

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

1.1 Latar Belakang

Saat ini, bisnis kuliner di Indonesia berkembang pesat dengan beragam seperti restoran, kafe, coffee shop, dan warung makan kaki lima yang terus bermunculan. Pertumbuhan industri ini menciptakan persaingan yang semakin ketat, mendorong para pelaku usaha untuk berinovasi dan memahami kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. Dalam menghadapi persaingan ini, memahami perilaku pelanggan menjadi kunci keberhasilan.

Pemasaran adalah tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menyampaikan informasi produk kepada konsumen dengan tujuan memenuhi kebutuhan mereka. Pemasaran berfokus pada penciptaan hubungan pertukaran yang bernilai, di mana pelanggan dan perusahaan mendapatkan keuntungan. Melalui pemasaran, perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan kuat, dengan harapan memperoleh nilai balik dari pelanggan, baik dalam bentuk loyalitas, kepuasan, maupun keuntungan finansial.

Nasi goreng, makanan khas Indonesia yang populer di dalam dan luar negeri, menawarkan cita rasa lezat serta peluang bisnis menjanjikan karena tingginya minat masyarakat terhadap makanan praktis dan terjangkau. Perencanaan bisnis ini mencakup lokasi strategis, kualitas bahan baku, variasi menu, dan pemasaran yang efektif, dengan target pasar mulai dari siswa, pekerja, hingga turis.

Dengan inovasi dan perencanaan yang matang, basis nasi goreng ini berpotensi besar untuk tumbuh dan bersaing di industri kuliner. (Yusuf et al., n.d.)

1.2 Gambaran Umum Bisnis

Nasi Goreng Laris merupakan sebuah bisnis yang bergerak pada bidang kuliner yang sudah bergerak dari tahun 2021 lalu menjadi perencanaan ulang dikarenakan sedang tidak berjalan. Konsep nasi goreng ini yaitu berbentuk rice bowl, dengan menggunakan rice bowl maka para pembeli akan merasa mudah dan praktis saat membeli nasi goreng ini. Bisnis nasi goreng ini berbentuk warung makan yang bertempat di rumah.

1.2.1 Deskripsi Bisnis

Nasi Goreng Laris adalah usaha kuliner yang mengutamakan kelezatan dan keaslian cita rasa nasi goreng khas Indonesia. Dengan pengalaman dan dedikasi dalam menyajikan nasi goreng yang otentik, kami menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi dan rempah-rempah pilihan untuk menghadirkan rasa yang khas dan menggugah selera. Nasi Goreng Laris selalu menjaga kualitas, kebersihan, dan konsistensi dalam setiap porsi yang kami sajikan. sentuhan bumbu khas nasi goreng yang kaya akan rasa, menjadikannya pilihan kuliner yang tidak hanya praktis, tetapi juga memuaskan selera.

Target pasar untuk bisnis ini sangat luas, mulai dari pelajar, pekerja kantoran, hingga wisatawan yang ingin mencicipi hidangan cepat saji dengan rasa otentik Indonesia. Dengan kemasan rice bowl yang mudah dibawa dan harga yang terjangkau, nasi goreng menjadi pilihan yang populer untuk makan siang, makan malam, atau bahkan sebagai camilan di sela-sela aktivitas. Selain itu, model bisnis ini juga dapat mengandalkan platform layanan pesan antar, seperti GoFood atau

GrabFood, yang semakin memudahkan konsumen untuk menikmati nasi goreng tanpa harus datang langsung ke lokasi.

Keunggulan lain dari bisnis ini adalah kemampuannya untuk berinovasi dalam menyajikan berbagai pilihan menu spesial, seperti nasi goreng ayam suwir, nasi goreng bakso sosis, dan nasi goreng beef teriyaki yang menggabungkan rasa Indonesia dengan sentuhan internasional. Dengan strategi pemasaran yang efektif, seperti promosi melalui media sosial dan diskon menarik untuk pembelian dalam jumlah besar, bisnis nasi goreng ini memiliki potensi untuk berkembang pesat di pasar kuliner yang kompetitif. Fleksibilitas dalam variasi menu dan kemasan yang praktis menjadikan bisnis ini sebagai pilihan ideal untuk memenuhi kebutuhan konsumen modern yang mengutamakan efisiensi dan cita rasa.

