

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jakarta Pusat adalah salah satu dari lima kabupaten/kota yang membentuk wilayah administratif Jakarta, ibu kota Indonesia. Wilayah ini merupakan pusat pemerintahan dan bisnis Jakarta serta negara Indonesia. Dengan latar belakang yang begitu penting, Jakarta Pusat telah menjadi pusat pertumbuhan penduduk yang signifikan.

Menurut data pada tahun 2020, jumlah penduduk Jakarta Pusat mencapai 1.056.896 jiwa, sebagaimana tercatat dalam Hasil Sensus Penduduk (SP2020). Namun, perkembangan ini tidak berhenti di sini. Data proyeksi penduduk pertengahan tahun menunjukkan tren pertumbuhan yang kuat, mencapai sekitar 1.066.460 jiwa pada tahun 2021 dan kemudian melonjak menjadi sekitar 1.079.995 jiwa pada tahun 2022.

Proyeksi penduduk ini berdasarkan Proyeksi Penduduk Interim 2020-2023 yang dihitung hingga pertengahan tahun atau bulan Juni. Faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan penduduk Jakarta Pusat mencakup urbanisasi, pekerjaan, fasilitas pendidikan, dan peluang ekonomi yang tersedia dalam wilayah ini.

Sebagai pusat pemerintahan dan bisnis, Jakarta Pusat menarik banyak penduduk yang bekerja, berbagai fasilitas dan layanan. Ini mencerminkan signifikansi wilayah ini dalam konteks perkembangan sosial dan ekonomi Jakarta serta Indonesia secara keseluruhan. Pertumbuhan penduduk yang berkelanjutan

menunjukkan tantangan dan peluang dalam mengelola infrastruktur, sumber daya, dan kualitas hidup penduduk Jakarta Pusat.

Maka pemahaman yang mendalam tentang dinamika pertumbuhan penduduk sangat penting untuk perencanaan pembangunan dan pengembangan wilayah ini di masa depan terutama di sektor industry makanan dan minuman.

Buah-buahan tropis adalah buah-buahan yang tumbuh di daerah tropis, yaitu daerah dengan suhu rata-rata tahunan di atas 18°C. Buah-buahan tropis umumnya memiliki kandungan air yang tinggi, rasa yang manis, dan aroma yang khas (**Dr. Ir. Dwi Andreas Santosa, 2022**).

Indonesia memiliki kekayaan bahan-bahan alami yang melimpah, terutama buah-buahan tropis. Oleh karena itu, ada potensi besar untuk memanfaatkan bahan-bahan ini dalam menciptakan minuman-minuman segar yang lezat dan sehat.

Dalam era globalisasi ini, minuman dan makanan menjadi elemen penting dalam gaya hidup masyarakat. Minuman tropis khas Indonesia, dengan kekayaan rasa dan bahan alami yang melimpah, memiliki potensi besar untuk mendapatkan perhatian baik dari pelanggan lokal maupun wisatawan. Kombinasi antara minuman tropis yang menyegarkan dan dan nikmat menciptakan peluang bisnis yang menarik.

Di tengah perkembangan tren konsumsi minuman segar yang segar dan sehat, terdapat peluang bisnis yang menarik. Dengan demikian, berkonsep "Kedai Nyegerin" yang menyajikan minuman-minuman tropis segar memiliki potensi untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin meningkat akan hidangan yang menyegarkan dan bergizi. Hal ini didukung oleh kekayaan alam Indonesia yang melimpah dan beragam, terutama dalam hal sumber daya buah-buahan tropis."Kedai Nyegerin" bertujuan untuk menjadi destinasi yang menyajikan

minuman berbahan dasar buah tropis yang menggoda dengan rasa autentik. Dengan konsep yang segar dan inovatif, bisnis ini berupaya memenuhi kebutuhan pelanggan yang mencari pengalaman kuliner yang berbeda, dengan demikian, "Kedai Nyegerin" lahir sebagai respon terhadap kebutuhan masyarakat yang menghadirkan minuman tropis yang lezat, menyegarkan, dan beragam.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Menurut Jeff Madura, bisnis adalah perusahaan yang menyediakan produk atau layanan yang diinginkan oleh pelanggan.

