

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Kota Bandung merupakan ibu kota dari Provinsi Jawa Barat, dikenal dengan sebutan Kota Kembang. Bandung juga terkenal dengan kekayaan alam, keberagaman kuliner dan keramahan warganya membuat Bandung menjadi salah satu destinasi wisata. Kunjungan dari berbagai wisatawan lokal sampai mancanegara. Indeks pariwisata kota Bandung menjadi salah satu tertinggi di Indonesia, yakni mencapai 95,30, angka ini lebih tinggi dari Kota Denpasar dengan indeks pariwisata 8,65. Selain faktor kunjungan oleh para wisatawan yang datang ke Bandung dapat dinilai dari kepadatan penduduk kota Bandung setiap tahunnya, yang ditunjukkan pada tahun 2016 – 2018 yang ada di bawah ini :

Tabel 1.1
JUMLAH PENDUDUK KOTA BANDUNG
PERIODE TAHUN 2016 – 2018

No	Tahun	Jumlah Total Penduduk
1.	2016	2.397.396
2.	2017	2.412.458
3.	2018	2.452.179

Sumber: Dinas kependudukan dan catatan Sipil kota Bandung 2018

Dari data tersebut menunjukkan jumlah penduduk di kota Bandung tahun 2018 berada di angka 2,4 juta jiwa yang tersebar keseluruh 30 kecamatan dan 151 kelurahan. Dari Tabel tersebut jumlah penduduk mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dari laju pertumbuhan penduduk dan kunjungan wisatawan, kebutuhan makanan minuman di Kota Bandung akan

mengalami peningkatan. Bisnis dibidang makanan dan minuman, merupakan bisnis yang abadi mengingat makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer. Ini menjadikan persaingan bisnis di bidang makanan dan minuman di Kota Bandung semakin kreatif dari mengangkat cita rasa lokal hingga internasional. Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No. 11 Tahun 2014 pada pasal 1 ayat (2) “Usaha restoran adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap dan tidak berpindah – pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba.”

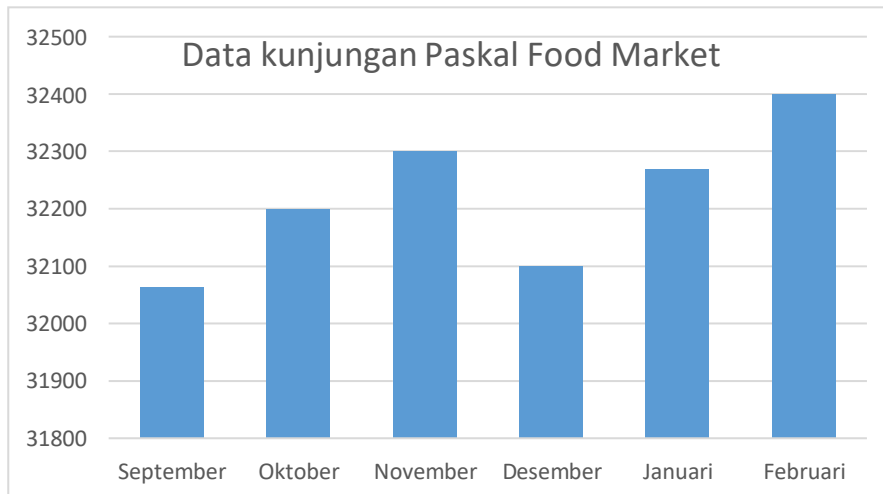
Restoran adalah suatu tempat penyedia makanan dan minuman. Restoran memiliki berbagai jenis dari *coffee shop*, *dining room*, *grill room* dan salah satunya *speciality restaurant*. *Speciality restaurant* adalah restoran yang menyajikan makanan dan minuman disesuaikan dengan tipe khas makanan yang disajikan sesuai tema, baik dari suatu daerah maupun manca negara. Suasana serta dekorasi mengacu kepada jenis dan tipe khas restoran itu sendiri, contohnya seperti masakan Jepang, Cina, Sunda, dan Batak.

Selera masyarakat terhadap makanan dan minuman tentunya beraneka ragam, hal ini menjadi dasar pemikiran para pelaku bisnis untuk membuka usaha yang mampu menampung berbagai jenis makanan dalam memenuhi selera masyarakat, salah satunya adalah *food court* merupakan peluang bisnis yang tepat untuk itu. *Food court* atau dalam Bahasa Indonesia adalah Pujasera dari singkatan (Pusat Jajanan Serba Ada) merupakan suatu tempat yang berisikan banyak *counter – counter* atau gerai (Kamus Besar Bahasa Indonesia).

