

# **BAB I**

## **DESKRIPSI BISNIS**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada masa sekarang ini di mana para millennial mulai memijakan kaki pada bidang usaha dalam pariwisata bersama-sama menghasilkan produk dan jasa yang dibutuhkan masyarakat sekitar. Salah satu dari berbagai komponen industri pariwisata adalah sektor kuliner. Kuliner merupakan bagian dari tempat wisata yang tidak dapat diabaikan begitu saja, karena merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia.

Menurut Don Kardono (2019) Kuliner memainkan peran penting dalam pariwisata. Karena kuliner juga merupakan daya tarik yang kuat bagi wisatawan, kebanyakan mereka melakukan pengeluaran terbesar pada kuliner.

Pada tahun 2021 ini dunia mengalami penurunan yang sangat besar dikarenakan wabah penyakit *covid-19* yang menyerang seluruh dunia terlebih Indonesia. Wabah tersebut menyebabkan seluruh manusia di dunia ini kesulitan melakukan aktifitas pentingnya. Terlebih pariwisata menjadi salah satu hal yang mengalami penurunan dan kesulitan untuk terus dilanjutkan karena larangan untuk melakukan penerbangan keluar kota dan negeri ataupun hanya berkumpul di tempat ramai untuk meminimalisir penyebaran wabah ini.

Beberapa daerah di Indonesia khususnya Jakarta menjadikan pariwisata sebagai tulang punggung ekonomi karena dapat mendatangkan arus positif bagi perusahaan di industri jasa dan produk. Akibat penyebaran virus Covid-19,

kedua industri ini mulai kehilangan pasar dan sulit dioperasikan. Tahun 2020 mungkin tidak hanya ditandai sebagai awal dari dekade baru, menurut Markeeters, bisa jadi awal dari perubahan hidup termasuk pola makan dengan gizi optimal. Layanan pesan-antar dan layanan *take-away* akan menjadi arus utama industri kuliner sekarang.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, zaman sekarang banyak pengusaha yang adalah anak muda generasi Z memulai bisnis mereka sendiri atau melakukan pekerjaan kontrak (*Powers, 2018*) di mana menurut Kupperschmidt (2000) generasi Z mulai dari tahun 1995 – 2010. Salah satu karakteristik generasi Z adalah dengan melakukan perusahaan *start-up* atau bisnis sendiri untuk menciptakan suatu produk atau jasa dengan menggunakan teknologi dan internet semaksimal mungkin untuk bertumbuh dan berkembang dengan modal yang tidak terlalu banyak.

Sebagai salah satu anak muda generasi z, penulis ingin membuat suatu bisnis produk di daerah Jakarta Timur untuk menambah wisata kuliner sekaligus untuk memenuhi kebutuhan konsumen di daerah Jakarta Timur khususnya Rawamangun. Di daerah tersebut penulis bekerja sama dengan usaha keluarga yang menggunakan garasi rumah sebagai tempat berjalannya bisnis ini. Usaha tersebut merupakan sebuah kedai kopi dan sudah berjalan selama kurang lebih 6 tahun di mana masih tetap belum ada produk berupa makanan. Kedai kopi ini sudah buka mulai dari jam 7 pagi dengan menu minuman seperti, berbagai macam es kopi susu, berbagai macam teh, dan berbagai macam kopi arabika. Dikarenakan kedai kopi ini hanya menjual

minuman dengan bahan utama kopi, banyaknya konsumen yang membutuhkan makanan pagi sampai *snack* yang cocok untuk disantap bersama kopi seperti *sandwich*.

*Sandwich* adalah makanan berupa roti isi dan biasanya terdiri dari sayuran, keju, atau daging yang diiris, diletakkan di atas atau di antara 2 irisan sampai bisa lebih dari 2 irisan roti. Sedangkan Deli sendiri merupakan kependekan dari *Delicatessen* yang artinya toko makanan kecil yang menjual makanan kualitas tinggi kategori “*Cold Cuts*”, keju, atau *sandwich*.

*Sandwich* ini nantinya akan dibuka di sebuah kedai kopi tersebut. Definisi kedai kopi menurut *Wiktionary* (2010:22) bisa diartikan “kafe atau restoran kecil yang biasanya menjual kopi, minuman non-alkohol, makanan atau camilan sederhana, dan memiliki fasilitas tambahan yang sesuai”. Kedai kopi ini sampai sekarang masih belum adanya menu makanan ringan sampai berat.