Kedai "nyegerin" ditujukan untuk para masyarakat yang ingin menyegarkan badan dan pikirannya setelah seharian bekerja, penulis memanfaatkan buah-buahan tropis dari para petani lokal sehingga dapat mendukung berkembangnya pertanian di negara ini. dengan padat dan panasnya kota jakarta apalagi di bagian jakarta pusat penulis memanfaatkan kesempatan ini untuk membuka sebuah kedai minuman yang berbahan dasar buah-buahan tropis yang menyegarkan dan menggiurkan bagi para pelanggan dengan menawarkan minuman berbahan dasar buah-buahan tropis untuk mengusung konsep Kedai Nyegerin ini. Tidak banyak menu yang ditawarkan, produk yang disediakan adalah minuman berbahan dasar buah tropis dan jus. Penulis tidak menyediakan makanan ataupun cemilan karena untuk kecepatan dari pembelian dan penjualan karena pada dasarnya yang ditekankan oleh penulis yaitu konsep kedai untuk takeaway tetapi didukung dengan dine-in yang berkapasitas 15 seat.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Menurut Arifudin et al., (2021) (Destrina A. , pentingnya peran logo dalam membangun branding pada umkm, 2022), Branding produk Usaha Mikro, Kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu komponen visual terpenting dari identitas sebuah perusahaan. Menurut Destrina et al., (2022), memiliki merek sangat penting karena membantu usaha mampu bersaing. Karena logo adalah langkah pertama dalam mengembangkan merek, sebuah bisnis harus mendesainnya dengan cermat.

Nama dari usaha yang dijalankan adalah “Kedai Nyegerin” sesuai dengan namanya kedai ini menjual minuman yang menyegarkan dan menggiurkan bagi para customer. "Nyegerin" adalah istilah dalam bahasa Indonesia yang bisa diartikan sebagai merasa nyaman, segar, atau santai. Dalam konteks "Kedai Nyegerin," istilah ini digunakan untuk menggambarkan pengalaman pelanggan yang merasa nyaman dan segar ketika menikmati minuman-minuman tropis yang disajikan di kedai tersebut. Konsep "Nyegerin" bisa menciptakan suasana yang santai dan menenangkan, mirip dengan liburan di destinasi tropis, yang dapat membuat pelanggan merasa rileks dan senang. Karena iklim di Indonesia adalah iklim tropis yang cenderung panas apalagi di kota Jakarta maka dibukalah kedai dengan nama “Nyegerin”.

Gambar 1. 1 logo Nyegerin



Sumber : Olahan penulis (2024)

Logo dari “Kedai Nyegerin” memiliki latar belakang berwarna putih yang di kelilingi oleh lingkaran kuning pada setiap sisinya, latar belakang putih disini melambangkan kebersihan dan kesegaran karena kedai ini menawarkan minuman yang dapat menyegarkan para pelanggan, selain itu warna putih juga dapat membuat para pelanggan mudah untuk membacanya agar identitas merek mudah terbaca dan dikenali.

Warna hijau pada tulisan logo dan pada *garnish* menggambarkan cita rasa tropis dari kedai ini, seolah mengatakan kepada para pelanggan bahwa minuman yang di tawarkan akan memberikan rasa segar yang memuaskan dengan berbagai minuman tropis di dalamnya. Selain itu warna hijau juga menggambarkan kesehatan dan kelezatan alami, menciptakan kesan bahwa minuman yang di tawarkan adalah pilihan yang sehat dan mengandung bahan-bahan alami. Tentu saja dikarenakan produk yang ditawarkan adalah buah-buahan alami langsung dari para petani lokal.