1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama

Gambar 1.2 Logo Nasi Goreng Laris



Sumber : (Olahan Penulis, 2024)

Nama : Nasi Goreng Laris

1. **Wajah Senyum:** Menunjukkan kepuasan dan kebahagiaan pelanggan setelah menikmati hidangan yang lezat. Senyum ini melambangkan pengalaman makan yang menyenangkan dan memuaskan.
2. **Garpu dan Sendok:** Sebagai bagian dari wajah (berupa antena), garpu dan sendok adalah simbol alat makan yang jelas mewakili bisnis kuliner, terutama yang berhubungan dengan makanan siap saji seperti nasi goreng. Ini menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan siap untuk disantap dengan peralatan sederhana.
3. **Lidah Menjulur:** Elemen lidah yang menjulur sering kali diasosiasikan dengan rasa lezat atau enak, seolah menunjukkan bahwa hidangan yang disajikan sangat menggugah selera hingga pelanggan ingin segera menikmatinya.
4. **Lingkaran Oranye:** Warna oranye sering digunakan dalam industri makanan karena diasosiasikan dengan kehangatan, kenyamanan, dan rasa lapar. Lingkaran itu sendiri mungkin melambangkan keutuhan atau kelengkapan, menggambarkan bahwa produk nasi goreng ini adalah paket lengkap yang memuaskan.

1.2.3 Identitas Bisnis

Identitas perencanaan bisnis kuliner merupakan pondasi penting yang menentukan arah dan karakter usaha. Dalam tahap ini, penting untuk mendefinisikan visi dan misi yang jelas, serta mengidentifikasi pasar sasaran. Riset

pasar akan membantu memahami tren kuliner dan preferensi konsumen, sehingga menu dapat disusun dengan cermat untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Nama Usaha : Nasi Goreng Laris

Alamat Usaha : Jl. Kenari Utama I No.26, Serpong Utara, Tangerang Selatan.

Kontak : 088222350883

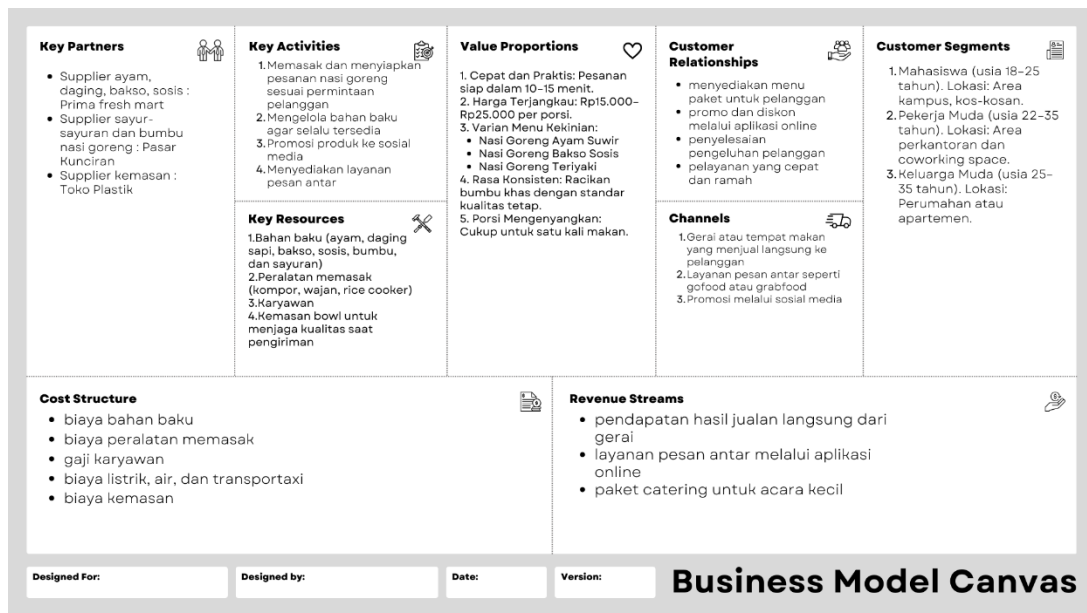
Media Sosial : @nagoris.tgr

1.3 Gambaran Umum Model Bisnis

Business Model Canvas (BMC) adalah sebuah alat visual yang berfungsi untuk memetakan, menganalisis, serta merancang model bisnis suatu usaha. Konsep ini dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan mencakup 9 komponen utama yang merepresentasikan aspek-aspek penting dalam sebuah bisnis.

BMC memudahkan pengusaha atau pemilik bisnis untuk memahami cara operasional bisnis mereka, siapa target pelanggan, bagaimana pendapatan dihasilkan, dan sumber daya apa yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha tersebut.

Gambar 1.3 Business Model Canvas



Sumber : (Olahan Penulis, 2024)

1.4 Visi dan Misi

Visi dan misi merupakan pedoman strategis yang membantu bisnis kuliner membentuk tujuan jangka panjang dan nilai-nilai inti bisnis tersebut. Visi dan misi yang baik memandu pengambilan keputusan, menyatukan tim, dan memberikan identitas unik pada bisnis kuliner.

a) Visi

“Menjadikan “Nasi Goreng Laris” sebagai bisnis warung makan pilihan utama masyarakat dalam menikmati nasi goreng berkualitas dengan cita rasa fusion tradisional dan Indonesia. Melalui inovasi kuliner, pelayanan terbaik, dan komitmen terhadap kepuasan pelanggan, serta berkembang menjadi brand nasi goreng yang dikenal secara nasional maupun Internasional

b) Misi

1. Membuat olahan nasi goreng dengan kualitas tinggi dan cita rasa fusion.

2. Menawarkan harga yang terjangkau dan ekonomis untuk banyak orang.
3. Mengembangkan berbagai varian nasi goreng yang menarik dan kreatif untuk masa yang akan datang.
4. Memperkenalkan keunikan nasi goreng sebagai bagian dari warisan kuliner Indonesia kepada masyarakat luas.

1.5 SWOT Analisis

Bisnis kuliner merupakan suatu bidang bisnis yang persaingannya sangat ketat karena menjamurnya *F&B Business* di seluruh penjuru Indonesia. Seluruh pelaku bisnis di bidang ini berlomba-lomba dalam menyajikan produk yang dapat menembus pasar sesuai keinginan konsumen. (Zidan Berampu et al. 2024) Agar bisnis yang kita garap dapat bersaing dengan seluruh kompetitor yang ada, diperlukan suatu analisis strategi bisnis dalam mencegah kegagalan usaha. Salah satu strategi umum yang dapat dilakukan di bisnis ini merupakan strategi analisis SWOT, yang didasari oleh empat elemen yaitu:

a. *Strength*

Strength memiliki arti kekuatan. Pada aspek ini kita harus mengevaluasi aspek positif internal yang memberi keunggulan bagi bisnis ini, seperti sumber daya yang kuat, keahlian khusus, dan tim yang kompeten

b. *Weakness*

Weakness memiliki arti kelemahan. Pada elemen ini kita mencari apa kelemahan yang akan menghambat berjalannya bisnis kita. Sehingga kita dapat mengevaluasi dan mencari cara untuk mengantisipasi hal-hal tersebut.

c. *Opportunity*

Opportunity atau peluang merupakan faktor eksternal yang dapat kita manfaatkan untuk bisnis kita. Hal ini perlu dianalisis seberapa besar peluang yang akan datang kepada bisnis kita, agar dapat dimanfaatkan secara maksimal.

d. *Threats*

Sedangkan *threats* atau ancaman merupakan faktor eksternal yang dapat menjadi halangan bagi bisnis kita. Poin ini diperlukan agar kita dapat menyusun strategi kembali untuk melawan ancaman ini.

