

## **BAB 1**

### **DESKRIPSI BISNIS**

#### **1.1 Latar Belakang**

Bisnis merupakan suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dibutuhkan oleh masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba, menurut Steinfort, 1979 (Astuti, 2020). Jadi bisa disimpulkan bahwa bisnis merupakan suatu kegiatan jual beli yang menawarkan barang atau jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Saat ini banyak bisnis bisnis baru mulai bermunculan dan saling bersaing untuk membuat suatu ide bisnis baru untuk ditawarkan kepada masyarakat di Indonesia.

Perkembangan Bisnis di Indonesia saat ini terus mengalami peningkatan yang beriringan juga dengan perubahan zaman. Tentu hal ini menjadi semacam tantangan bagi pebisnis pebisnis baru untuk menunjukkan bisnis siapa yang akan dapat bertahan dan terus berkembang mengikuti keinginan pasar yang berubah ubah. Sektor makanan juga tidak luput dari perlombaan tersebut dan harus terus berinovasi menemukan makanan dan penyajian serta pelayanan yang baru agar dapat bersaing dengan bisnis makanan lain yang sudah ada. Tentu bukan suatu hal yang mudah untuk

membuat sesuatu yang baru, karena selera masyarakat berubah ubah seiring perkembangan zaman. Ditambah dengan situasi saat ini dimana sedang terjadi pandemic COVID-19 yang membuat banyak pebisnis harus gulung tikar dikarenakan sepi nya pengunjung.

Pandemi COVID-19 menjadi suatu tantangan berat bagi para pebisnis baru untuk mencari cara agar dapat tetap bertahan serta menjual produk dan jasa yang mereka tawarkan. Kebersihan dan kesehatan menjadi suatu keharusan yang di inginkan oleh konsumen pada masa pandemic saat ini. Pengamat kebijakan dan komunikasi strategis dari Universitas Daegu, Korea Selatan, Prof. Gil H. Park mengatakan “pandemi ini bukan hanya sekedar ancaman namun juga sebagai peluang bagi sektor jasa agar lebih beradaptasi dan bertransformasi di sektor perekonomian, dan pemerintah perlu lebih banyak membantu aktivitas bisnis serta perekonomian berbasis teknologi informasi” (Cakti, 2020).

New Normal merupakan upaya pemerintah untuk menyelamatkan hidup warga dan menjaga agar negara tetap bisa berdaya menjalankan fungsinya . Utamanya agar warga yang memerlukan aktivitas luar rumah dapat bekerja dengan menggunakan standar protokol kesehatan yang ditetapkan (makanabis.com, 2020). Untuk para pebisnis kuliner harus menaati protokol kesehatan yang telah di tetapkan oleh pemerintah, yaitu dengan memakai masker, pengechekan suhu tubuh secara berkala baik

pengunjung mau pun karyawan yang bekerja dan mencuci tangan atau memakai hand sanitizer ketika masuk kedalam kedai atau restoran.

Bandung merupakan salah satu kota yang terkena dampak dari pandemik COVID-19. Kota Bandung merupakan pusat kuliner di Indonesia dimana banyak kuliner kuliner khas dari Jawa Barat dan bahkan dari luar Jawa disuguhkan di sini, dengan adanya pandemik COVID-19 tentu membuat para pebisnis mengalami kesulitan yang teramat besar. Namun hal ini tidak membuat semangat para pebisnis Bandung berdiam diri dan tidak melakukan inovasi dalam menyajikan makanan yang higienis. Menurut data detikTravel Reader's choice, Bandung masuk kedalam wisata kuliner favorit di Indonesia dengan angka 2.341 atau sekitar 59% dari 3.970 responden (Nursastri, 2014). Jumlah populasi di kota Bandung pada tahun 2018 mencapai, 2,5 juta jiwa. Jumlah tersebut terbagi menjadi 1,26 juta jiwa laki laki dan 1,24 juta jiwa perempuan (Kusnandar, 2019).