Warna coklat pada logo biasanya menggambarkan kepuasan dan kenikmatan, ini menekankan bahwa produk dari “Kedai Nyegerin” adalah sesuatu yang menggugah selera dan memberikan kepuasan bagi pelanggan. Selain itu

coklat juga menggambarkan unsur alam dan menyoroti bahan-bahan yang digunakan adalah bahan alami atau berkelanjutan pada setiap produk “Kedai Nyegerin”.

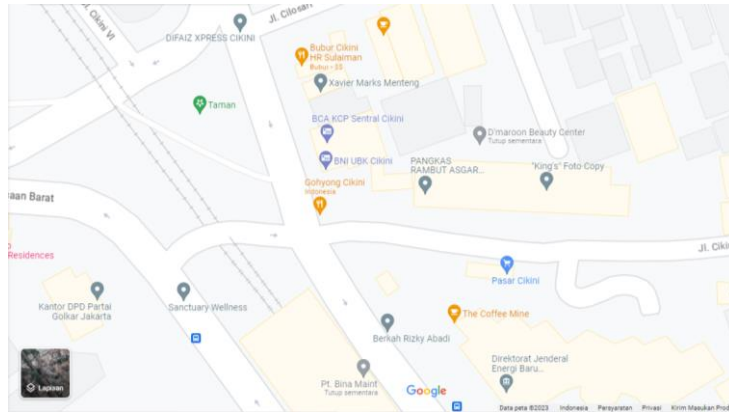
Warna kuning pada logo yang ada di belakang logo minuman dan melingkari logo ini adalah gambaran dari sikap optimisme dan keberuntungan dengan harapan penulis memberikan kebahagiaan pada para pelanggan yang membeli setiap produknya. dan lingkaran kuning pada logo merupakan sebuah harapan juga kepada siapapun termasuk kedai ini sendiri agar selalu bahagia dan tidak terputus.

a. Identitas Bisnis

Menurut Agus Sudibyo dalam buku “Identitas Bisnis: Konsep, Prinsip, dan Penerapannya” karya Agus Sudibyo (2022: 14) Identitas bisnis yang mengacu pada lokasi adalah identitas bisnis yang mencerminkan ciri khas suatu tempat. Identitas bisnis ini dapat berupa nama, logo, slogan, atau desain yang mengandung unsur-unsur khas suatu tempat, seperti nama daerah, landmark, atau budaya lokal. Pengertian ini menjelaskan bahwa identitas bisnis yang mengacu pada lokasi adalah identitas bisnis yang dapat membantu calon pelanggan untuk mengenali suatu bisnis dan membedakannya dari bisnis lain. Identitas bisnis ini juga dapat membantu calon pelanggan untuk memahami budaya dan nilai-nilai yang dianut oleh bisnis tersebut. Oleh karena itu penulis bertujuan untuk membuka sebuah bisnis kedai di daerah Jakarta Pusat lebih tepatnya di cikini, jakarta pusat. Penulis memilih lokasi ini karena penulis melihat perkembangan bisnis di Jakarta Pusat terutama di sektor bisnis makanan dan minuman, penulis memilih lokasi di cikini jakarta pusat karena persis berada di depan KRL (Kereta Rel Listrik) dan dekat dengan fasilitas-fasilitas umum, sekolah, hotel, dan berbagai jalan cabang di dekat stasiun dimana banyak

aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat, dengan harapan masyarakat dapat melepas penat mereka di tengah kesibukan dengan berbagai aktivitasnya di kedai “Nyegerin” ini.