Gerai merupakan satu tempat usaha yang disewakan oleh pihak pengelola pujasera yang dapat digunakan untuk menjual makanan dan minuman. Gerai menyuguhkan aneka ragam kuliner, berupa makanan dan minuman. Salah satu contoh *food court* yang ada di kota

Bandung ada di *Paskal Food Market*. *Food court* ini berada di lokasi yang strategis, dekat *Mall*, kawasan sekolah, perkantoran, dan tempat penginapan. Berikut adalah *chart* data kunjungan *Food Market Paskal 23* kota Bandung

Tabel 1.2
DATA KUNJUNGAN PASKAL FOOD MARKET BANDUNG



Sumber : Manajemen Pemasaran *Food Market 23 Paskal*, 2020.

Dari *chart* tersebut diketahui kunjungan dalam kurun waktu 6 bulan dari bulan September 2019 hingga pada bulan februari 2020, menunjukan fluktuasi kunjungan tetap dalam kenaikan yang cukup baik, dari hal ini merupakan sebuah peluang besar dalam membuka bisnis.

Suku Batak merupakan suku terbesar ke tiga di Indonesia (Detik travel,2019) hal lain yang memperkuat ini adalah adanya persebaran orang Batak yang tercatat berdasarkan Sensus Penduduk tahun 2000. Total populasi suku ini berjumlah sekitar 6.076.440 jiwa, namun jumlah orang Batak pada hasil sensus 2010 telah meningkat menjadi 8.466.969 jiwa. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa dalam waktu 10 tahun persentase jumlah orang Batak bertambah sebanyak 39,34% atau sekitar 3,93% setiap tahunnya.

Angka ini lebih besar dari rata-rata pertumbuhan nasional dengan persentase sekitar 1,43%. Jika dilihat dari data dari setiap provinsi, maka akan ditemukan pada provinsi mana saja yang mengalami pertumbuhan jumlah orang Batak yang cukup signifikan (Hasil Sensus Penduduk tahun 2010, Badan Pusat Statistik (BPS)). Hasil dari data ini merupakan sebuah peluang untuk penulis membuat bisnis makanan khas Suku Batak.

Suku Batak terbagi dalam 6 sub suku terdiri dari : Batak Toba, Batak Karo, Batak Angkola, Batak Simalungun, Batak Pakpak dan Mandailing. Pandangan orang awam terhadap makanan khas Batak adalah menggunakan olahan non halal, karena sebagian suku Batak adalah beragama Kristen. Sebagai mayoritas menjadi kendala jika ingin mencoba masakan khas Batak halal. Karena rumah makan yang menyediakan masakan Batak halal masih jarang, khususnya di Bandung. Berikut adalah data yang rumah makan Batak yang ada di kota Bandung.

Tabel 1.3
RUMAH MAKAN KHAS BATAK DI KOTA BANDUNG

No	Nama usaha	Alamat
1	BPK Betania	Jl. Soekarno-Hatta No.766, Cipadung Wetan, Kec. Panyileukan, Kota Bandung, Jawa Barat 40614
2	BPK Sudirman	Jl. Jend. Sudirman No.781, Cijerah, Kec. Bandung Kulon, Kota Bandung, Jawa Barat 40213
3	BPK Sukadame Kopo	Jl. Soekarno-Hatta No.213, Kopo, Kec. Bojongloa Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40233
4	Lapo Siagian	Jl. H. Hasan No.19A, Lebakgede, Kecamatan Coblong Kota Bandung, Jawa Barat 40132
5	Pinukka Catering & Resto	Jl. Naripan No.131, Kb. Pisang, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40112
6	Rumah Makan 5 Serangkai	Sukaluyu, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40123
7	Rumah Makan Polin	Ruko Harmoni, Jalan Ters. Jakarta No.181, Antapani Kulon, Kec. Antapani, Kota Bandung, Jawa Barat 40291

8	Rumah Makan Gundaling	Jl. Bagusrangin No.126/50, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132
9	Rumah Makan Simatupang	Jl. Cibangkong Halteu No. 49 Cibangkong Batununggal Bandung Jawa Barat, Cibangkong, Kec. Batununggal, KotaBandung, Jawa Barat 40273
10	Toba Resto	Jl. Soekarno-Hatta No.141, Babakan Ciparay, Kec. BabakanCiparay, Kota Bandung, Jawa Barat 40223

Sumber : Olahan Penulis, 2020.