1. ***Strength***

Nasi Goreng Laris memiliki beberapa kekuatan yang membedakannya dari kompetitor. Pertama, cita rasa otentik nasi goreng yang disajikan sangat lezat, dan menggunakan bahan yang berkualitas. Selain itu, variasi menu yang ditawarkan, termasuk berbagai pilihan topping, menarik bagi pelanggan dengan selera yang beragam. Konsep makanan cepat saji yang efisien memastikan pelayanan yang cepat, memberikan kepuasan kepada pelanggan yang memiliki waktu terbatas. Harga yang terjangkau juga membuat hidangan berkualitas ini lebih menarik bagi banyak orang. Terakhir, suasana ramah dan nyaman di tempat makan dapat mendorong pelanggan untuk kembali.

2. ***Weakness***

Nasi Goreng Laris juga menghadapi beberapa kelemahan. Ketergantungan pada sumber bahan baku yang berkualitas dapat menjadi tantangan, terutama di daerah tertentu. Selain itu, sebagai usaha baru, nama dan brand Nasi Goreng Laris

mungkin belum dikenal luas di kalangan masyarakat. Persaingan yang ketat di industri kuliner juga dapat menekan pangsa pasar. Keterbatasan dalam layanan, jika hanya mengandalkan dine-in dan take-away, mungkin tidak menjangkau pelanggan yang lebih luas.

3. *Opportunity*

Nasi Goreng Laris dapat mengeksplorasi ekspansi pasar dengan membuka cabang di lokasi strategis lain atau memperluas layanan pengantaran untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Menggunakan kampanye pemasaran digital melalui media sosial dan platform online juga dapat meningkatkan visibilitas usaha ini. Selain itu, kolaborasi dengan pemasok lokal dapat menciptakan hubungan baik dan mendukung ekonomi lokal.

4. *Threats*

Persaingan yang semakin ketat dari restoran dan kedai makanan lain yang menawarkan nasi goreng dan makanan serupa dapat mempengaruhi pangsa pasar. Selain itu, perubahan selera konsumen dapat terjadi, sehingga penting bagi bisnis untuk terus berinovasi agar tetap relevan. Fluktuasi harga bahan baku dapat mempengaruhi biaya operasional dan profitabilitas. Terakhir, isu kesehatan dan kebersihan, terutama dalam situasi global seperti pandemi, dapat memengaruhi bisnis kuliner secara keseluruhan.

1.6 Spesifikasi Produk

Spesifikasi produk dalam konteks bisnis kuliner, seperti Nasi Goreng Laris, menekankan pentingnya pemenuhan standar kualitas, konsistensi rasa, dan elemen presentasi yang menarik. Spesifikasi produk bertujuan untuk menciptakan keseragaman kualitas dengan fokus pada bahan baku yang terpilih, seperti nasi

dengan tekstur yang tepat, dan bahan tambahan seperti ayam suwir, bakso, atau sosis yang disesuaikan dengan preferensi konsumen.

Konsistensi rasa dijaga melalui pemilihan dan pengolahan bumbu-bumbu utama seperti bawang merah, bawang putih, dan kecap yang harus selalu sama dalam setiap penyajian. Selain itu, aspek visual dan kemasan yang praktis namun tetap menjaga kualitas makanan, terutama untuk layanan take-away, juga merupakan bagian penting dari spesifikasi produk ini.