Rata rata masyarakat di kota Bandung pada tahun 2019 mengeluarkan uang sebanyak Rp769.858,83 rupiah untuk makanan dan Rp1.204.480,29 rupiah untuk bukan makanan, dengan total Rp1.974.339,12 rupiah (bps.go.id, 2020). Dari data data yang sudah dilampirkan, dapat disimpulkan bahwa setiap lapisan masyarakat di kota Bandung memiliki kegemarannya masing masing dalam segi kuliner di kota Bandung. Hal ini dapat menjadi kesempatan bagi penulis untuk menjual produk yang sehat,

bersih dan ramah lingkungan yang berhubungan dalam kondisi new normal ini.

Masakan khas Padang sudah sangat mudah kita jumpai di berbagai daerah di Indonesia, terutama di kota kuliner Bandung. Menurut Profesor Gusti Anan, sejarawan Minangkabau di Fakultas Ilmu Budaya Universitas Andalas menyatakan bahwa “Rumah Makan Padang” adalah penamaan kontemporer bagi restoran Minangkabau yang populer pada tahun 1960-an (Rido, 2019). Sebelumnya sebutan lazim bagi restoran yang menjual masakan khas Minangkabau pada masa colonial adalah “lapau nasi”, “kedai nasi”, dan “los lambung atau Karan”.

Pada tahun 17 Februari 1958 terjadi pemberontakan Pemerintahan Revolusioner Republik Indonesia (PRRI) atau disebut Permesta di Sumatera Barat yang bertujuan untuk memisahkan diri dari Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pada tahun 1961 pemberontakan berakhir dan banyak masyarakat Minangkabau yang merantau ke pulau Jawa. Pada saat itulah terjadi diskriminasi terhadap orang-orang Minangkabau yang merantau keluar dari daerah mereka, sehingga mereka mengganti nama etnik Minangkabau mereka menjadi dengan nama “Padang” dan menjadi asal muasal nama Restoran Padang yang biasa kita jumpai, serta mengganti nama mereka menjadi ke Jawa – Jawa agar diterima oleh masyarakat Jawa. Masakan khas Minangkabau ini sudah menjadi salah satu makanan primadona di Indonesia dan bahkan dunia, dengan dinobatkan nya rendang

menjadi makana terlezat di dunia pada September tahun 2011 CNN Go's sampai Juli 2017, tetap memeringkati nomor satu.

Menurut Profesor Gusti Anan, nasi padang begitu pas untuk lidah masyarakat Indonesia karena kehebatan orang Minangkabau untuk mengkombinasikan berbagai jenis makanan yang masuk ke wilayah Minangkabau. Sebagai contoh adalah rendang, yang terinspirasi dari masakan khas India yaitu goulash atau kalio. Perbedaannya adalah dari durasi memasak yang lebih lama hingga kering, yang bertujuan untuk mencegah proses pembusukan pada rendang. Oleh karena itu mudah kita jumpai restoran restoran Padang yang menjual masakan khas Minangkabau. Namun banyak orang asli Minangkabau berpendapat bahwa nasi padang yang berada di padang jauh lebih enak ketimbang restoran padang yang berada di luar daerah Sumatera. Hal ini dikarenakan kehebatan juru masak perantauan Minangkabau yang menyesuaikan makanan khas Minang tersebut dengan lidah di masing masing daerah di Indonesia. Kuah Gulai yang berada di Sumatra Barat jauh lebih kental ketimbang yang berada di luar Sumatra Barat dikarenakan jumlah santan kelapa yang di perlukan untuk membuat Gulai.

Berikut beberapa contoh restaurant padang yang berada di sekitar tempat dan pilihan penulis sebagai acuan penelitian :

TABEL 1.1  
DAFTAR RESTORAN PADANG

NO.	Rumah Makan
1.	Rumah Makan Sederhana (Jl. Dr. Setiabudi No. 55)
2.	Restoran Sederhana (Jl. Ciumbuleuit No. 85)
3.	Rumah Makan Padang - Malah Dicubo (Jl. Stasiun Hall Selatan No. 27)

*Sumber : Data olahan penulis, 2021*

Burrito sendiri merupakan salah satu sajian menu dari Meksiko dengan isian berbagai macam daging seperti daging sapi, ayam, atau babi yang lalu kemudian dibungkus dalam kulit tortilla. Menurut salah satu chef ternama dari Meksiko yaitu Julio Ortega, burrito bukan merupakan masakan asli dari Meksiko. Burrito sendiri merupakan adaptasi dari makanan tradisional Meksiko bernama quesadilla yang dikreasikan oleh para pekerja imigran Meksiko di Amerika Serikat. Burrito sendiri baru mulai masuk Indonesia pada tanggal 18 Desember 2020, dengan dibuatnya Taco Bell pertama di Indonesia. Burrito sendiri sebenarnya sudah sejak lama masuk ke Indonesia, dan sudah banyak yang memadukannya dengan kearifan

kearifan lokal. Salah satunya adalah burrito padang, yang di jual oleh salah satu kedai di Jakarta Selatan bernama Minang inWrap. Burrito Padang sempat buming pada akhir tahun 2019 dikarenakan cara penyajiannya yang unik dan membawa hal baru dalam penyajian dan pengkonsumsian masakan khas padang. Hal ini dapat menjadi batu loncatan dalam menawarkan produk kreasi penulis kepada masyarakat luas di Indonesia, khususnya di kota Bandung.

Berdasarkan paparan yang sudah dicantumkan, business plan yang ingin diangkat oleh penulis berfokus pada penjualan produk makanan bertemakan masakan khas minang yang dipadukan dengan masakan Meksiko, yaitu burrito. Penulis mengharapkan dapat memberikan cara alternatif baru dalam mengkonsumsi masakan padang.

Maka dengan data data yang penulis sudah kumpulkan, penulis ingin menyusun Tugas Akhir-nya dalam bentuk *Business Plan* yang berjudul “PERENCANAAN BISNIS USAHA BURRANG “BURRITO PADANG” DI KOTA BANDUNG”. Penulis mengharapkan bahwa penulisan Business Plan ini dapat diimplementasikan menjadi kenyataan.

## **1.2        Gambaran Umum Bisnis**

### **1.2.1      Deskripsi Bisnis**

BurrAng merupakan kependekan dari Burrito Padang, yaitu suatu sajian menu masakan khas Padang yang di bungkus dalam

Tortilla dan lalu kemudian di kemas dalam daun pisang. Penulis memunculkan ide untuk meyatukan produk Burrito dengan Padang yang dapat menjadi sajian kuliner baru yang dapat menjadi salah satu alternative dalam mengkonsumsi masakan padang. Burrang menawarkan 3 jenis menu masakan yang akan disajikan yaitu *BuDang (Burrito Padang)* dan *BuDeng (Burrito Dendeng)*. Untuk *BuDeng*, pembeli dapat memilih, baik dendeng balado atau dendeng batakok.

Burrang akan menggunakan sistem dengan bangunan semi permanen dan berlokasi dekat dengan jalan raya, sehingga masyarakat dengan kendaraan bermotor nya dapat membeli tanpa harus turun dari mobil mereka. Berhubungan juga dengan situasi saat pandemic saat ini, kita harus selalu menjaga jarak dan menjaga kebersihan diri dari virus COVID-19 agar tidak tertular dari orang yang sudah terinfeksi.

## 1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama

GAMBAR 1.1

LOGO BISNIS



GAMBAR 1. 1 Logo Bisnis

Sumber : Dokumentasi penulis, 2021

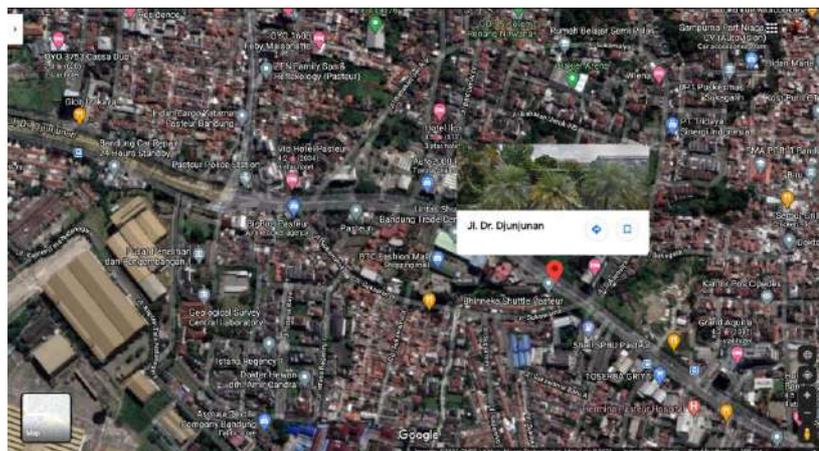
Dalam produk Burrang menggunakan dua jenis makanan, yaitu tortilla dan masakan khas minang. Dengan begitu penulis menggabungkan kedua elemen tersebut dalam bentuk burrito yang di mahkotai oleh atap dari rumah adat Minang, yaitu Rumah Gadang. Sehingga pembeli dapat menangkap dengan mudah apa arti dari logo yang penulis buat. Tulisan “Burrang” merupakan kependekan dari Burrito Padang, yaitu nama dari brand hasil kreasi penulis. Penulis menggunakan font tebal pada “Burrang” untuk membuatnya terlihat jelas oleh pembeli dan tidak terkesan “murahan”.

### 1.2.3 Lokasi Usaha

Lokasi yang dipilih oleh penulis berada di tempat :

GAMBAR 1.2

PETA LOKASI USAHA



GAMBAR 1. 2 Peta lokasi usaha

Sumber : Google Maps, 2021

Penulis merencanakan untuk memili lokasi usaha Burrang di sekitar daerah jalan Dr. Djunjungan dekat pintu masuk tol Pasteur. Untuk

pemilihan tempat, penulis akan melakukan survey untuk memilih posisi yang tepat.

Alasan pemilihan lokasi usaha Burrang di sekitar jalan Dr. Djunjunan adalah karena jalan tersebut merupakan salah satu akses utama untuk orang keluar dan masuk dari kota Bandung. Sehingga menjadikan jalan Dr. Djunjunan tempat yang ramai dan banyak juga kedai kedai yang berjualan di sepanjang jalan Dr. Djunjunan.

### **1.3 Visi dan Misi**

#### VISI

Memperkenalkan Burrito kepada masyarakat Indonesia dengan perpaduan masakan khas minang, serta menjadi trend setting baru dalam mengkonsumsi kelezatan nasi padang di Indonesia dan Dunia.

#### MISI

- Menyediakan makanan yang mudah untuk dibawa dan dikonsumsi.
- Menjadi pilihan konsumen dalam menyediakan makanan yang mengenyangkan perut.
- Menjadi pilihan konsumen dalam mencari masakan Padang yang sehat, bersih dan lezat.
- Menciptakan lapangan pekerjaan baru di Bandung.

#### 1.4 S.W.O.T Analisis

SWOT teknik yang dikemukakan oleh Albert Humphrey, merupakan singkatan dari Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Dengan analisis SWOT membuat penulis dapat menentukan dan mengembangkan strategi bisnis agar menjadi lebih baik lagi dari segala aspek. Dalam menulis SWOT, penulis sudah membuat dan mempelajari strategi strategi bisnis yang berguna untuk mengembangkan bisnis Burrang kedepannya.

TABEL 1.2  
SWOT ANALYSIS

STRENGTHS :	WEAKNESSES :
1) Mudah untuk dibawa dan dikonsumsi dimana saja 2) Lebih higienis, dan menggunakan bahan bahan yang berkualitas 3) Harga yang terjangkau untuk semua kalangan 4) Sistem pembayaran cashless (ovo, gopay, dan emoney lainnya)	1) Mudah ditiru oleh pesaing, terutama restoran padang 2) Porsi yang tidak sama dengan nasi padang pada umumnya

5) Pengemasan yang ramah lingkungan	
<p>OPPORTUNITIES :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Lokasi yang tepat untuk menjual produk ini</li> <li>2) Banyaknya peminat masakan padang di Indonesia</li> <li>3) Populasi di kota bandung</li> </ol>	<p>THREAT :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Sudah ada bisnis serupa yang dijual di Jakarta</li> <li>2) Keinginan konsumen dengan menu yang bervariasi</li> </ol>

Tabel 1. 1 SWOT Analysis

Sumber : Data olahan penulis, 2021

Sudah tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat Indonesia sangat menyukai masakan yang berasal dari Minang ini, atau biasa juga disebut dengan masakan padang. Mayoritas masyarakat menyukai rasa dan juga porsi yang di suguhkan sangat banyak ketika dibungkus untuk dimakan di tempat pembil masing masing. Alasan mengapa nasi padang lebih banyak ketika di bungkus memiliki banyak versi, namun yang paling sering di sebutkan oleh masyarakat yaitu kembali pada zaman penjajahan dahulu, dimana yang boleh makan di restoran padang hanya orang orang Belanda dan para saudagar, sedangkan orang orang pribumi tidak diperolehkan. Maka penjual rumah makan padang pun meberi lebih banyak porsi untuk orang orang pribumi yang membeli untuk di bawa pulang. Hal tersebut disadari penulis sebagai weaknesses produk BurrAng, dikarenakan adanya penggunaan bahan yang sama yaitu nasi yang merupakan karbohidrat dan tortilla yang juga merupak karbo.

Untuk menangani masalah tersebut maka porsi nasi yang diberikan harus di kurangi agar jumlah karbo dalam satu hidangan tidak terlalu berlebihan

Keunikan dari rumah makan padang yang biasa dijumpai adalah makanan nya yang dipajang bertingkat untuk menampilkan masakan apa sajah yang disajikan. Namun karena adanya pandemic COVID-19, hal tersebut dapat menjadi titik penyebaran virus yang menghinggap pada makanan. Penulis melihat ini sebagai suatu kekuatan dari produk BurrAng, dengan tidak menampilkan makanan secara bertingkat. Melainkan dengan disimpan dalam tempat tertutup dan baru di sajikan ketika ada pembeli.

Dalam menanggapi masalah masalah yang dihadapi, maka penulis merencanakan beberapa startegi yang sudah disusun yang diantaranya:

- 1) Berusaha melengkapi menu menu tambahan lain dari masakan khas Minangkabau untuk semakin menarik minat pembeli.
- 2) Bisnis serupa sudah pernah dibuat oleh suatu rumah makan di Jakarta Utara, maka penulis harus membuat suatu “pembeda” yang membuat Burrang ini berbeda dari produk serupa lainnya. Seperti kebersihan, kemasan yang ramah lingkungan karena menggunakan daun kelapa dan strategi lainnya.
- 3) Porsi yang diberikan akan sesuai dengan harga yang diberikan, sehingga muncul rasa puas ketika dimakan oleh pembeli.

- 4) Mengutamakan sistem pembayaran cashless (*e-money*) dengan maksud untuk menerapkan kebersihan dari uang tunai yang berpotensi dijangkit oleh virus virus berbahaya.

1.5 Business Model Canvas (BMC)

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai aspek aspek yang sudah ditargetkan oleh penulis, serta langkah langkah startegis untuk mencapainya, maka berikut Business Model Canva yang sudah dibuat oleh penulis :

GAMBAR 1.3

BUSINESS MODEL CANVAS

Top of Form		Team or Company Name: BURRANG Burrito Padang		Date: 3/2/2021 MTB 6A	<input checked="" type="checkbox"/> Primary Canvas <input type="checkbox"/> Alternative Canvas
The Business Model Canvas					
Nama Mahasiswa/NIM: Richard Risyian - 201822835					
Bottom of Form					
<b>Key Partners</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ACADEMY STP NHI Bandung</li> <li>BUSINESS Pasar atau supermarket (jika mendesak)</li> <li>COMMUNITY Komunitas pencinta masakan khas padang Pekerja kantor Komunitas gojek atau grab Influencer</li> <li>GOVERNMENT Dinas Kesehatan Dinas perizinan Catering makanan rapat dinas</li> <li>MEDIA Youtuber (magdalena, nexcarlos dll) Snapgram review (pembeli) IG advertisement</li> </ul>	<b>Key Activities</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Membuka cabang baru jika memungkinkan</li> <li>Membuat menu baru dari masakan khas minang yang lainnya</li> <li>Membangun relasi dengan pembeli dengan ide menu atau iklan promosi</li> <li>Peningkatan menu yang sudah ada</li> </ul> <b>Key Resources</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>SDM: 2 orang (minimal lulusan SMK Tata Boga)</li> <li>ASET FISIK: 1 kios + 2 kompor + 1 microwave + 4 pan (panci sedang) 2 marmite + 10 container</li> <li>KEUANGAN: Pemiliki (owner) Partner kerja</li> <li>INTELEKTUAL PROPERTI Data pengunjung kita Resep rahasia dan brand</li> </ul>	<b>Value Proposition</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Menggunakan bahan bahan pilihan</li> <li>Mudah dibawa dengan sistem (take away)</li> <li>Mudah di makan kapan sajah (ready to eat)</li> <li>Rasa yang orisinal</li> <li>Tidak menggunakan bahan pengawet</li> <li>Menyediakan sistem pembayaran cash less payment (gopay, ovo, dana dan emoney transaction lainnya)</li> <li>Design sangat modern dan terkini, serta dibungkus dengan daun kelapa yang ramah lingkungan</li> <li>Gizi seimbang (protein, karbo, dan nutrisi), namun perlu penyesuaian di jumlah nasi dalam Burrito</li> </ul>	<b>Customer Relationships</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Promo 10% untuk pelajar</li> <li>New open promo (buy 1 get 1 free) seminggu setelah pertama operasi</li> <li>Regular customer gets 10% discount setelah pembelian ke 10 kali (10 kali datang di libat dari data)</li> </ul> <b>Channels</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Awareness: Instagram: @burang.id</li> <li>Evaluate: @burang.id</li> <li>Purchase: On the spot (booth) atau DM Instagram @burang.id</li> <li>Delivery: Gofood - grabfood or drive through</li> <li>After sales: Review melalui snapgram atau food review melalui gofood and grabfood.</li> </ul>	<b>Customer Segments</b> <p>Segment geografis:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Untuk masyarakat di kota dan daerah perkantoran.</li> </ul> <p>Segment interest:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>M menyukai makanan praktis dan tidak ribet</li> <li>M menyukai makanan yang bersih dan sehat</li> <li>M menyukai masakan khas padang</li> </ul> <p>Segment demografi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Usia produktif</li> <li>Pekerja kantor</li> <li>Para pelajar (SMP - kuliah)</li> <li>Pegiat olahraga</li> </ul>	

GAMBAR 1. 3 Business Model Canvas

Sumber : Data olahan penulis, 2021

## GAMBAR 1.4 BUSINESS MODAL CANVAS

Cost Structure	Revenue Streams
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Variable cost (monthly average)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bahan baku produk : Rp7.000.000 – Rp10.000.000</li> <li>Biaya Listrik : Rp250.000 – Rp500.000</li> <li>Biaya Air : Rp200.000 – Rp300.000</li> </ul> </li> <li>• <b>Fixed Cost (monthly)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Biaya sewa kios : Rp2.500.000</li> <li>Gaji Karyawan : Rp1.500.000 x 2 (termasuk uang makan)</li> <li>Pajak : Rp4.500.000</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sales produk penjualan Burrang : Rp22.500.000 – Rp45.000.000</li> </ul>

Source: [www.businessmodelgeneration.com](http://www.businessmodelgeneration.com) Top of Form

GAMBAR 1. 4 Business Modal Canvas Lanjutan

Sumber : Data olahan penulis 2021

### 1.6 Spesifikasi Produk

BurrAng merupakan suatu usaha makana yang bergerak dalam bidang penyediaan produk dan jasa. Dalam bisnis usaha BURRANG penulis menerapkan sistem *take away* dan menawarkan sistem pembayaran *cashless* dengan tujuan untuk mencegah penularan pandemi COVID-19. Setiap staff yang masuk kios akan di check suhu terlebih dahulu untuk memastikan bahwa mereka semua sehat dan siap untuk memulai operasi melayani konsumen.

BURRANG menggabungkan tortilla dengan masakan khas Minangkabau yang kaya dengan rempah. Sehingga menghasilkan suatu sajian masakan yang baru dan unik. Komposisi BurrAng terdiri dari :

- 1) Tortilla : yang dibaluri dengan kuah gulai di atasnya untuk memberikan rasa dan juga aroma makanan khas Minang.

- 2) Nasi : dengan porsi yang sudah disesuaikan agar karbo dalam BurrAng tidak terlalu berlebih.
- 3) Daun papaya : yang sudah di rebus dengan garam dan sedikit tanah liat untuk membuang rasa pahit berlebih pada daun papaya
- 4) Gulai nangka : yang empuk dan kaya akan rempah, porsi yang dimasukan juga tidak terlalu berlebih sehingga komposisi BurrAng tidak terlalu basah untuk dimakan.
- 5) Sambal : untuk pemilihan sambal penulis menawarkan dua jenis sambal yaitu sambal cabai hijau dan cabai merah.
- 6) Protein : BurrAng menyediakan 3 jenis protein yang dapat dipilih oleh pembeli, yaitu
  - BuDang : yaitu pemilihan protein rending yang empuk dan kaya akan rempah
  - BuDeng : yaitu pemilihan protein Dendeng yang empuk dan gurih, pembeli dapat memilih antara Dendeng Batakok atau Dendeng Balado
  - BuYam : yaitu pemilihan protein ayam yang lezat dan gurih, pembeli dapat memilih antara : ayam goreng, ayam bakar atau ayam gulai.

Lalu kemudian BurrAng yang sudah di siapkan akan dibungkus dengan daun kelapa, untuk memberikan kesan masakan khas Minang yang ketika dibungkus akan diwadahi dengan daun kelapa untuk memberikan aroma pada makanan. Setiap sebelum kedai mulai buka

untuk beroperasi, akan dilakukan sterilisasi dengan menggunakan cairan disinfektan agar kebersihan dan keamanan tetap terjaga. Pembeli diharuskan untuk antri mengikuti tanda yang sudah di berikan pada lantai untuk menjaga jarak tiap pembeli, agar mencegah penularan COVID-19

Bahan bahan yang digunakan untuk BURRANG menggunakan bahan bahan pilihan yang di beli langsung dari pasar bersih. Setiap bahan – bahan yang baru di datangkan dari pasar dan boleh terkena air akan di cuci terlebih dahulu dengan air mengalir agar menghilangkan kotoran yang menempel. Sedangkan untuk barang – barang yang baru dibeli akan di semprotkan dengan cairan disinfektan untuk membunuh kuman yang menempel pada lapisan barang. Lalu di cuci dengan air bersih dan sabun untuk memaksimalkan kebersihan dan mencegah kuman kuman atau virus masuk kedalam masakan.

## **1.7 Jenis Badan Usaha**

Penulis merencanakan untuk bisnis usaha BurrAng ini menjadi bisnis perseorangan, dengan alasan sebagai berikut :

- 1) Seluruh laba yang masuk akan menjadi milik pemegang badan usaha, dengan dikurangi gaji dan biaya operasional lainnya
- 2) Kebebasan dan fleksibilitas (dinamis) yang sepenuhnya di kendalikan oleh pemegang usaha, sehingga pemilik bisa

mengganti atau mengubah sesuka nya tanpa harus konsultasi terlebih dahulu dalam mengambil keputusan.

- 3) Rahasia hanya di pegang oleh pemilik badan usaha, sehingga aman dari pesaing bisnis
- 4) Pajak yang dikenakan jauh lebih kecil dan hanya diwajibkan untuk membayar pajak penghasilan, tanpa harus membayar pajak restoran, servis dan lain lainnya.

Bisnis BurrAng ini akan menggunakan bisnis perseorangan. Namun apabila terjadi suatu perubahan bidang usaha yang dikarenakan satu dan lain hal, maka tidak akan menutup kemungkinan penulis akan mengubah jenis badan usaha penulis selama memiliki tujuan yang sama.

## **1.8 Aspek Legalitas**

BurrAng menggunakan sistem bisnis perseorangan dikarenakan agar lebih mudah di kendalikan bagi penulis. Bisnis perseorangan tidak terlalu dibatasi oleh peraturan peraturan, dan merupakan suatu badan usaha yang sederhana dikarenakan keuntungan, kerugian, dan modal ditanggung oleh satu orang saja, yaitu si pemiliki bisnis usaha. Perusahaan bisnis usaha perseorangan tidak memerlukan perizinan yang rumit. Syarat syarat yang diperlukan untuk mendirikan bisnis usaha persorangan yaitu :

- 1) Pemilik bisnis usaha harus memiliki sumber modal yang sesuai, baik itu dari bank, tabungan sendiri, atau bantuan modal dari keluarga dan teman. Modal yang diperlukan juga harus di perhitungkan dengan cermat agar tidak terjadi pemborosan dana yang berlebih.
- 2) Melakukan penyusunan pembukuan yang diantaranya adalah :
  - Keadaan keuangan suatu bisnis usaha
  - Kebutuhan suatu bisnis usaha
  - Mencantumkan perjanjian kerja
  - Surat beserta dokumen dan korespondensi (in and out)
  - Laporan setiap periode (bulan, kuartal, dan tahun)
  - Arsip
- 3) Pemilik bisnis harus taat dalam membayar pajak semasa hidupnya jika memang pemilik memiliki tanggungan. Jenis jenis pajak yang harus dibayar adalah :
  - Pajak penghasilan
  - Pajak pertambahan nilai dan jasa
  - Pajak penjualan barang mewah
  - PBB (Pajak Bumi dan Bangunan)

Selain syarat syarat di atas, ada beberapa perizinan yang harus di siapkan oleh penulis untuk memenuhi syarat dalam membuat bisnis usaha perseorangan. Perizinan yang harus di lengkapi yaitu :

- 1) Akta tanah (pendirian) pemilik
- 2) SITU (Surat Izin Tempat Usaha)
- 3) SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)
- 4) NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), dan
- 5) TDP (Tanda Daftar Perusahaan)

Setelah melengkapi syarat beserta surat izin untuk mendirikan suatu bisnis usaha maka dengan begitu, bisnis usaha BurrAng dapat berdiri. Jika terjadi suatu hambatan dalam melengkapi persyaratan dan perizinan dalam membangun usaha, penulis akan segera mempersiapkannya.