Berdasarkan Tabel daftar rumah makan khas Batak di atas terdapat 10 rumah makan yang tersebar di kota Bandung seluruh rumah makan tersebut diketahui menggunakan makanan non halal, tidak terdapat rumah makan yang menyediakan 100% makanan halal, maka dengan data tersebut penulis semakin yakin dalam memperkenalkan masakan khas Batak dan melestarikan makanan cita rasa khas yang bisa dikonsumsi oleh seluruh kalangan masyarakat kota Bandung. Hal inilah yang mendasari penulis untuk mengambil topik dalam penyusunan tugas akhir dengan judul. **“PERENCANAAN USAHA GERAJ DONGAN DI PASKAL FOOD MARKETBANDUNG”**.

B. Gambaran Umum Bisnis

Bisnis yang akan dijalani adalah usaha penjualan makanan. Dalam menjual produk makanan tersebut, media yang digunakan adalah sebuah gerai makanan. Lokasi gerai makanan berada di tempat yang disewakan khusus untuk berjualan makanan dan minuman yaitu *food court*. Gerai ini menyediakan menu yang mengangkat cita rasa khas masakan daerah.

1. Deskripsi Bisnis

Salah satu kunci kesuksesan dalam menjalankan suatu bisnis adalah dengan memiliki kemampuan menuangkan sebuah gagasan atau ide mengenai sebuah

produk yang sanggup mendatangkan nilai ekonomi. Jenis usaha apapun yang akan dibuat seorang wirausaha harus bisa membuat perencanaan bisnis yang dapat dijelaskan secara tertulis. Tujuannya adalah agar bisa memudahkan wirausaha mewujudkan bisnisnya secara nyata (Supriyanto, 2009). Lokasi usaha akan ditempatkan di salah satu tempat usaha di *Paskal Food Market*.

Pemilihan sebagai *tenant* dalam bahasa Indonesia penyewa, karena tidak memerlukan modal yang banyak karena tempat makan seperti meja, kursi, air dll sudah disediakan oleh pihak *food court*, sehingga hal ini cocok dalam memulai suatu perencanaan usaha dengan modal yang tidak besar. Gerai (kedai kecil) yang dipilih sebagai media untuk menjual makanan. Ialah kedai kecil yang berisikan meja dan lainnya sebagai tempat menjual barang (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Penulis berencana membuka usaha gerai *Dongan* ini di *Mall Paskal 23* tepatnya di *Paskal Food Market*.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Gambar 1.1
LOGO USAHA GERAI DONGAN



Sumber : Olahan Penulis 2020

Logo atau *corporate identity* atau *brand identity* adalah sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan dan logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya. Suatu logo diperoleh maknanya dari suatu kualitas yang disimbolkan melalui pendekatan budaya perusahaan (*corporate culture*), penempatan posisi (*positioning*) historis atau aspirasi perusahaan. Secara keseluruhan logo merupakan instrumen rasa harga diri dan nilai-nilainya mampu mewujudkan citra positif dan dapat dipercaya. Sularko, dkk (2008: 6).

Nama yang dipilih penulis sebagai identitas usaha ini adalah *Dongan*. Nama ini diambil dari bahasa Batak yang artinya “Teman atau kerabat” (Kozok Uli : 1999). Penulis mengambil nama ini karena teman memiliki makna yang sesuai dengan tujuan usaha ini. Dimana *Dongan* merupakan pilihan makanan khas Batak yang dapat dinikmati oleh siapapun tanpa harus merasa khawatir kehalalan masakan Batak.

Huruf yang berbeda dalam satu lingkaran yang artinya perbedaan dalam kebersamaan di mana menu khas Batak bukan berarti hanya milik suku Batak saja tapi sebagai keragaman yang bisa dinikmati bersama. Logo yang dibuat membentuk dari kata *Dongan* itu sendiri. Pemilihan warna *orange* dikategorikan sebagai energi yang hangat dan ramah. Dalam psikologi warna memberikan kesan yang tidak nyaman dan gaduh maka warna ini paling banyak dipakai untuk menarik perhatian orang.