Nasi Goreng Laris menyajikan 3 varian menu produk yang bervariasi dapat mendobrak minat pelanggan, diantaranya :

1. Nasi Goreng Ayam suwir
2. Nasi Goreng Bakso Sosis
3. Nasi Goreng Beef Teriyaki
4. Nasi Goreng Teri Medan

1.7 Jenis/Badan Usaha

Nasi Goreng Laris dapat dikategorikan sebagai usaha mikro atau kecil dalam sektor kuliner, tergantung pada skala operasional dan jumlah karyawan yang terlibat. Sebagai usaha mikro, bisnis ini dapat beroperasi dengan modal terbatas, biasanya dalam bentuk warung atau kedai yang menyajikan nasi goreng dengan cita rasa otentik khas Indonesia. Jika Nasi Goreng Laris telah berkembang dengan menawarkan variasi menu yang lebih beragam dan melayani lebih banyak pelanggan, maka bisnis ini dapat dianggap sebagai usaha kecil. Selain itu, ada juga kemungkinan untuk mengelola Nasi Goreng Laris sebagai koperasi, di mana

sekelompok individu bekerja sama untuk mencapai tujuan bisnis bersama. Jika pemilik ingin memperluas jangkauan pasar dan membangun reputasi yang lebih formal, mendirikan Perseroan Terbatas (PT) bisa menjadi pilihan yang baik. Terakhir, dengan mempertimbangkan model franchise, Nasi Goreng Laris dapat menjual hak kepada pihak lain untuk membuka cabang, sehingga memperluas kehadiran merek di berbagai lokasi. Pemilihan jenis atau badan usaha ini akan sangat bergantung pada visi, tujuan, dan skala operasi yang diinginkan oleh Nasi Goreng Laris.

1.8 Aspek Legalita

Dalam bisnis kuliner, memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan aspek legalitas yang sangat penting karena NIB berfungsi sebagai identitas resmi bagi pelaku usaha untuk menjalankan bisnisnya secara sah. NIB diperoleh melalui sistem Online Single Submission (OSS) yang disediakan oleh pemerintah, dan memungkinkan pelaku usaha untuk mendapatkan izin-izin lain yang diperlukan, seperti izin komersial atau operasional, sesuai dengan jenis bisnisnya.

Gambar 1.4 Izin Usaha



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB) 1210000722469

Berdasarkan ketentuan Pasal 24 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, Lembaga OSS menerbitkan NIB kepada :

Nama Pemilik Usaha	: HERY SULISTIO
Nomor KTP	: 3674023110660004
NPWP Pemilik Usaha	: 266879568411000
Nama Usaha	: Nasi Goreng Laris
NPWP Usaha	: -
Alamat	: PERUM PONDOK JAGUNG II BLOK GS - 20 / 26, Kel. Pondok Jagung Timur, Kec. Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan, Prov. Banten
Kode dan Nama KBLI	: 56103 - KEDAI MAKANAN
Akses Kepabeanaan	: -
Kekayaan Bersih	: Rp 250.000.000 (Dua Ratus Lima Puluh Juta Rupiah)

1. NIB merupakan identitas Pelaku Usaha dalam rangka pelaksanaan kegiatan berusaha dan berlaku selama menjalankan kegiatan usaha sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. NIB adalah bukti Pendaftaran Penanaman Modal/Berusaha yang sekaligus merupakan pengesahan Tanda Daftar Perusahaan dan hak akses kepabeanaan.
3. Lembaga OSS berwenang untuk melakukan evaluasi dan/atau perubahan atas izin usaha (izin komersial/operasional) sesuai ketentuan perundang-undangan.
4. Seluruh data yang tercantum dalam NIB dapat berubah sesuai dengan perkembangan kegiatan berusaha
5. Apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini, maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya

Diterbitkan tanggal : 26 Juli 2021

Oleh: Badan Koordinasi Penanaman Modal



Dokumen ini diterbitkan melalui Sistem OSS atas dasar data dari pelaku usaha. Kebenaran dan keabsahan atas data yang ditampilkan dalam dokumen ini dan data yang tersimpan dalam Sistem OSS menjadi tanggung jawab pelaku usaha sepenuhnya.

Dicetak tanggal : 26 Juli 2021

Sumber : (Olahan Penulis, 2024)