Gambar 1. 2 Lokasi Usaha Kedai Nyegerin



Sumber: Hasil Observasi Penulis (2024)

Gambar 1. 3 Tempat Usaha Kedai Nyegerin



Sumber : Hasil Observasi Penulis (2024)

C. VISI MISI

Visi adalah suatu tujuan dan keinginan dari suatu usaha untuk masa yang akan datang. menurut Aditya (2010) Visi adalah suatu pandangan jauh tentang perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang. Misi adalah pernyataan maksud dan tujuan perusahaan sebagai arah tujuan kemana perusahaan akan dibawa sehingga menjadikannya khas dan berbeda dengan institusi atau perusahaan lain. Menurut Ir Hendro, MM (2011), Suatu usaha, pemikiran, langkah-langkah secara formal untuk mewujudkan sebuah misi, artinya tindakan untuk memperjelas apa yang dikehendaki oleh pemilik perusahaan Anda dan menjadi pegangan untuk menjalankan usaha Anda sekarang menuju masa yang akan datang hingga visi itu terwujud.

Visi dan misi membuat pemiliknya terdorong untuk memfokuskan hidup mereka. Visi dan misi yang tajam bahkan dapat ditawarkan untuk menjadi visi dan misi bersama (shared-vision). Dengan visi bersama, maka semakin banyak orang yang berpartisipasi untuk mencurahkan energinya untuk mewujudkan hal tadi.

Visi:

Menjadi destinasi terkemuka untuk menikmati minuman-minuman tropis yang otentik dan menyegarkan, menghadirkan nuansa liburan tropis di setiap sajian.

Misi:

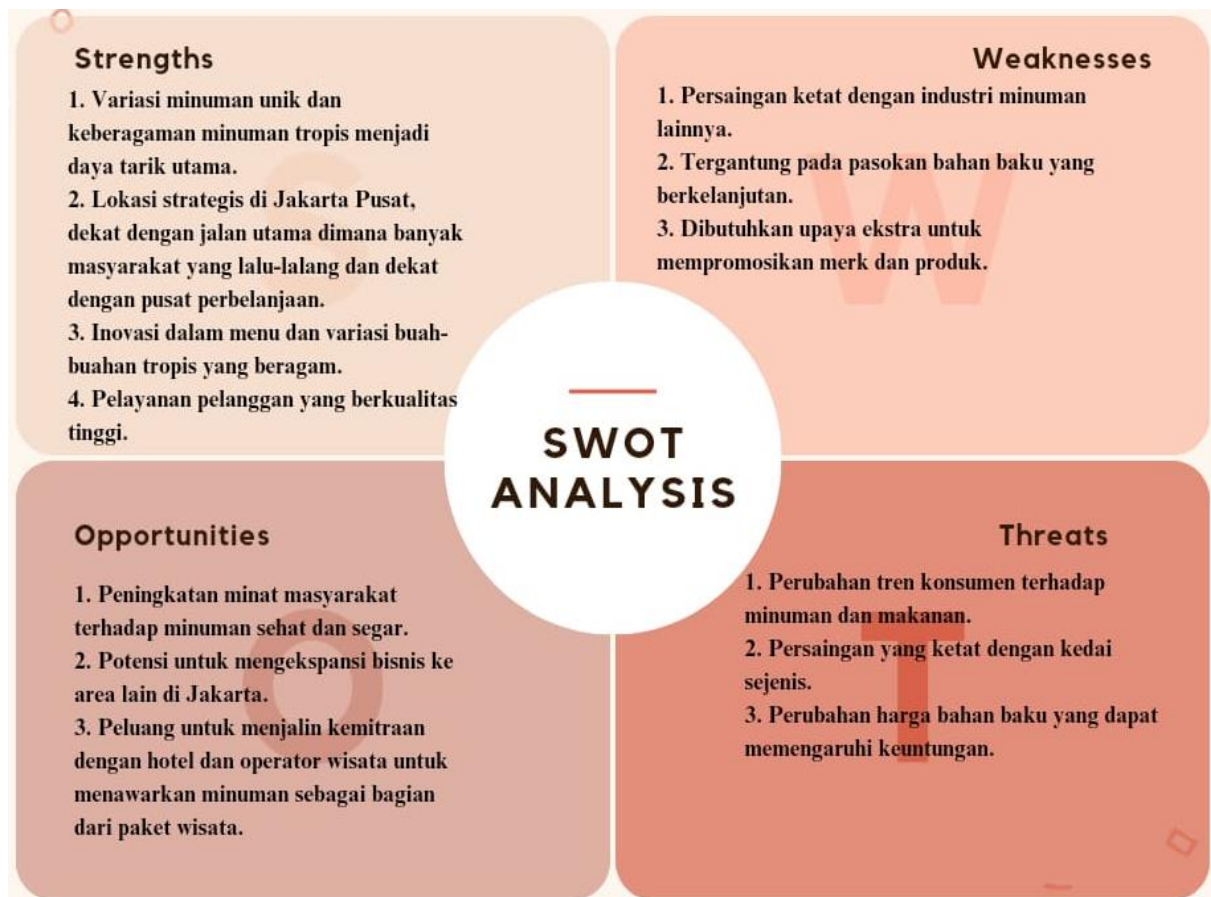
1. Variasi Minuman Tropis: Menyajikan beragam minuman yang menggunakan bahan-bahan alami dari alam tropis Indonesia, seperti jus buah segar, es campur, es kelapa muda, dan minuman khas daerah.
2. Kualitas Terbaik: Mengutamakan bahan baku berkualitas tinggi dan pengolahan yang higienis untuk menjaga kualitas dan cita rasa.