3. Identitas Bisnis

Usaha gerai *Dongan* penulis merencanakan berlokasi di *Paskal Food Market* yang berlokasi di *Paskal Hyper Square*, JL. Pasir Kaliki Nomor. 25-27. Kabupaten Jeruk, Kecamatan Andir, Kota Bandung, Jawa Barat 40181. Lokasi ini dipilih karena *Food Market* berada di dalam lingkungan *Mall 23 Paskal*. Bertempat di lokasi yang strategis, jalan dapat diakses melalui 2 jalur jalan. *Mall paskal 23* terdapat *Shopping Center*, *Paskal Food Market*, *YELLO Hotel Paskal*, *Universitas Binus Bandung*, dekat dengan Rumah Sakit dan Pusat perbenjaan lainnya.

Gambar 1.2
PETA LOKASI GERAI DONGAN



Sumber : Olahan Penulis, 2020

C. Visi dan Misi

1. Visi

“Visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan.” Wibisono (2006) Visi juga merupakan hal yang sangat krusial bagi perusahaan untuk menjamin kelestarian dan kesuksesan jangka panjang. *Dongan* memiliki visi yaitu: Menjadi penyedia Makanan Batak Halal di Bandung dengan citarasa asli.

2. Misi

“Misi menawarkan kesempatan bagi setiap organisasi untuk menentukan usaha dengan jelas, menyatakan tujuan keseluruhan dan menunjukkan keunikannya atau kompetensi” (Davies dan Glaister, 1997; 594). Misi gerai *Dongan* :

1. Menyediakan makanan khas Batak yang menggunakan bahan baku yang halal.
2. Menciptakan kepercayaan konsumen terhadap kualitas rasa makanan khas Batak.
3. Memberikan pelayanan terbaik untuk kepuasan konsumen.
4. Menyediakan layanan pemesanan online berkerja sama dengan perusahaan aplikasi pengantaran makanan.

D. SWOT Analysis

SWOT adalah singkatan dari (*Strenghts*) Kekuatan, (*Weakness*) Kelemahan, (*Opportunity*) Kesempatan, (*Threat*) Ancaman. Ancaman dan peluang selalu ada dalam menjalankan suatu bisnis. Sebelum melakukan usaha seorang pebisnis harus melakukan pementaan peluang dari usaha tersebut.” Analisis SWOT adalah proses identifikasi berbagai faktor yang dilakukan secara sistematis agar bisa merumuskan strategi organisasi dengan tepat. Analisis dilakukan berdasarkan logika yang bisa mengoptimalkan kekuatan atau *Strenghts* serta peluang atau *Opportunities*.” (Rangkuti 1997) SWOT adalah alat yang sederhana untuk mengetahui seberapa besar potensi usaha dalam mengembangkan startegi bisnis. Berikut merupakan analisis SWOT dari gerai *Dongan* :

1. *Strenght*

- Menggunakan bahan halal berkualitas dari Sumatera Utara
- Lokasi strategis berada di pusat perbelanjaan yang ramai pengunjung

- Harga jual bersaing
- Tempat nyaman yang sudah disediakan oleh pengelola pugasera

2. *Weakness*

- Produk belum populer
- Harga bahan baku *original* cukup tinggi

3. *Opportunity*

- Belum ada nya usaha sejenis
- Bahan produk mudah didapatkan
- Modal tidak banyak
- Kunjungan makan di *food court* tinggi

4. *Threat*

- Pandangan terhadap masakan Batak
- Pesaing usaha makanan

Matriks SWOT sebuah alat analisis subyektif mengenai informasi bisnis dibagi menjadi empat bagian untuk membantu penyajian, pemahaman, diskusi dan pengambilan sebuah keputusan. Mengidentifikasi permasalahan pada perusahaan. Kemudian perusahaan dapat membuat tingkat prioritas dan mengoptimalkan sumber daya kepada isu – isu atau permasalahan perusahaan sesuai dengan tingkat prioritas.

Tabel 1.4
MATRIKS SWOT

EFAS / IFAS	STRENGTHS	WEAKNESS
THREATS	Memberikan konsisten kualitas dan inovasi yang belum ada. <i>Dongan mampu bersaing dengan usaha lainnya</i>	Memberikan logo lisensi halal dan pengetahuan produk melalui media promosi, banner, brosur, dan media sosial
OPPORTUNITIES	Jenis makanan yang jarang ditemui, kunjungan ke <i>food court</i> tinggi. Memberikan banyak peluang usaha <i>Dongan</i> dapat dikenal dan membuat calon konsumen penasaran	Menyiapkan strategi pemasaran melalui media sosial dan mengembangkan kualitas rasa agar sesuai dengan kebutuhan pembeli.

