsum menawarkan dimsum dengan varian saus yang lezat dan terjangkau serta berkomitmen untuk memberikan pengalaman kuliner yang luar biasa.

Ztodimsum menargetkan pelanggan yang beragam, mulai dari keluarga, pelajar, hingga orang yang mencari hidangan ringan berkualitas yang dapat dinikmati kapan saja. Dimsum ini dibuat dengan menggabungkan tradisi kuliner Tionghoa dengan sentuhan lokal. Ztodimsum beralamat di Komplek The Green City View blok C 25, Jalan Jatihandap, RT/RW 002/013, Kelurahan Jatihandap, Kecamatan Mandalajati, Kota Bandung, Jawa Barat. Bisnis Kuliner Ztodimsum didirikan pada bulan Februari tahun 2024 dan dikelola oleh penulis sendiri yaitu Zhafira Khairatun Hisan.

Tabel 1.1 Data Perusahaan

1.	Nama Perusahaan	Ztodimsum
2.	Bidang Usaha	Makanan Ringan
3.	Jenis Produk	Dimsum
4.	Alamat Perusahaan	Komplek The Green City View blok C 25, Jalan Jatihandap, RT/RW 002/013, Kelurahan Jatihandap, Kecamatan Mandalajati, Kota Bandung, Jawa Barat
5.	Nomor Telepon	085711101917
6.	Platform Instagram	Ztodimsum

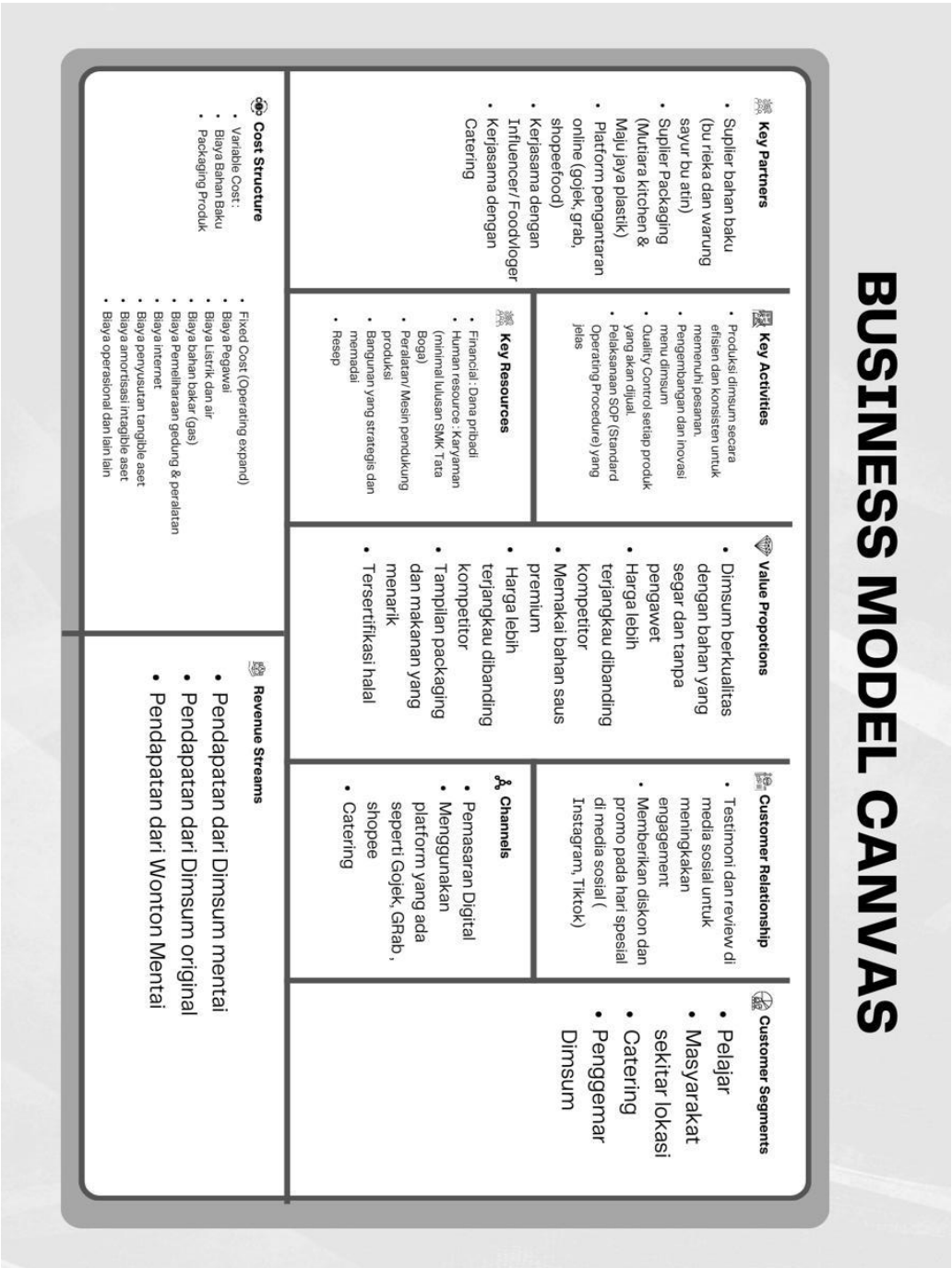
Sumber : Olahan Penulis,2024

Tabel 1.2 Data Pemilik

1.	Nama	Zhafira Khairattun Hisan
2.	Jenis Kelamin	Perempuan
3.	Tempat, Tanggal Lahir	Bandung, 27 April 2002
4.	Alamat	Komplek The Green City View blok C 25, Jalan Jatihandap, RT/RW 002/013, Kelurahan Jatihandap, Kecamatan Mandalajati, Kota Bandung, Jawa Barat
5.	Nomor Telepon	085711101917
6.	Email	zhafirakhairatunh@gmail.com
7.	Peran dalam Perusahaan	Pemilik

Sumber : Olahan Penulis,2024

Gambar 1.3 Business Model Canvas



Sumber : Olahan Penulis, 2024

1.3 Visi dan Misi

Visi adalah pandangan tentang kondisi masa depan yang diinginkan dan ingin dicapai oleh suatu perusahaan. Ini adalah suatu tujuan dalam jangka panjang yang bersifat menginspirasi. Sedangkan misi merupakan pernyataan mengenai tujuan jangka pendek suatu perusahaan yang lebih jelas dan dapat diukur.

a.) Visi :

- Menjadi destinasi yang digemari oleh para pecinta dimsum di Bandung

b.) Misi :

- Mengembangkan berbagai varian dimsum yang unik menyesuaikan selera lokal
- Memperluas pemasaran produk di area Bandung melalui kolaborasi dan inovasi
- Menyediakan dimsum berkualitas dengan bahan-bahan segar dan halal

1.3 SWOT Analysis

Analisis SWOT adalah metode untuk mengevaluasi situasi dan kondisi secara deskriptif, yang memberikan gambaran yang jelas. Dalam analisis ini, situasi dan kondisi dianggap sebagai faktor masukan yang disusun berdasarkan peran masing-masing. Analisis SWOT adalah alat analisis yang digunakan untuk menunjukkan kondisi saat ini dan kemungkinan masa depan organisasi. Analisis ini bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities) dengan meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats). (Anggreani, 2021)

a.) *Strengths (Kekuatan):*

Ztodimsum memiliki kekuatan utama berupa produk berkualitas yang menggunakan bahan segar dan premium tanpa pengawet, dengan variasi inovatif seperti menu mentai dan topping tambahan, menawarkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan kompetitor, dilengkapi dengan sertifikasi halal yang memberikan kepercayaan lebih kepada konsumen Muslim, serta kemasan menarik dan higienis, dan didukung oleh pemanfaatan platform digital seperti Gojek, Grab, dan Shopee untuk memudahkan pembelian.

b.) *Weakness*

Kelemahan Ztodimsum adalah ketergantungannya pada platform pengiriman online, yang dapat mengurangi margin keuntungan karena biaya komisi untuk setiap transaksi. Selain itu, perusahaan menghadapi biaya operasional tetap yang tinggi, seperti pemeliharaan gedung, listrik, gas, gaji pegawai, dan peralatan. Semua biaya ini dapat menyebabkan kerugian finansial, terutama saat permintaan rendah. Keterbatasan sumber daya manusia juga menjadi tantangan, karena karyawan yang minimal lulusan SMK Tata Boga mungkin memerlukan pelatihan tambahan untuk mencapai standar inovasi produk dan penerapan SOP yang lebih ketat.

Selain itu, Ztodimsum juga menghadapi kelemahan dalam hal variasi menu dan topping yang masih terbatas. Pilihan topping yang belum bervariasi dan jumlah menu yang sedikit dapat membatasi daya tarik bagi pelanggan yang mencari lebih banyak pilihan rasa dan kombinasi, sehingga potensi pertumbuhan penjualan bisa terhambat jika tidak ada inovasi lebih lanjut dalam pengembangan produk.

c.) Opportunity

Ztodimsum memiliki peluang besar untuk berkembang, dengan tren makanan kekinian dan halal yang semakin diminati, terutama di kalangan Gen Z dan masyarakat Muslim. Potensi kerjasama dengan catering serta influencer atau food vlogger juga dapat meningkatkan visibilitas bisnis dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, perkembangan pesat dalam pasar digital dan pengantaran makanan online memungkinkan Ztodimsum untuk memperkuat strategi pemasaran digital dan memanfaatkan platform pengiriman secara optimal. Inovasi dalam rasa dan topping baru juga membuka peluang besar untuk menarik konsumen dengan selera yang dinamis dan mengikuti tren makanan.

d.) Threats

Ztodimsum menghadapi ancaman dari persaingan ketat di industri kuliner di Bandung, di mana banyak bisnis lain juga menawarkan produk dimsum serupa, yang dapat menyebabkan perang harga dan menekan margin keuntungan. Selain itu, perubahan preferensi atau tren konsumen mengharuskan Ztodimsum untuk cepat beradaptasi agar tidak kehilangan daya tariknya di pasar. Kenaikan harga bahan baku, seperti ayam dan gas, juga berpotensi meningkatkan biaya operasional.

Tabel 1.3 Matriks Swot

SW OT	STRENGTHS ● Menggunakan bahan baku berkualitas ● Tidak menggunakan bahan pengawet ● Harga lebih terjangkau ● Memanfaatkan platform online	WEAKNESS ● Ketergantungan pada platform online ● Promosi online tidak dilakukan secara rutin ● Keterbatasan SDM
OPPORTUNITY Potensi kerjasama dengan foodvlogger/influencer juga catering Perkembangan pesat dalam platform digital	Strategi SO Optimalisasi pemasaran digital dan pengantaran online Manfaatkan kualitas produk Ztodimsum yang menggunakan lebih banyak daging dibandingkan tepung sebagai kekuatan utama dalam pemasaran Inovasi menu sesuai tren	Strategi WO Kerjasama dengan Catering dan Influencer untuk Meningkatkan Visibilitas Inovasi Menu untuk Menarik Pelanggan Tetap Maksimalkan Penggunaan Platform Pengantaran Online
THREATS Persaingan yang ketat Kenaikan harga bahan baku Kenaikan Biaya Operasi Ketergantungan Pada Pehjualan Online	Strategi ST Memperkuat Posisi di Tengah Persaingan dengan Menonjolkan Kualitas Produk Mengatasi Kenaikan Harga Bahan Baku dengan Efisiensi Produksi Menjaga Loyalitas Konsumen di Tengah Perubahan Tren	Strategi WT Pengelolaan Biaya untuk Mengurangi Dampak Kenaikan Harga Bahan Baku Mengantisipasi Perubahan Selera Konsumen dengan Penelitian Pasar yang Lebih Baik Menstabilkan Harga dan Meningkatkan Efisiensi untuk Menghadapi Persaingan Harga

Sumber : Olahan Penulis, 2024

1.5 Spesifikasi Produk

Produk yang ditawarkan “ZTODIMSUM” merupakan hidangan ringan yang berasal dari tiongkok yaitu dimsum. Dimsum ayam adalah salah satu varian terbaik yang memiliki cita rasa asli dan lezat. Terbuat dari daging ayam segar yang dipilih secara hati-hati untuk memberikan rasa empuk dan juicy dalam setiap gigitan. Daging ayam cincang dibuat dengan campuran bumbu khas, yang memberikan rasa gurih dan harum yang seimbang. Kemudian bahan-bahan ini dicampur dengan tepung tapioka yang berkualitas untuk membuat isian yang kenyal dan padat namun lembut, dan kulit dimsum yang halus dan tipis. Ini membungkus isian secara sempurna sehingga tidak mudah pecah saat dikukus.

Dimsum ayam adalah salah satu varian terbaik yang memiliki cita rasa asli dan lezat juga terbuat dari daging ayam segar yang dipilih dengan cermat. untuk Kemudian bahan-bahan ini dicampur dengan tepung tapioka yang berkualitas tinggi untuk membuat isian yang kenyal dan padat namun lembut serta kulit dimsum yang halus dan tipis. Ini membungkus isian secara sempurna sehingga tidak mudah pecah saat dikukus. Untuk memastikan bahwa dimsum ayam ini benar-benar matang, suhu yang tepat digunakan untuk mempertahankan kelembapan alami ayam dan rasa bumbu, juga menghasilkan dimsum yang juicy dengan tekstur luar yang lembut.

1.6 Jenis/Badan usaha

Perusahaan perorangan merupakan badan usaha yang paling sederhana karena dimiliki hanya oleh satu orang. Setiap orang memiliki kebebasan untuk membuat bisnis pribadi mereka sendiri, tanpa adanya batasan. Perusahaan perseorangan biasanya didirikan oleh pengusaha dengan modal kecil yang hanya memiliki sedikit sumber daya, jumlah produksi yang terbatas, dan alat produksi sederhana. Ini adalah bentuk usaha yang paling mudah didirikan karena tidak memerlukan izin atau prosedur khusus. (Demingo & Helder, 2020)

Perusahaan perorangan termasuk dalam kategori usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang dimiliki dan dikelola oleh satu orang. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran dan posisi strategis dalam perekonomian Indonesia karena mereka memiliki modal yang lebih kecil dan operasi yang lebih sederhana. Selain itu, UMKM membantu menciptakan lapangan pekerjaan, menggerakkan perekonomian Indonesia, dan menyebarkan hasil pembangunan ekonomi. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) adalah salah satu jenis usaha yang paling tahan terhadap shock dan krisis. Hal ini terbukti ketika Indonesia mengalami krisis moneter, tetapi UMKM tetap bertahan dan bahkan tumbuh. Oleh sebab itu, jenis badan usaha ini cocok untuk mendukung bisnis Ztodimsum.

1.7 Aspek Legalitas

Aspek legalitas merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan bisnis kuliner seperti Ztodimsum, baik untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum maupun untuk memberikan kepercayaan kepada pelanggan. Berikut adalah beberapa aspek legalitas yang perlu dipertimbangkan dan direncanakan ke depannya:

1. NIB (Nomor Induk Berusaha)

Salah satu tujuan dari pembuatan NIB adalah untuk membantu pemilik usaha yang membutuhkan permodalan, baik berupa bantuan alat pendukung atau penunjang, dana permodalan, dana pengembangan bisnis, dan peningkatan pemasaran produk. Selain itu, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) ini membantu menyebarkan bantuan dari program pemerintah seperti Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM).

Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan suatu identitas yang diberikan kepada Pelaku Usaha untuk menjalankan usaha sesuai dengan bidangnya. Online Single Submission (OSS) adalah suatu sistem perizinan berusaha yang dibangun, dikembangkan, dan menjadikannya penting bagi pemilik usaha untuk memiliki NIB. Pendaftaran perizinan berusaha NIB melalui sistem OSS gratis atau tidak dikenakan biaya. (Sutantri Sutantri et al., 2022)