3. Pengalaman Unik: Menciptakan lingkungan yang nyaman dan santai dengan dekorasi yang khas tropis, sehingga pelanggan merasa seolah-olah sedang berlibur di tempat eksotis.
4. Kerjasama Lokal: Menunjang pengusaha lokal dengan menjadi tempat bagi para produsen buah-buahan dan rempah-rempah tropis Indonesia untuk memasarkan produk mereka.

D. ANALISIS SWOT

(Putra, Gusti Nyoman Alit Brahma, 2017) Analisis Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats (SWOT) adalah analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan dan akan dihadapi oleh perusahaan. Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lainnya yang berhubungan dengan para pesaing dan kebutuhan pasar. Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang menghambat kinerja dari perusahaan, keterbatasan-keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas yang masih memasarkan barang. Peluang adalah situasi dimana posisi dari perusahaan sangat menguntungkan dalam lingkungan industri, identifikasi segmen pasar yang sebelumnya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan pemasok dan pembeli. Ancaman dalam perusahaan adalah situasi dimana posisi dari perusahaan yang sangat tidak menguntungkan dalam lingkungan persaingan. Ancaman merupakan hal yang sangat mengganggu posisi dari perusahaan dan menghambat tujuan perusahaan.

Gambar 1. 4 Swot Analysis



Sumber : Olahan penulis (2024)

Menurut Soffjan Assauri (2013:71) Dalam proses perumusan strategi yang jitu, maka dilakukan pengintegrasian kedua analisis, yaitu analisis internal perusahaan dan analisis eksternal perusahaan. Analisis internal perusahaan digunakan untuk mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan perusahaan sedangkan analisis eksternal digunakan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal. Lingkungan-lingkungan tersebut mempunyai beberapa indikator (Subaktilah, 2018). Berikut indikator yang digunakan oleh penulis untuk menyelesaikan SWOT analisis :

i. Kekuatan (Strengths):

Pangsa pasar yang besar.

Merek yang kuat dan dikenal.

Sumber daya manusia yang berkualitas.

ii. Kelemahan (Weaknesses):

Keterbatasan anggaran.

Kurangnya keberlanjutan dalam rantai pasokan.

Ketergantungan pada beberapa pelanggan utama.

iii. Peluang (Opportunities):

Pertumbuhan pasar yang kuat.

Kemitraan potensial.

Perubahan tren konsumen yang mendukung produk atau layanan tertentu.

Perluasan pasar ke wilayah baru.

iv. Ancaman (Threats):

Persaingan yang ketat.

Perubahan tren pasar yang merugikan.

