

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Sulawesi selatan merupakan sebuah provinsi di Indonesia yang terletak di bagian selatan pulau Sulawesi. Menurut data BPS (Badan Pusat Statistik) provinsi Sulawesi Selatan tahun 2020, jumlah penduduk berjumlah 8.928.004 jiwa penduduk. Dilihat dari segi perkembangan pariwisata, provinsi Sulawesi Selatan memiliki keindahan alam yang tidak bisa diabaikan dan bisa dipromosikan sehingga menjadi peluang sebagai pendapatan yang besar bagi daerah. Salah satunya kota Makassar.

Ibukota Sulawesi Selatan yakni Makassar mempunyai lokasi di bagian Selatan Pulau Sulawesi dan terletak antara 119°24'17'38" Bujur Timur dan 5°8'6'19" Lintang Selatan. Makassar mempunyai luas wilayah 175,77 km persegi. Kondisi iklim di kota Makassar adalah sedang hingga tropis memiliki suhu udara rata-rata berkisar antara 26,°C sampai dengan 29°C. Dari segi topografi dengan kemiringan lahan 0-2°(datar) dan kemiringan lahan 3-15° (bergelombang).

Makassar memiliki jumlah penduduk yang cukup tinggi. Untuk tahun 2019 menurut data dinas provinsi Sulawesi Selatan berjumlah 1.526.677 dengan rincian penduduk laki-laki berjumlah 755.968 dan perempuan berjumlah 770.704. Data ini penulis akan sajikan dalam bentuk tabel beserta rentang usia tiap jenis kelamin. Berikut tabel 1 dibawah :

TABEL 1
JUMLAH PENDUDUK BERDASARKAN KELOMPOK UMUR DAN JENIS
KELAMIN DIKOTA MAKASSAR TAHUN 2019

KELOMPOK UMUR	JENIS KELAMIN		TOTAL
	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	
0 – 4	70.610	67.533	138.143
5 – 9	64.664	62.324	126.988
10 – 14	60.188	57.657	117.845
15 – 19	78.470	80.527	158.997
20 – 24	102.900	98.208	201.108
25 – 29	71.689	69.403	141.092
30 – 34	56.889	59.159	116.048
35 – 39	48.939	53.624	102.563
40 – 44	47.753	52.326	100.079
45 – 49	44.033	45.756	89.789
50 – 54	34.342	34.390	68.732
55 – 59	25.351	27.623	52.974
60 – 64	17.298	19.277	36.575
65+	11.402	13.949	25.351
TOTAL	755.968	770.074	1.526.667

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan

Berdasarkan hasil pendataan yang dilakukan oleh dinas pariwisata provinsi Sulawesi Selatan terjadi peningkatan kunjungan wisatawan di tahun 2016-2018, namun sayangnya untuk tahun 2019 mengalami penurunan pengunjung yang cukup drastis. Data ini penulis sajikan dalam bentuk tabel 2 dibawah:

TABEL 2
DATA KUNJUNGAN WISATAWAN DI KOTA MAKASSAR

Tahun	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara
2016	4.688.681	85.644
2017	5.187.539	93.687
2018	5.461.677	105.447
2019	2.202.694	42.526

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan

Tahun 2020 dari data yang dirilis oleh BPS tidak ada kunjungan wisatawan mancanegara. Hal ini disebabkan dengan terjadinya penyebaran virus Corona yang masih berlangsung hingga sekarang. Menurut paparan Menteri PPN, akibat pandemi Covid-19 telah terjadi pembatasan transportasi udara dan laut. Sehingga menyebabkan penurunan kunjungan wisatawan. Seperti yang terjadi untuk sektor pariwisata pada bulan April 2020 kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia turun drastis mencapai 87,44%. Dampaknya juga dirasakan hotel, restoran dan destinasi pariwisata yang ditutup sementara (Setiaji, 2020)