Sumber: Olahan Penulis, 2020.

Hasil studi analisis SWOT untuk usaha perencanaan usaha gerai masakan khas Batak halal *Dongan* hasil perhitungan nilai faktor internal dan eksternal menghasilkan strategi yang tepat dalam pengembangan usaha. Lokasi perencanaan usaha memberikan peluang besar bagi penulis untuk melakukan strategi dalam memperkenalkan produk *Dongan* menyediakan masakan dari mulai kualitas rasa, sehingga memenuhi kebutuhan dan selera pembeli membangun kepercayaan masyarakat terhadap masakan khas Batak halal dengan penggunaan media promosi, penyebaran brosur, pemasangan banner dan pemasaran melalui sosial media.

E. Spesifikasi Produk

Produk merupakan suatu barang atau jasa yang memiliki nilai atau memberikan manfaat bagi penggunaannya melalui proses produksi. Gerai *Dongan* ini menjual produk makanan. Produk makanan yang dipilih berasal dari daerah Sumatera Utara khususnya masakan Batak Toba.

Dalam menyesuaikan selera pasar yang sebagian besar mengonsumsi makanan halal, penulis menggunakan bahan baku yang halal untuk dalam memproduksi makanan yang akan dijual. Masakan Batak identik dengan penggunaan Andaliman (*Zanthoxylum*

acanthopodium), asam gelugur (*Garcinia atrovridis*) dan Kecombrang (*Etlingera Elatior*) Penggunaan bahan ini menjadikan masakan Batak memiliki cita rasa yang berbeda dari masakan daerah lainnya.

F. Jenis/ Badan Usaha

Jenis badan usaha *Dongan* merupakan jenis usaha Perusahaan Perseorangan (PO), PO merupakan salah satu bentuk bisnis yang dimiliki oleh satu orang atau pemilik tunggal, sedangkan pengusaha perseorangan adalah pemilik dari suatu perusahaan perseorangan. Perusahaan Perseorangan (PO) memiliki ciri-ciri diantaranya adalah:

- Kepemilikan dimiliki oleh pemilik tunggal
- Merupakan usaha kecil atau UKM (Usaha Kecil dan Menengah)
- Modal kecil
- Jenis produk
- Tenaga kerja sedikit
- Alat produksi dan teknologinya cukup sederhana.

Perusahaan perseorangan adalah badan usaha atau perusahaan yang dimiliki, dikelola dan dipimpin oleh individu. Sehingga tanggung jawab atas aktivitas dan risiko perusahaan ditanggung oleh individu tersebut. Berdasarkan UU No. 9 Tahun 1995 usaha kecil memiliki beberapa kriteria, yaitu :

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, - (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
2. Memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 1.000.000.000, - (Satu Miliar Rupiah)

3. Milik Warga Negara Indonesia
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar

Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum termasuk koperasi. Kesimpulan *Dongan* merupakan jenis usaha yang bersifat perusahaan perseorangan (PO).

G. Aspek legalitas

Memastikan sebuah suatu bisnis mungkin mudah, tetapi tidak semudah memperhitungkan aspek legalitas. Bila suatu kelangsungan bisnis tetap ada perlu memperhitungkan aspek ini. Tujuan atas adanya asas legalitas ialah memperkuat sebuah kepastian hukum, mencegah penyalahgunaan kekuasaan. Dalam membangun suatu bisnis untuk jangka panjang perlu mempertimbangkan aspek legalitas. Suatu bisnis memiliki nama, produk dan jenis. Perlunya legalitas ini supaya menjadikan hak paten suatu bisnis supaya tidak ada penyalahgunaan kekuasaan dan menciptakan keadilan.

Jenis badan usaha untuk bisnis gerai *Dongan* penulis memilih untuk menggunakan Izin Produk Industri Rumah Tangga (P-IRT). Dasar Hukum P-IRT UU RI No 7 Tahun 1996 tentang Pangan Pasal 3 tujuan pengaturan, pembinaan dan pengawasan pangan adalah untuk tersedianya pangan yang memenuhi syarat keamanan, mutu dan gizi bagi kepentingan kesehatan manusia. Dalam menjalankan bisnis.