E. SPESIFIKASI PRODUK

Spesifikasi produk atau jasa adalah karakteristik yang menentukan apakah produk atau jasa tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Spesifikasi produk atau jasa dapat berupa atribut fisik, kinerja, fitur, keandalan, kesesuaian, dan garansi. (karya Philip Kotler dan Gary Armstrong, 2023: 242 - 243).

Dari pernyataan diatas, sebuah usaha yang akan penulis buat adalah bisnis kedai dengan mengedepankan kebutuhan dan keinginan dari masyarakat, kedai yang dibuat nantinya akan menjadi tempat penulis dan rekan-rekan penulis untuk memberikan pelayanan dengan sikap yang ramah tamah sehingga pelanggan yang datang menjadi nyaman berada di kedai ini ataupun hanya untuk membeli produk di dalam kedai ini. Dengan konsep tropis yang digunakan ditambah dengan dekorasi seperti tanaman hijau, kayu alami, dan elemen air menciptakan suasana yang sejuk, asri, dan menenangkan. Hal ini dapat membantu pengunjung untuk merasa rileks dan nyaman saat berada di kedai.

Produk yang ditawarkan oleh penulis yaitu produk minuman yang menyegarkan dan berkualitas, penulis menyesuaikan tempat di Jakarta pusat sebagai tempat bisnis karena iklim dan aktivitas penduduk yang tinggi sehingga sesuai dengan produk yang akan penulis jual yaitu *sunrise, mango fizz, Pineapple colada, eat avocado* dan *Watermelon Mint Cooler* selain itu buah yang dipakai penulis untuk kelima menu ini juga dijadikan jus seperti jus semangka, jus nanas, jus mangga, jus alpukat dan jeruk peras dimana sangat cocok jika melihat iklim Jakarta pusat yang cukup panas. Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan minuman ini pastinya menggunakan buah-buahan *fresh* yang *fresh* dan cup plastik glass yang digunakan juga memakai bahan yang sudah *food grade* dan pastinya halal dan ditambah Kedai Nyegerin menawarkan konsep tropis membuat suasana yang berbeda dari kedai minuman pada umumnya. Hal ini dapat menarik pengunjung yang mencari pengalaman baru dan berbeda dengan suasana yang menyenangkan dan unik dapat mendorong pengunjung untuk datang kembali dan memesan lebih banyak.

F. JENIS BADAN USAHA

Badan usaha adalah kesatuan yuridis, ekonomis, dan teknis yang melakukan kegiatan usaha untuk menghasilkan barang atau jasa dengan tujuan untuk memperoleh laba. Badan usaha dapat didirikan oleh satu orang atau lebih, baik warga negara Indonesia maupun warga negara asing.

Menurut Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian, badan usaha adalah setiap orang atau orang dalam bentuk perkumpulan, termasuk koperasi, yang melakukan kegiatan usaha industri. Pengertian badan usaha ini mencakup semua jenis badan usaha yang dapat didirikan di sektor industri, yaitu Perusahaan Perseorangan, Firma, Persekutuan Komanditer (CV), Perseroan Terbatas (PT), Koperasi, Perusahaan negara, Perusahaan daerah dan Perusahaan asing.

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian juga mengatur tentang badan usaha yang khusus bergerak di bidang industri, yaitu perusahaan industri. Perusahaan industri adalah setiap orang yang melakukan kegiatan di bidang usaha industri yang berkedudukan di Indonesia. Pemerintah Indonesia memberikan dukungan kepada perusahaan industri melalui berbagai kebijakan, seperti insentif fiskal, kemudahan perizinan, dan penyediaan infrastruktur. Tujuan dari dukungan ini adalah untuk meningkatkan daya saing perusahaan industri Indonesia di pasar global.