Hal ini membuktikan bahwa bukan hanya terjadi di Makassar melainkan juga di Indonesia bahkan negara-negara lain yang disebabkan kebijakan pembatasan perjalanan ke berbagai negara dan daerah di Indonesia sebagai upaya memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Namun diharapkan pandemi covid 19 ini akan segera berakhir seperti yang telah di kemukakan oleh Presiden Jokowi, dalam rapat terbatas

beliau yakin pandemi ini akan berakhir akhir tahun. Tahun depan pariwisata akan *booming* lagi dengan masyarakat menikmati keindahan yang ada di daerah. Beliau juga berpesan untuk selalu optimis dan membuang pesimisme agar semuanya bisa dimanfaatkan dengan lebih baik (Prasetia,2020)

Dari segi pariwisata, Makassar dijadikan titik mula berwisata terutama wisatawan MICE dan business. Hal ini telah dikemukakan juga oleh Anryani (dalam MetroNews, 2019) bahwa MICE merupakan salah satu andalan dalam pendapatan asli daerah Makassar. Dikarenakan Makassar salah satu kota metropolitan. Sehingga banyak pihak yang diuntungkan. Seperti dalam bidang hotel, kuliner, hingga UKM kecil seperti pusat oleh-oleh.

Kota Makassar memiliki potensi yang sangat baik dalam merencanakan suatu usaha. Salah satunya dalam bidang kuliner. Makassar bukan hanya terkenal dengan destinasiya, namun juga kulinernya (Alib, 2019). Dalam usaha *café* di Makassar juga banyak yang menarik. Hampir disetiap kota sangat mudah ditemukan mulai dari desain yang tradisional maupun modern. Usaha *café* memang sedang menjamur. Menurut Nielma, karena kota Makassar yang merupakan kota dagang dan jasa, animo masyarakat untuk membuka usaha peluangnya akan semakin besar. Banyak pelaku usaha *café* karena tuntutan dari kondisi masyarakat yang serba cepat namun juga menginginkan tempat santai untuk menyelesaikan pekerjaan, (Arsyad, 2019). Inilah yang menjadi salah satu pemicu banyak pelaku usaha yang membuka usaha *café*, atau tempat nongkrong di kota Makassar.

Dengan adanya data diatas semakin memperkuat untuk merencanakan usaha bisnis kuliner di kota Makassar. Usaha ini tidak akan ada habisnya, yang dimana makan dan minuman merupakan kebutuhan seluruh umat manusia. Di zaman sekarang penulis melihat banyak masyarakat yang berkunjung ke *café* atau restoran makanan. Tujuannya adalah untuk makan, minum, berdiskusi dengan teman atau keluarga, ataupun sekedar kepentingan berfoto-foto dan diunggah ke media sosial.

Café atau cape merupakan salah satu restoran kecil yang berada di luar hotel. Café mempunyai jenis-jenis makanan yang lumayan sedikit dan menjual minuman alkohol yang tingkat alkoholnya rendah, contoh makanan dan minuman yang tersedia adalah *soft drink*, makanan ringan, *coffea*, *tea* dsb. (Budiningsih, 2009) Sedangkan menurut Kamus Istilah Pariwisata dan Perhotelan (2003:66) “*Café* (E) adalah Restoran dengan menu terbatas. *Café* (F) adalah istilah lain dari Coffee yang biasa dipakai untuk menyebut istilah Coffee Shop. Artinya tempat makan dan minum yang menyediakan menu cepat dan sederhana serta menyediakan minuman ringan untuk orang yang santai atau menunggu sesuatu”

Menurut Collins Dictionary Online, “Bakery adalah tempat proses roti, kue kering, dan kue dipanggang ataupun tempat dimana produk itu dijual.” Industri Bakery di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan pada beberapa tahun terakhir. Mengutip dari berita (Kompasiana,2019) dari data statistic yang dipaparkan oleh Kementrian Pertanian 2017, mengkonsumsi produk roti di

Indonesia memiliki kenaikan presentasi hingga 500% selama lima tahun terakhir, disusul dengan produk roti lainnya seperti macam-macam roti, kue kering dan juga kue. Hal ini menunjukkan potensi yang baik untuk mendirikan sebuah bisnis dalam dunia *bakery*.

“Teh merupakan salah satu minuman populer di dunia yang dibuat dari pucuk daun muda tanaman teh (*Camelia sinensis* L. Kuntze). Tanaman teh yang tumbuh di Indonesia sebagian besar merupakan varietas *Asamica* yang berasal dari India. Teh varietas *Asamica* memiliki kelebihan dalam hal kandungan katekinnya (zat bioaktif utama dalam teh) yang besar, sehingga teh varietas ini sangat potensial untuk dikembangkan menjadi produk olahan pangan/minuman dan farmasi yang sangat bermanfaat bagi kesehatan” Menurut Haryoto (dalam Farnesia, 2017:6).

Teh memiliki banyak manfaat dalam kesehatan. Semakin berkembangnya kota Makassar, semakin banyak yang akan melihat potensi untuk membangun usaha bisnis kuliner khususnya dalam bidang kuliner. Untuk itu, penulis berkeinginan untuk membangun perencanaan usaha di Makassar bernama “*chaga’s bakery dan tea house*”. Usaha ini menawarkan produk *bakery* dan minuman teh yang belum banyak dijual. Padahal Indonesia menduduki urutan ketujuh sebagai penghasil teh terbaik didunia. Indonesia memiliki beragam teh yang berkualitas tinggi, namun sayangnya banyak masyarakat yang tidak mengetahuinya (Sharyn, 2018). Dimana jaman sekarang kedai kopi telah berjamuran dan berlomba-lomba untuk membuka kedai kopi. Usaha ini juga basisnya akan berbeda dengan usaha kompetitor karena konsep paduan *bakery* dan teh yang jarang ditemui.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, penulis akan membuat perencanaan usaha dengan judul “PERENCANAAN USAHA *BAKERY SHOP* DAN KEDAI TEH DI KOTA MAKASSAR”.

B. Gambaran Umum

1) Deskripsi Bisnis

Chaga’s Bakery dan Tea House ini adalah perpaduan jenis usaha *bakery shop* dan *tea house*. Jadi produk yang akan ditawarkan nanti merupakan produk *bakery* dengan teh premium lokal. Yang menjadi ciri khas usaha bisnis ini adalah produk *bakery* yang kami sajikan merupakan produk yang dimana tujuan penulis ingin mengoptimalkan untuk menjaga kualitas produk yang selalu “*fresh*” alami tidak menggunakan bahan-bahan pengawet. Untuk tehnya sendiri penulis akan menggunakan teh premium dari salah satu brand teh lokal yang ada di Indonesia yaitu “*House of Tea*”. Karena masih banyaknya masyarakat Indonesia yang belum familiar dengan teh lokal di Indonesia, penjualan teh ini sekaligus menjadi edukasi kepada masyarakat bahwa sebenarnya ada juga teh di Indonesia yang berbasis premium yang tidak kalah dengan teh dari luar negeri lainnya yang tentunya menarik dan patut untuk dicoba. Penulis juga membuat tagline untuk usaha ini yaitu “*great taste and quality service*” yang memiliki arti produk yang akan kita tawarkan memiliki rasa yang enak dan bentuk pelayanan yang berkualitas.

2) Deskripsi Logo dan Nama

Logo adalah cerminan, penampilan visual yang berkaitan dengan suatu perusahaan atau organisasi tertentu sebagai bentuk identitas. Logo diibaratkan sebagai bagian tubuh yang mampu mengutarakan isi pemikiran perusahaan (Kusrianto, 2007)

Menurut (Keller dan Tjiptono, 2005) Merek merupakan produk yang dapat menambahkan dimensi yang berbeda secara unik yang dapat membedakan dari produk-produk lainnya. Sebagai pembeda produk, merek harus lebih simbolis, dan dapat mewakili daari produk itu sendiri.

Dalam usaha bisnis ini, penulis memberikan nama *Chaga's Bakery and Tea House*. Nama “chaga” sendiri diambil dari nama marga keluarga penulis dimana usaha ini akan didirikan oleh penulis dan keluarga. Logo *Chaga's Bakery and Tea House* memiliki warna hijau yang berarti nyaman, alami, natural dengan sentuhan perpaduan gambar daun teh untuk produk tehnya dan daun gandum untuk produk bakery itu sendiri. Untuk model tulisan yang digunakan terkesan simple dan elegan yang menggambarkan suasana yang akan tercipta dalam toko ini.

GAMBAR 1
LOGO CHAGA'S BAKERY AND TEA HOUSE



Sumber : Olahan Penulis, 2020

3) **Identitas Bisnis :**

Menentukan lokasi yang strategis dapat membuat bisnis berjalan dengan lancar sehingga mendapat keuntungan yang maksimal. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi lokasi bisnis yang akan penulis pilih. Mulai dari keamanan, lingkungan masyarakat, fasilitas, transportasi, penyediaan tenaga kerja dan juga target pasar yang ingin dicapai. Menurut Lupiyoadi (2009:42) lokasi berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.

Maka dari itu lokasi yang akan penulis pilih sebagai tempat usaha berlokasi di Jalan Penghibur nomor 53, Makassar. Alasan penulis memilih lokasi ini adalah, karena jalan Penghibur merupakan salah satu daerah yang strategis yang ada dikota Makassar. Didaerah ini dilengkapi dengan adanya berbagai macam hotel, restoran, *café*, sekolah, kantor bahkan pusat oleh-oleh berada dikawasan ini, dimana kawasan

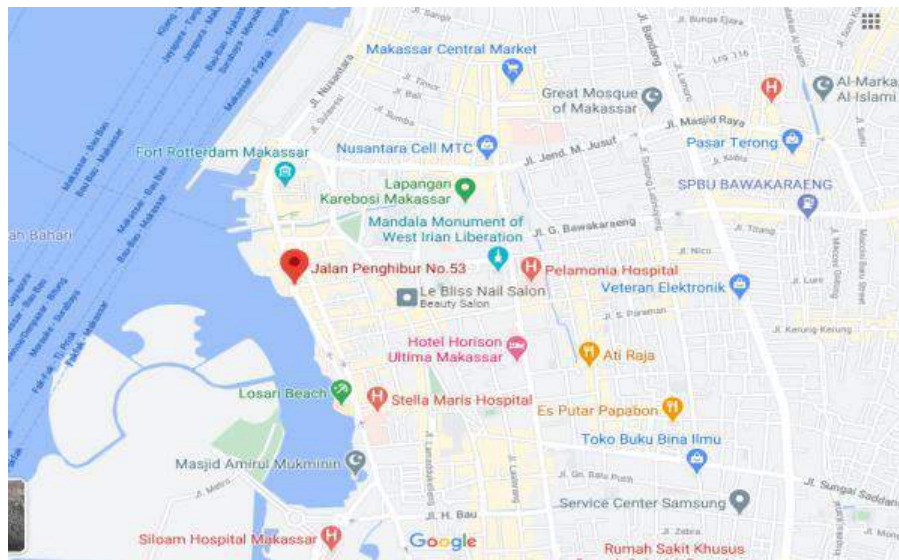
jalan penghibur adalah daerah pantai losari tempat dimana masyarakat, wisatawan banyak berkunjung kesini. Akses pendukung seperti transportasi sangat mudah ditemukan didaerah ini karena merupakan salah satu tempat wisata utama di Makassar. Lokasi bangunan ini juga langsung berhadapan dengan pantai losari. Tempat ini bukan punya penulis maupun teman dan saudara, namun tempat ini disewakan yang merupakan bekas sewa toko alfamart yang dapat direnovasi kembali agar layak kembali dijadikan usaha. Dilokasi ini penulis mengamati sekitar agar mengetahui siapa pesaing yang berada disekitarnya. Terdapat beberapa pesaing, namun usaha bisnis yang akan dibangun diharapkan berbeda dari pesaing lainnya. Untuk peluang sendiri melihat banyaknya konsumen yang akan datang, tempat ini sangat bagus karena dikelilingi *hotel, restoran, bar, dan coffee shop* dan tentunya pantai yang akan menarik konsumen. Untuk detail bangunan yang akan disewa berukuran luas tanah : $85 m^2$ (lebar 4,75 m dan panjang 18 m) sedangkan luas bangunan : $200 m^2$ (3 lantai dengan lantai paling atas dak terbuka). Memiliki kapasitas listrik 16.500 watt. Spesifikasi bangunan berada tepat diantara Hotel Blue Ocean dan Restoran Bakso Ati Raja.

GAMBAR 2
RENCANA TEMPAT USAHA CHAGA'S BAKERY AND TEA HOUSE



Sumber : Olahan Penulis, 2020

GAMBAR 3
RENCANA DENAH LOKASI USAHA CHAGA'S BAKERY AND TEA HOUSE



Sumber : Google Maps, 2020

GAMBAR 4
RENCANA DENAH LOKASI USAHA CHAGA'S BAKERY AND TEA
HOUSE



Sumber : olahan penulis, 2020

C. Visi dan Misi

Visi adalah suatu pernyataan yang menyatakan cita-cita dari perusahaan atau organisasi yang ingin dicapai untuk masa depan. Visi juga merupakan penjamin sebuah kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang. (Wibisono, 2006)

Misi merupakan pernyataan tentang ;angkah-langkah yang harus dilakukan dalam mewujudkan visi tersebut. Misi juga merupakan petunjuk atau arah yang akan membatasi proses untuk mencapai tujuan (Ismail, 2010)

Untuk itu visi dan misi dari Chaga's Bakery and Tea House adalah sebagai berikut :

1. Visi :

Menjadikan Chaga's Bakery and Tea House sebagai toko usaha yang terkenal di Makassar pada tahun 2024 dan selalu menghasilkan produk-produk yang berkualitas

2. Misi :

- Mengutamakan kualitas dan terus berinovasi agar hasil produk maksimal.
- Membuat strategi pemasaran dengan promosi di berbagai macam platform
- Mengoptimalkan keamanan dan kebersihan
- Secara terus menerus membuka jaringan kerja/ partner yang ingin bekerja sama

D. SWOT Analysis

Analysis SWOT dibagi menjadi 4 bagian yaitu *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (ancaman).

1. *Strength* :

Kekuatan dari usaha ini terdapat dalam produk yang akan ditawarkan, bentuk pelayanannya, desain dari toko ini dan juga paling utama adalah lokasi yang sangat strategis.

Produk yang ditawarkan tentunya memakai bahan-bahan yang berkualitas dan menu yang dihadirkan bisa menjadi pembeda diantara bakery shop lainnya. Tidak lupa juga ada teh lokal yang membuat toko ini menarik.

Dari segi pelayanan penulis ingin mengoptimalkan SDM yang berkompeten agar pelanggan/konsumen nyaman untuk berkunjung ke toko ini. Untuk desain sendiri juga merupakan salah satu kekuatan dari bisnis ini, karena desain yang simple nyaman dan elegan yang bisa membuat kosumen nyaman.

2. *Weakness*

Berdasarkan produk menggunakan bahan dengan kualitas yang tinggi, memberikan dampak pada harga suatu produk yang akan dijual nanti. Hal ini akan menjadi pertimbangan konsumen. Karena nantinya konsumen

akan memiliki ekspektasi yang tinggi mulai dari pelayanan, rasa dari produk tersebut dan suasana dari usaha ini.

Dari segi pemasaran, karena usaha ini baru, publikasi kepada konsumen belum kuat, sehingga belum banyak yang mengetahuinya. Maka dari itu factor ini menjadi factor kelemahan bisnis usaha ini.

3. *Opportunities*

Pertumbuhan daerah yang tinggi menjadi peluang untuk target pertumbuhan pasarnya sendiri. Mulai dari masyarakat lokal, wisatawan, pekerja kantoran dsb. Di daerah sekitar juga belum ada yang membuka tea shop/ usaha yang sejenis.

Dengan mendapatkan kepercayaan kualitas baik dari segi rasa dan pelayanan maka penulis berharap nantinya akan mendapatkan peluang mendapatkan “*customer loyalty*” sehingga semakin banyak pelanggan yang akan datang. Hal ini menjadi factor sebagai peluang bisnis usaha ini.

4. *Threats*

Dalam menjalankan suatu bisnis terdapat berbagai ancaman. Tantangan yang menjadi ancaman bagi usaha ini adalah persaingan usaha yang sudah terkenal yang berada di daerah merupakan tantangan. Ancaman yang akan dihadapi, dari segi proyeksi keuangan juga penulis harus memastikan waktu pengembalian modal yang tidak terlalu lama. Dua factor ini menjadi tantangan ancaman yang akan dihadapi.

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Sesuai dengan produk *bakery* dan teh lokal yang akan dijual dalam usaha ini, akan ada beberapa menu mulai dari produk *bakery* yaitu *croissant*, *danish*, *kanelbullar (Cinnamon Buns)*, *cookies*, *cakes*, *apple pie*, dan *peyeum tart*. Untuk produk teh yaitu, *white tea*, *oolong*, *black tea*, *butterfly pea* dan *red dragon*. Maka spesifikasi dari produk-produk tersebut adalah :

1. Produk Bakery :

1.1 *Croissant* :

Merupakan produk bakery yang terbuat dari tepung terigu, telur, ragi dan mentega. Bentuknya yang seperti bulan sabit dan berlapis-lapis karena butter yang digilas dengan adonan tepung yang membuatnya membentuk lapisan seperti sarang lebah ketika dibelah. Variant rasa yang akan hadir dalam usaha ini adalah *plain*, *cheese*, *chocolate*, serta *croissant sandwich* dengan pilihan isian *smoked beef* dan tuna.

1.2 *Danish*

Danish adalah salah satu jenis kulit pastry yang hampir sama dengan *croissant* namun perbedaan dalam bentuk dan jumlah gula dan telur yang lebih banyak sehingga rasa cenderung manis dan memiliki tekstur lebih empuk jika dibandingkan dengan *croissant*. Variant rasa yang akan hadir dalam usaha ini ada2 yakni Danish Fruit dan Danish Raisin.

1.3 *Kanelbullar (Cinnamon Bun)*

Kanelbullar (Cinnamon Bun) adalah roti cinnamon yang diroll kemudian dibentuk bulat. Memiliki rasa yang *light* yang sangat cocok dipadukan dengan teh. Cinnamon bun dalam usaha ini berukuran kurang lebih 60 gr per-biji.

1.4 *Cookies* :

Cookies adalah kue kering yang mempunyai rasa dan bertekstur renyah.. Biasanya dalam proses pembuatan *cookies* ditambahkan lemak atau minyak yang berfungsi untuk melembutkan atau membuat renyah. Dalam usaha ini, ada 2 jenis *cookies* yaitu *havermout cookies* bahan utamanya *oat, cocoa powder, butter* dan satu lagi adalah *chocochips cookies* bahan utamanya *chcocochips, butter, telur* dan tepung terigu. Kemasan dari *cookies* nantinya akan dikemas per biji agar tampilan lebih menarik.

1.5 *Apple Pie*

Apple Pie menggunakan adonan pastry dengan isian apel. Untuk kulit pie penulis menggunakan adonan *puff pastry* lalu diisi apel dengan campuran *butter, cinnamon, brown sugar* dan akan dibentuk segitiga.

1.6 *Peyeum Cheese Tart*

Peyeum Cheese Tart merupakan resep modifikasi dari kue *Portuguese egg tart*. Penulis menambahkan tape ubi dan *cream cheese*

untuk memperkaya rasa. Untuk kulit peyeum cheese tart menggunakan puff pastry. Dicetak dalam Loyang muffin lalu dipanggang.

1.7 Cakes

Menurut U.S.Wheat Associates (1983) “Cake berasal dari adonan liquid dari bahan utama mentega, margarine, telur, gula pasir, tepung terigu medium wheat white, susu, tbn, cream of tar tar, dan bahan pelengkap seperti: *cheese, chocolate*, buah, rempah, ekstra buah, dan bahan pewarna tumbuhan seperti: chlorophyl, safron, blue, carmine, anato, buttercream, pasta almond”. Kue yang akan hadir dalam usaha bisnis ini adalah bolu rempah (*onbijtkoek*), *carrot cake*, dan *marble cake*. Ketiga kue ini menurut penulis sangat cocok sebagai makanan pendamping teh.

2. Teh

Teh yang ada di *chaga's bakery dan tea house* ini adalah produk orisinil dari salah satu *brand* teh di Indonesia yaitu “*House of Tea*”. Teh yang disediakan merupakan teh premium yang terdiri dari beberapa jenis yaitu white tea, oolong, black tea, butterfly pea dan red dragon. Semua jenis teh yang ada memiliki manfaatnya masing-masing. Maka dari itu usaha bisnis ini akan mengedukasi pelanggan dengan memberikan informasi berupa deskripsi dari jenis-jenis teh tadi dan juga manfaat yang didapatkan dalam meminum teh tersebut.