Dengan adanya kesulitan tersebut, penulis membuat sebuah produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen yaitu membuat produk makanan yang cocok disajikan dengan kopi di kedai kopi tersebut dan membuat produk yang dapat disantap di pagi hari. Oleh karena itu, penulis membuat tugas akhir perencanaan bisnis dengan judul:

**PERENCANAAN USAHA BISNIS *SANDWICH* “*DELIPANG*” DI  
JAKARTA TIMUR**

## 1.2 Gambaran Umum Bisnis

Kata bisnis secara umum merupakan adaptasi dari bahasa Inggris “*business*” yang artinya kesibukan. Maksud dari kesibukan sendiri dalam konteks sederhana merupakan melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan yang bermanfaat dan memperoleh keuntungan seseorang. Pengertian bisnis yang dimaksud dengan aktivitas, merupakan kegiatan yang melibatkan produksi, penjualan, pembelian, atau pertukaran barang dan jasa oleh organisasi atau individu yang bertujuan memperoleh keuntungan.

Menurut Brown dan Pretello, pengertian bisnis merupakan sebuah organisasi atau lembaga penghasil barang dan jasa yang diciptakan untuk memenuhi atau sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta semua hal yang mencakup berbagai usaha yang dilakukan pemerintah maupun swasta tidak peduli mengejar laba atau tidak.

### 1.2.1 Deskripsi Bisnis

Pada tahun 2016, sudah mulai adanya usaha kedai kopi di daerah Jakarta Timur. Melihat peluang tersebut untuk ke depannya, di mana kedai kopi akan menjadi sebuah *lifestyle* untuk konsumen penikmat kopi maupun tidak. Perubahan kedai kopi yang dimaksud adalah, konsumen usia 20 – 50 tahun dari pekerja kantoran, pebisnis, mahasiswa yang biasanya berkumpul bersama sampai rapat bisnis terjadi di bar, di restoran, atau hanya rumah, sudah beralih ke tempat yang lebih santai dan dapat dijangkau seperti kedai kopi.

Dengan adanya kontribusi dan pengetahuan dasar tentang kopi bersama petani di daerah Tana Toraja, maka penulis bersama keluarga membuka usaha kedai kopi dengan menu utama Kopi Toraja dengan berbagai kopi dari berbagai daerah dan mancanegara.

Sebagai salah satu mahasiswi jurusan tata boga sebagai tim produksi makanan, penulis membuat ide bisnis produk makanan *sandwich* untuk memenuhi kebutuhan pasar seperti makanan untuk pagi hari dan *snack* dalam bentuk *sandwich*. *Sandwich* ini nantinya akan lebih fokus kepada makan pagi yang mudah dibawa ke mana-mana dan juga akan menjadi sebuah *snack* atau camilan pada malam hari yaitu saat kedai kopi ini mulai ramai pengunjung.

Berikut pengumpulan data kuesioner yang dibuat oleh penulis kepada konsumen kedai kopi dan masyarakat sekitar Rawamangun, Jakarta Timur sebanyak 100 orang.

**TABEL 1.1**  
**KUESIONER KONSUMEN**  
**n=100**

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah Anda tinggal di daerah Jakarta Timur?	76 orang (76%)	24 orang (24%)
2.	Apakah Anda termasuk yang mengkonsumsi makanan di pagi hari?	83 orang (83%)	17 orang (17%)
3.	Apakah Anda akan memakan <i>sandwich</i> di pagi hari?	87 orang (87%)	13 orang (13%)

Sumber : Olahan penulis, 2021

### 1.2.2 Deskripsi Logo & Nama

Secara umum, logo adalah identitas suatu produk atau jasa di mana dengan hanya melihat logo tersebut, pelanggan dapat langsung mengidentifikasinya dan mengetahui jenis produk atau jasa apa saja atau bahkan sampai kualitas produk atau jasa tersebut.

Menurut Sularko, dkk (2008 : 6) logo atau *corporate identity* atau *brand identity* Merupakan sebuah identitas perusahaan juga sebagai alat pemasaran signifikan secara tidak langsung yang mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya

Penulis menciptakan bentuk logo yang sederhana agar pelanggan dapat dengan mudah untuk ingat dan mengidentifikasinya dalam waktu yang cepat. Seperti logo pada perusahaan makanan cepat saji atau bahkan restoran besar yang sekarang memiliki logo sederhana namun mudah untuk diingat dan diidentifikasi.

**GAMBAR 1.1**  
***LOGO DELIPANG***



Sumber : Dokumentasi Penulis, 2021

Dengan identitas berwarna kuning mangga yang melambangkan kehangatan di mana dapat diartikan bahwa makanan tersebut merupakan “*comfort food*” atau makanan dengan kenyamanan. *Font* yang digunakan pada logo ini untuk menjadi identitas utama *Delipang*. Dengan melihat tulisan seperti ini

diharapkan pelanggan akan dapat langsung mengidentifikasi makanan apa yang disajikan.

### 1.2.3 Identitas Bisnis

Nama Usaha : *Delipang Sandwich*

Jenis Usaha : Kuliner

Alamat : Customs Coffee, Jl. Bujana Tirta 2 No.4a, Belakang kantor Bea & Cukai Rawamangun, Jakarta Timur, 13230

Pemilik : Stefani Novita

No. Telefon : +6281312267305

### 1.3 Visi dan Misi

Visi merupakan serangkaian kata yang menunjukkan impian, cita-cita, arah, atau nilai inti, dan tujuan sebuah organisasi, perusahaan atau instansi. Sedangkan misi adalah tahapan yang harus dilalui untuk mencapai visi tersebut. Dengan adanya visi & misi dalam suatu perusahaan, diharapkan perusahaan tersebut dapat berjalan dengan lancar sesuai janji dan kepercayaan.

*Delipang* memiliki visi seperti:

Menjadi toko makanan khusus *sandwich* terbaik yang merakyat dan populer, tetap dengan jaminan kualitas yang terbaik dan dapat dinikmati seluruh masyarakat Indonesia tanpa melihat strata sosial yang ada.

Dengan Misi Seperti:



- Menyediakan produk *sandwich* yang berkualitas dan pilihan terbaik kepada konsumen.
- Menyediakan produk yang cepat saji dan sehat.
- Membuat standar operasi prosedur yang baik dalam pengolahan makanan dan jasa.
- Mengembangkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas makanan
- Menyediakan tempat nyaman, modern dan bersih untuk berkumpul.

#### 1.4 Analisis SWOT

Menurut Galavan (2014), analisis *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) yaitu analisis untuk menemukan strategi yang berguna atau efektif, ini diterapkan sesuai dengan kondisi pasar dan publik yang berlaku. Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) digunakan untuk mengetahui lingkungan eksternal atau luar perusahaan, kemudian kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weaknesses*) diperoleh melalui analisis internal atau di dalam perusahaan.

*SWOT* merupakan akronim dari *Strengths* yaitu kekuatan, *Weaknesses* yaitu kelemahan, *Opportunities* yang artinya peluang, dan *Threats* adalah ancaman. Dari keempat komponen tersebut dibagi lagi menjadi 2 yaitu *internal* dan *external*. *Strength* dan *weakness* merupakan faktor *internal* bisnis itu sendiri, sedangkan *opportunities* dan *threats* merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi perkembangan organisasi maupun produk. Dari penjelasan

tersebut *SWOT* ada untuk mempermudah mengukur peluang usaha. Analisis

*SWOT* terhadap bisnis *Delipang* adalah sebagai berikut :

**TABEL 1.2**  
**SWOT MATRIKS**

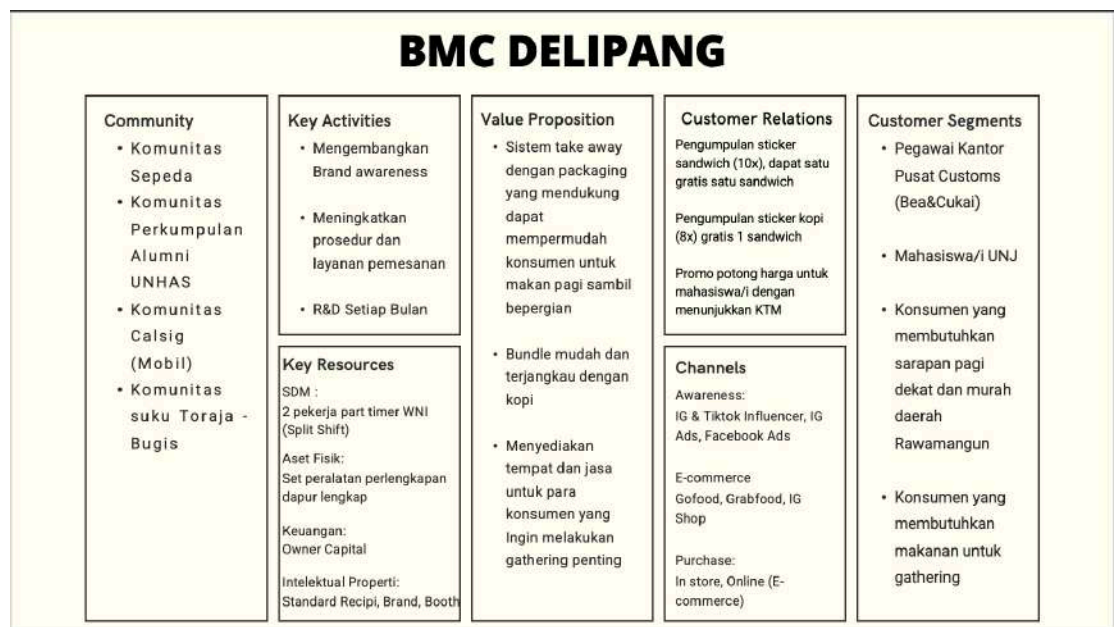
<div style="text-align: center;"><b>SW</b></div> <div style="text-align: center;"><b>OT</b></div>	<b>STRENGTH</b>	<b>WEAKNESS</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bahan baku mudah di dapatkan</li> <li>2. Harga produk terjangkau</li> <li>3. Penyajian cepat</li> <li>4. Ada tempat <i>dine-in</i> bersama kedai kopi</li> </ol>
<b>OPPORTUNITIES</b>	<b>SO Strategies</b>	<b>WO Strategies</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Belum banyak kedai <i>sandwich</i> di daerah Rawamangun, Jakarta</li> <li>2. Banyaknya permintaan konsumen terhadap makanan pagi dan snack yang cocok dengan kopi di kedai tersebut.</li> <li>3. Adanya <i>media sosial dan influencer</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat produk makanan pagi yang cocok dengan kopi</li> <li>2. Membuat dan meningkatkan penjualan melalui <i>media sosial &amp; influencer</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan media sosial dan pendekatan kepada masyarakat akan makanan <i>sandwich</i>.</li> <li>2. Meningkatkan <i>brand awareness</i> melalui masyarakat dan pemasaran yang maksimal</li> </ol>
<b>THREATS</b>	<b>ST Strategies</b>	<b>WT Strategies</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kenaikan harga bahan</li> <li>2. Adanya pesaing</li> <li>3. Konsumen cepat bosan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan pengembangan produk <i>sandwich</i> dan melibatkan masyarakat</li> <li>2. Memaksimalkan pelayanan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyajikan makanan dengan kualitas dan kuantitas yang optimal agar sepadan dengan harga</li> </ol>

Sumber : Data Penulis, 2021

Penulis juga akan melampirkan Bisnis Model Canvas untuk menggambarkan apa saja hal-hal yang akan di fokuskan pada bisnis *Delipang* ini :

**GAMBAR 1.2**

***THE BUSINESS MODEL CANVAS***



Sumber: Olahan Penulis, 2021

**1.5 Spesifikasi Produk dan Jasa**

Secara umum, definisi produk adalah barang atau jasa yang dapat digunakan untuk kegiatan jual beli. Spesifikasi barang atau jasa menjadi gambaran rinci tentang persyaratan kinerja barang atau jasa yang harus dipenuhi pemasok, seperti bahan, metode kerja, standar kualitas kerja, dan lainnya.

*Delipang* sendiri menawarkan produk makanan dan minuman berupa cepat saji namun bukan *junk food*. Dalam artian makanan ini tetap diolah dengan baik dan benar sehingga makanan ini bukan makanan jahat untuk dikonsumsi setiap harinya.

*Sandwich* ini tidak seperti *sandwich on the go* pada umumnya. *Sandwich* ini nantinya berisikan sejumlah daging, di mana dagingnya menggunakan *thin slice beef* yang biasa kita temui di *yoshinoya* dan makanan jepang lainnya sebagai bintang utama *sandwich* ini. Daging ini nantinya akan di marinasi dengan saus *bbq* dan kecap asin lalu akan dipanggang sebentar di *pan* dan akan di satukan di dalam roti tawar dengan tambahan mayones, *coleslaw* dengan *vinaigratte*, dan keju *cheddar* lembar. Tidak hanya daging *beef slice*, penulis juga menggunakan *tofu katsu* sebagai opsi lain jika konsumen sedang tidak ingin memakan daging. *Tofu* yang digunakan adalah tahu yang padat dan akan di marinasi menggunakan berbagai macam *spices* dan di goreng menggunakan tepung roti seperti *katsu* pada umumnya. *Tofu katsu* ini nantinya akan di padu padankan dengan roti tawar, pilihan saus (*Japanese curry sauce dan Tartar Sauce*), dan sayuran berupa *cole slaw* dengan *vinaigratte*. Ada juga 2 pilihan lainnya seperti *shrimp and chicken patty*, dan *double cheese & egg* di mana semua menu tersebut akan dibikin sendiri oleh penulis

*Sandwich* ini nantinya akan lebih fokus kepada kebutuhan konsumen sebagai makanan di pagi hari. Karena usaha ini nantinya akan dibuka di kedai

kopi, *sandwich* ini akan di padu padankan dengan minuman kopi sebagai salah satu bentuk kerja sama dan memenuhi kebutuhan pangan di pagi hari.

## 1.6 Jenis / Badan Usaha

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), pengertian badan usaha adalah sekelompok orang dan modal yang bergerak dalam perdagangan atau bisnis atau kegiatan dunia usaha.

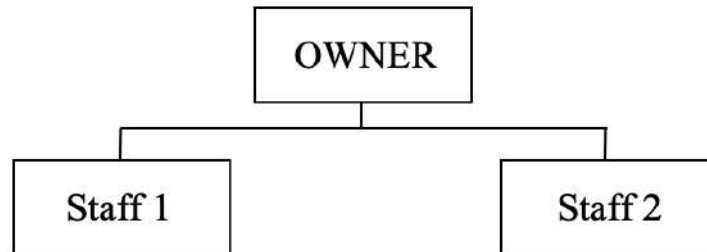
Menurut undang-undang yang mengatur perpajakan umum di Indonesia, ini adalah sekelompok orang dan modal yang melakukan usaha bisnis atau non-bisnis.

Struktur organisasi sangat diperlukan dalam membangun badan usaha. Dengan begitu usaha akan jalan sesuai standar operasi yang benar dan dapat menjalankan fungsi dan tugasnya masing-masing.

Berdasarkan penjelasan pada sub bab sebelumnya, jenis badan usaha *Delipang* merupakan perusahaan perseorangan. Usaha ini dimiliki dan dijalankan langsung oleh penulis dengan modal yang tidak terlalu banyak, jenis produk dan jumlah produksi juga tidak banyak, tenaga kerja sedikit, dan menggunakan alat produksi dan teknologi yang cukup dan sederhana tetapi tetap dapat dijalankan secara maksimal.

Penulis membuat Struktur organisasi *Delipang* berdasarkan kebutuhan seperti dapat dilihat pada gambar berikut ini:

**GAMBAR 1.3**  
**STRUKTUR ORGANISASI**



Sumber : Dokumentasi Penulis, 2021

Adapun tugas dan tanggung jawab dari jabatan tersebut adalah:

a. Pemilik Usaha

- Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan
- Bertanggung jawab atas kerugian yang dihadapi di perusahaan juga keuntungan perusahaan
- Merencanakan serta mengembangkan sumber – sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan
- Mengkoordinasi dan mengawasi semua kegiatan perusahaan
- Merekrut dan mengawasi kinerja karyawan

b. Staf 1 & 2

- Mempunyai *job desk* yang sama, yaitu dapat membuat produk dan melayani tamu dengan baik
- Bertanggung jawab atas keluar masuknya pesanan
- Bertanggung jawab atas produk dan pelayanan
- Bertanggung jawab memberikan laporan keuangan kepada pemilik

## 1.7 Aspek Legalitas

Salah satu unsur yang terpenting adalah sebuah legalitas suatu perusahaan. Legalitas diperlukan sebagai jati diri yang mengesahkan atau melegalkan badan usaha dan dapat diakui oleh masyarakat. Menurut undang-undang dan peraturan, legalitas perusahaan harus sah di mata hukum di mana menjadi pelindung dan payung dalam bentuk dokumen

Setiap perusahaan yang didirikan pasti mempunyai suatu bentuk badan usaha masing-masing. Legalitas perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang memenuhi persyaratan undang-undang dinyatakan sebagai bentuk usaha yang sah (Muhammad, 2010:329).

Kegiatan perdagangan harus memiliki izin perusahaan perdagangan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Izin yang dikeluarkan oleh menteri atau pejabat yang ditunjuk untuk melakukan kegiatan usaha perdagangan secara sah, baik itu perusahaan kecil, perusahaan menengah apalagi perusahaan besar, kecuali perusahaan kecil perorangan. Untuk mendapatkan SIUP, perusahaan perlu mengajukan Surat Permohonan Izin (SPI), yaitu, daftar entri, yang berisi data perusahaan pengusaha dan informasi rinci tentang kegiatan bisnis, dan pengusaha wajib membayar sejumlah uang untuk biaya administrasi.

SIUP diterbitkan berdasarkan tempat tinggal pemilik atau penanggung jawab perusahaan. Untuk pemilik perusahaan yang tinggal di luar domisili mereka, maka dia harus menunjuk penanggung jawab atau pengacara berdasarkan domisilinya dikonfirmasi oleh KTP tempat diterbitkannya SIUP.