Jenis badan usaha yang akan digunakan oleh penulis adalah badan usaha perseorangan, karena usaha ini hanya dikelola oleh satu orang saja yaitu penulis sendiri dan modal yang dikeluarkan pun tidak terlalu besar karena termasuk kedalam UMKM, pemerintah sendiri sangat mendukung masyarakatnya dalam membangun umkm sebagai pondasi untuk menyeimbangkan perekonomian tiap

daerahnya. Namun Badan usaha perseorangan atau UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki sejumlah kelebihan dan kelemahan:

Kelebihan Badan Usaha Perseorangan/UMKM:

1. Sederhana dalam Pendirian: Pendirian badan usaha perseorangan lebih sederhana daripada bentuk-bentuk usaha yang lebih besar. Biasanya, Anda hanya perlu mendaftarkan usaha Anda dan memenuhi persyaratan pajak yang sederhana.
2. Kepemilikan dan Kontrol Penuh: Pemilik UMKM memiliki kendali penuh atas bisnis mereka. Mereka dapat mengambil keputusan strategis tanpa harus berkonsultasi dengan pemangku kepentingan lain.
3. Biaya Operasional yang Rendah: UMKM seringkali memiliki biaya operasional yang lebih rendah daripada bisnis besar. Mereka tidak perlu mengelola struktur organisasi yang kompleks dan bisa menjalankan bisnis dari rumah atau lokasi yang lebih sederhana.
4. Fleksibilitas: UMKM dapat lebih mudah menyesuaikan diri dengan perubahan dalam pasar atau tren bisnis. Mereka dapat bergerak cepat dan merespons peluang dengan lebih fleksibel.
5. Keberlanjutan Lokal: UMKM sering menjadi tulang punggung ekonomi lokal dan mendukung pertumbuhan komunitas setempat.

Kelemahan Badan Usaha Perseorangan atau UMKM:

1. Keterbatasan Sumber Daya: UMKM sering kali memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya finansial, teknologi, dan tenaga kerja. Hal ini dapat membatasi kemampuan untuk berkembang.

2. Keterbatasan Akses Keuangan: Mendapatkan akses ke pembiayaan dan pinjaman sering kali lebih sulit bagi UMKM daripada bisnis besar.
3. Ketergantungan pada Pemilik: UMKM sering kali sangat tergantung pada pemiliknya. Jika pemilik jatuh sakit atau mengalami kesulitan pribadi, bisnis tersebut dapat terpengaruh.
4. Keterbatasan dalam Inovasi: Karena sumber daya terbatas, UMKM mungkin memiliki keterbatasan dalam hal inovasi produk, teknologi, atau proses bisnis.
5. Persaingan yang Ketat: UMKM seringkali beroperasi dalam lingkungan yang sangat kompetitif dengan banyak pesaing di pasar yang sama.
6. Keterbatasan dalam Pengembangan Pasar: Kemampuan untuk menjalankan kampanye pemasaran dan ekspansi ke pasar baru mungkin terbatas oleh sumber daya yang terbatas.

G. ASPEK LEGALITAS

Aspek legalitas suatu usaha adalah aspek yang berkaitan dengan keabsahan suatu usaha dari segi hukum. Aspek legalitas ini penting untuk dimiliki oleh setiap usaha, karena dapat melindungi usaha dari berbagai risiko hukum. (Dakhoir, 2019).

Pengertian ini menjelaskan bahwa aspek legalitas suatu usaha adalah aspek yang berkaitan dengan kepatuhan suatu usaha terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku. Aspek legalitas ini penting untuk dimiliki oleh setiap usaha, karena dapat melindungi usaha dari berbagai risiko hukum, seperti tuntutan pidana, tuntutan perdata, dan sanksi administratif.

Berikut Aspek legalitas yang harus dipenuhi oleh Kedai Nyegerin:

1. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
2. Izin Lingkungan Usaha (ILU)
3. Izin Operasional dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DMPTSP)
4. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
5. Nomor Registrasi Perusahaan (NRP)
6. Surat Izin Usaha dan Sertifikat Hiegyne dan Sanitasi dari Dinas Kesehatan (DinKes)
7. Sertifikasi dari Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan