

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR
PERENCANAAN CICAGO 205 DI KOTA BANDUNG

NAMA : Billy Wibisana Gunawan
NIM : 201822988
JURUSAN : Perhotelan
PROGRAM STUDI : Manajemen Tata Hidang

Pembimbing I,



Dhonny Yusuf Amier, S.Sos., MM.Par.
NIP. 19610226.199603.1.001

Pembimbing II,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.
NIP. 19710316.199603.2.001

Bandung, April 2022

Mengetahui,
Kabag. Admisnistrasi Akademik dan
Kemahasiswaan,

Menyetujui
Direktur Politeknik Pariwisata
NHI Bandung,

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Billy Wibisana Gunawan

Tempat/Tanggal Lahir : Bandung / 04 Mei 1996

NIM : 201822988

Program Studi : Manajemen Tata Hidangan

Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:

“PERENCANAAN BISNIS CIAGO 205 DI KOTA BANDUNG”

ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.

2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi

akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.

4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 21 Oktober 2021

Yang membuat pernyataan,



Billy Wibisana Gunawan
NIM 201822988

KATA PENGANTAR

Puji serta Syukur yang tak terhingga penulis panjatkan kepada hadirat Allah SWT atas ijin, karunia serta rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang mana merupakan salah satu syarat kelulusan dalam menempuh studi pada Jurusan Hospitaliti, Program Studi Diploma III Manajemen Tata Hidangan di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung dengan judul, **“PERENCANAAN BISNIS CAFE CINCAGO 205 DI KOTA BANDUNG “**.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada beberapa pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan tugas akhir ini, yaitu :

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku PLT Ketua di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
2. Bapak Edison, S.Sos., MM. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
3. Bapak Dhonny Yusuf Amier. S.sos. MM.Par. selaku pembimbing I penulis yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis serta memberikan motivasi dan masukan kepada penulis.
4. Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE . selaku pembimbing II yang mana telah meluangkan waktu untuk membimbing serta mengkoreksi dan memberikan ide dalam penyelesaian tugas akhir ini.
5. Seluruh dosen serta jajaran staff dan pengajar Program Studi Manajemen Tata Hidangan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
6. Kepada orang tua penulis yang selalu memberikan bantuan moral dan doa yang tak terhingga agar penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Seluruh teman – teman dan kerabat dekat penulis khususnya para sahabat Program Studi Tata Hidangan yang selalu mendukung serta memotivasi penulis sampai tugas akhir ini selesai.
8. Kepada seluruh pihak yang tidak bisa penulis ucapkan satu persatu terimakasih atas bantuan dan dukungan dalam pembuatan tugas akhir ini.

Dengan seluruh kerendahan hati serta kesadaran penulis bahwa masih terdapat beberapa hal yang mungkin kurang berkenan dikarenakan pengetahuan dan pengalaman penulis yang masih terbatas, sehingga memungkinkan adanya kekurangan ataupun ketidaksempurnaan dalam penulisan tugas akhir ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik serta saran yang dapat membangun supaya menciptakan hasil yang lebih baik. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan juga bagi seluruh pembaca.

Bandung, April 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN

KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI	7
DAFTAR GAMBAR	10
DAFTAR TABEL	11
BAB I PENDAHULUAN	12
A. Latar Belakang Masalah	12
B. Gambaran Umum Bisnis	13
C. Visi dan Misi	15
D. SWOT Analysis	17
E. Spesifikasi Produk/Jasa	18
F. Jenis atau Badan Usaha	19
G. Aspek Legalitas	19
BAB II DESKRIPSI PRODUK DAN JASA	22
A. Nama dan Jenis Produk	22
B. Analisa Keunggulan Produk/ Jasa	23
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi	24
D. Mekanisme Quality Check	31
BAB III RENCANA PEMASARAN	33
A. Riset Pasar	33
B. Segmenting, Targeting, Positioning	36
C. Analisa Produk - Market Fit	40
D. Analisa Competitor	44
E. Program Pemasaran	45
F. Media Pemasaran	48
G. Proyeksi Penjualan	49
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL	51
A. Identitas owners/founders	51
B. Struktur Organisasi	51
C. Job Analysis dan Job Description	53
D. Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja	55
E. Service Scape (Layout)	57
F. Action Plan & Report	59
BAB V ASPEK KEUANGAN	62
A. Metode Pencatatan Akuntansi	62
B. Capital Expenditure (Identifikasi Initial Investment)	65
C. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	65
D. Identifikasi Cash Inflow & Outflow	68

DAFTAR GAMBAR

HALAMAN

<u>Gambar 1.1</u>	<u>16</u>
<u>Gambar 1.2</u>	<u>19</u>
<u>Gambar 3.1</u>	<u>39</u>
<u>Gambar 3.2</u>	<u>40</u>
<u>Gambar 3.3</u>	<u>40</u>
<u>Gambar 4.1</u>	<u>62</u>
<u>Gambar 4.2</u>	<u>63</u>
<u>Gambar 4.3</u>	<u>63</u>
<u>Gambar 4.4</u>	<u>63</u>
<u>Gambar 4.5</u>	<u>64</u>
<u>Gambar 4.6</u>	<u>64</u>

DAFTAR TABEL

HALAMAN

<u>Tabel 1.1</u>	<u>17</u>
<u>Tabel 1.2</u>	<u>19</u>
<u>Tabel 2.1</u>	<u>25</u>
<u>Tabel 2.2</u>	<u>28</u>
<u>Tabel 2.3</u>	<u>33</u>
<u>Tabel 2.4</u>	<u>35</u>
<u>Tabel 3.1</u>	<u>40</u>
<u>Tabel 3.2</u>	<u>44</u>
<u>Tabel 3.3</u>	<u>48</u>
<u>Tabel 3.4</u>	<u>48</u>
<u>Tabel 3.5</u>	<u>49</u>
<u>Table 3.6</u>	<u>52</u>
<u>Tabel 4.1</u>	<u>55</u>
<u>Tabel 4.2</u>	<u>56</u>
<u>Tabel 4.3</u>	<u>57</u>
<u>Tabel 4. 4</u>	<u>59</u>
<u>Tabel 4. 5</u>	<u>63</u>
<u>Tabel 5.1</u>	<u>66</u>
<u>Tabel 5.2</u>	<u>67</u>
<u>Tabel 5.3</u>	<u>68</u>
<u>Tabel 5.4</u>	<u>69</u>
<u>Tabel 5.5</u>	<u>70</u>
<u>Tabel 5.6</u>	<u>70</u>
<u>Tabel 5.7</u>	<u>71</u>
<u>Tabel 5.8</u>	<u>72</u>

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan usaha di era digital ini membuat perubahan yang sangat signifikan, dimana mulai bermunculan individu atau organisasi membuka sebuah usaha baik dari skala kecil sampai besar. Dapat dikatakan membuka usaha menjadi tren yang mulai diminati oleh banyak kalangan khususnya pada bidang kuliner yang saat ini dapat dengan mudah kita temui dimanapun dan beraneka ragam produk serta konsepnya.

Ketika mengembangkan usaha kuliner para pemilik usaha ini dituntut untuk selalu melakukan inovasi pada produknya, hal ini disebabkan oleh permintaan dari para konsumen yang terus berubah-ubah dan cenderung cepat bosan terhadap sesuatu. Karena itu hal ini memaksa para pelaku usaha, agar selalu menciptakan sebuah produk baru secara terus - menerus agar tetap bisa bersaing. Menurut Steinfeld (1979) dalam *business is an institution which produces goods and services demanded by people* "Bisnis merupakan suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Ketika kebutuhan konsumen meningkat , maka para pembisnis diluar sana ikut meningkatkan perkembangan dari produknya Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pengusaha bisnis yang sejenis saling besaing dengan mencampurkan konsep-konsep dari yang sudah ada maupun belum ada dari internal maupun eksternal.

Maraknya bisnis makanan dan minuman ini dikarenakan kebutuhan konsumtif dari masyarakat yang tidak akan hilang, bahkan semakin berkembang. Dalam Widjono, dkk (2014) dikatakan pertumbuhan sektor khususnya food and beverage meningkat, dan banyak melakukan inovasi pada bisnis mereka dengan menggunakan strategi yang bervariasi dan memiliki keunggulan masing-masing untuk saling bersaing dengan kompetitornya. Salah satu usaha kuliner yang sangat diminati saat ini adalah cafe. Cafe sudah mempunyai pasarnya tersendiri dengan berbagai macam produk yang ditawarkan serta konsep dari setiap cafe yang menjadi ciri khas nya masing – masing.

Selain konsep serta produk, pelayanan yang diberikan pun menjadi ciri tersendiri sesuai target konsumen yang datang. Menurut Mahmoodin (2010) "Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal - hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan". Hal ini menjadi tuntutan para pelaku usaha untuk dapat memilih sumber daya manusia yang memiliki kompetensi sesuai dengan kebutuhan saat ini, dan masyarakat Indonesia kini sudah memiliki pengetahuan yang cukup luas mengenai pelayanan yang berpengaruh kepada konsumen, dan dari itu suatu usaha yang didirikan dapat dikatakan baik ketika terpenuhinya kebutuhan konsumen oleh usaha tersebut.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Usaha yang akan didirikan oleh penulis yaitu usaha *café*, penulis ingin membuat suatu perencanaan bisnis cafe dengan memilih konsep tradisional *fusion*. Dimana bukan hanya memilih konsep tradisional sebagai desain saja, namun sekaligus memberikan tempat dimana para pecinta kuliner jaman dahulu untuk bernostalgia dalam menikmati makanan dan minuman.

Café menurut para ahli dikatakan sebagai tempat untuk menikmati makan dan minum dengan santai (*informal*) seperti menurut Indrayana (2006:32), resto atau restoran dikelompokkan menjadi beberapa jenis menurut kegiatan dan makanan atau minuman yang disajikan, yang salah satunya *Café* yaitu tempat untuk makan dan minum sajian cepat saji dan menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi. Dan menurut Marsum (2005), kafe adalah tempat untuk makan dan minum sajian cepat saji dan menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi, selain itu juga merupakan suatu tipe dari restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk didalam dan diluar restoran.

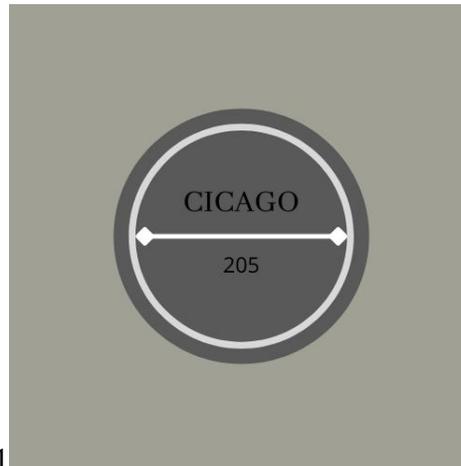
Dan jenis hidangan yang akan ditawarkan berupa *fusion cuisine* yaitu gambaran dari makanan yang dibuat berdasar beberapa elemen atau cara memasak dengan tradisi yang berbeda dari sebelumnya. Peminat untuk jenis produk konsumsi *fusion* sudah cukup banyak karena tengah menjadi tren di kalangan bisnis kuliner saat ini, dengan menawarkan bentuk baru dari pengolahan makanan dan minuman yang sudah biasa menjadi luar biasa dari mulai bentuk fisik sampai rasa yang menjadi sensasi tersendiri di lidah pengecapnya. Pada prinsipnya pengolahan dan penyajian *fusion cuisine* difokuskan kepada penataan penyajian yang cantik dan enak dilihat serta jarang ditemukan. Pada hal ini *fusion* penggabungan dari beberapa menu yang memiliki ciri khas berbeda dan menciptakan sesuatu yang baru setelahnya, seperti menurut Sarioglan, M. (2014: 64), "*Fusion Food* adalah mencampurkan dan mengkombinasikan berbagai teknik dan racikan bahan dari berbagai negara untuk dicampur dan digabungkan di atas suatu piring dengan sengaja" dan menurut Lasmanawati, E. & Nuraini, A.S (2018:4) prinsip-prinsip *Fusion Food* dapat disimpulkan :

- a. paduan antara gaya , rasa, dan budaya yang bermuda dari makanan sebelumnya
- b. Paduan tradisi dari makanan dengan budaya tertentu, termasuk dari bahan baku khas yang dimodifikasi menjadi sesuatu yang baru
- c. Mengganti campuran bahan baku yang dipakai, namun tetap menggunakan metode yang banyaknya mirip dengan hidangan sebelumnya

Untuk cafe ini dinamakan CICAGO 205 yang akan dikembangkan dan diolah oleh penulis sendiri. CICAGO 205 menargetkan pasar untuk kalangan usia 20 tahun sampai dengan 35 tahun, tempat kami sangat cocok untuk dijadikan untuk para orang tua dan juga anak muda, serta untuk masyarakat sekitar yang ingin merasakan kuliner khas daerah yang telah dikelola lebih lagi dengan bentuk *fusion* tanpa menghilangkan ciri khas dari makanan dan minuman tersebut. Jam operasional CICAGO 205 ini akan dibuka pukul 06.00 – 22.00 WIB. Dan juga untuk segi pelayanan, kami memiliki 3 jenis segi pelayanan yaitu, *Dine-in, take away & Online*.

2. Deskripsi Logo & Nama

Gambar 1.1
Desain Logo CICAGO 205



Sumber: Penulis, 2021

Gambar diatas merupakan logo dari CICAGO 205, nama tersebut merupakan sebuah singkatan dari “Cikutra Caket Gor “ yang dimana dari singkatan tersebut merupakan sebuah inisial dari lokasi CICAGO 205, sedangkan untuk 205 sendiri adalah nomor rumah yang akan digunakan penulis dalam membuka usaha ini. Penulis berusaha menyajikan sebuah keunikan, dimana dari nama yang dipakai akan membuat pengunjung akan selalu ingat dimana tempat yang penulis dirikan. Seperti menurut teori Katz dalam Wheeler (2009) “Logo harus mempresentasikan mencerminkan visi misi perusahaan dan segmentasi sesuai dengan target yang dituju”, hal ini dikarenakan logo merupakan identitas dari perusahaan maka dibuat menarik dan sederhana agar dapat melekat di benak pelanggan.

a. **Gambaran Umum Usaha Sejenis atau Pesaing**

Ketika membuka sebuah bisnis pasti akan memiliki pesaing dari segala segi pendukung bisnis tersebut, dari mulai rasa, konsep, presentasi produk, dll. Bahkan pesaing bisa muncul dari usaha lain jenis karena beberapa faktor seperti lokasi, cita rasa, harga dll. Hal ini yang harus diperhatikan oleh pemilik suatu usaha agar dapat bersaing dari masa ke masa. Menurut Philip Kotler (2008 : 269) mengenai macam – macam persaingan di tingkat substitusi produk yaitu :

1. Persaingan merek merupakan persaingan dalam menawarkan produk & jasa yang sama atau sejenis dengan perusahaan lain kepada pelanggan yang sama dengan kisaran harga yang sama pula.
2. Persaingan industri merupakan persaingan yang menganggap bahwa perusahaan lain memiliki produk yang sama.

3. Persaingan bentuk yaitu persaingan antara perusahaan yang menghasilkan produk dengan memberikan manfaat yang sama.
4. Persaingan umum meliputi semua perusahaan bersaing untuk konsumsi rupiah yang sama.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Philip Kotler, penulis menemukan pesaing usaha sejenis yang ada Kota Bandung dan sekitarnya dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data usaha sejenis di Kota Bandung dan sekitarnya

No	Café	Alamat
1.	Gg. Nikmat	Jl. Cihapit No.6, Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40113
2.	Fu king Kopi Tiam	Jl. Gudang Selatan No. 22B

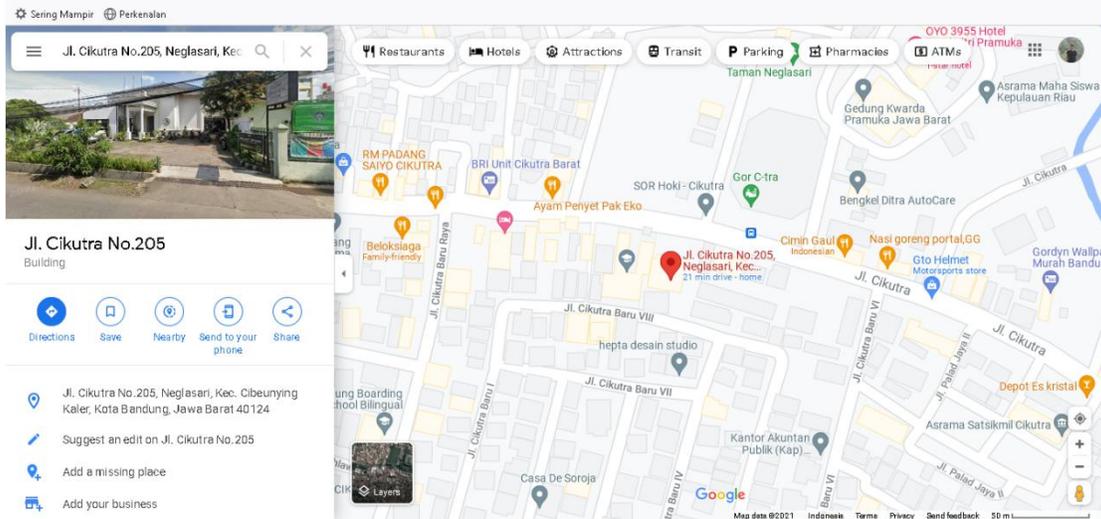
sumber: olahan penulis, 2021

Untuk gg. Nikmat sendiri adalah sebuah cafe yang menawarkan makanan yang berbahan dasar dari bahan bahan tradisional, namun diolah menjadi makanan yang modern dengan cita rasa khas nusantara, memiliki konsep yang unik karena berada di gang. Cafe ini sangatlah menjadi incaran bagi para wisatawan untuk datang ketempat ini. Namun untuk kenyamanan pengunjung sangatlah kurang baik, karena *furniture* yang digunakan tidaklah ergonomis untuk makan dan minum. Dan untuk Fu king Kopitiam memiliki konsep yang berbeda dengan cafe lainnya, karena mereka hanya menjual minuman kopi tradisional dan juga mereka memiliki beberapa menu makanan, namun makanan yang sangat umum dijumpai di jalanan. Yang membedakan cafe penulis dengan pesaing tersebut adalah, cafe yang didirikan penulis akan mengangkat konsep makanan dan minuman daerah yang sudah jarang ditemukan di kota-kota besar.

b. Identitas Bisnis

Menjalankan usaha atau bisnis terdapat banyak faktor yang harus diperhatikan oleh pengusaha demi keberhasilan usahanya. Lokasi perusahaan merupakan kunci bagi efisiensi dan efektivitas keberlangsungan perusahaan jangka panjang” (Haming & Nurnajamuddin, 2007 : 47)

Gambar 1.2
Lokasi Perencanaan Bisnis CICAGO 205



sumber: Google Maps, 2021

Berdasarkan beberapa pertimbangan, Penulis memilih tempat ini sebagai lokasi untuk perencanaan bisnis CICALAGO 205. Hal ini didasari oleh beberapa hal, yaitu : dekat dengan universitas dan sekolah, memiliki akses yang mudah dijangkau, fasilitas yang cukup lengkap, dekat dengan pusat keramaian dan harga sewa yang murah. Dari beberapa hal diatas penulis melihat peluang yang sangat besar dari tempat ini, sehingga penulis menentukan lokasi ini sebagai lokasi yang tepat.

C. Visi dan Misi

1. Visi CICALAGO 205

Visi dari CICALAGO 205 adalah, menjadikan CICALAGO 205 sebagai *brand* makanan tradisional fusion yang digemari dan dicari oleh masyarakat.

2. Misi CICALAGO 205

Misi dari CICALAGO 205 adalah, menyediakan produk yang berkualitas dengan pelayanan yang baik sehingga CICALAGO 205 memberikan pengalaman yang berkesan untuk para pengunjung. Ditambah dengan menu menu khas nusantara, yang sudah jarang ditemui di kota-kota besar serta konsep tempat yang nyaman membuat para pengunjung memiliki kesan yang baik

D. SWOT Analysis

Ketika ingin membuat suatu perencanaan bisnis harus dibantu dengan konsep baru atau ide – ide yang inovatif dengan menganalisa 4 faktor yaitu *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (ancaman) dari usaha yang akan dibuat.

Berikut adalah analisis SWOT dari perencanaan bisnis *café* yang akan dibuat yaitu :

Tabel 1.2
Tabel SWOT

	S -Lokasi strategis -Lahan parkir luas -Memiliki menu dan tempat yang unik	W -Kurang populernya produk dikalangan remaja
O -Minim pesaing	Strategi S/O Memanfaatkan social media dan komunitas untuk membentuk loyalitas pelanggan dengan membuat kerjasama dengan komunitas	Strategi O/W Gencar memberi konten edukasi melalui social media dan menggunakan paid promote
T -Pedagang kaki lima	Strategi S/T Menyediakan fasilitas yang bersih dan nyaman	Strategi W/T Memberikan service yang lebih baik

sumber : penulis 2022

1. *Strength*

sebuah kekuatan tentu harus dibentuk pada kekuatan internal terlebih dahulu dari produk yang ditawarkan, kualitas pelayanan yang diberikan, fasilitas yang disediakan, desain interior, serta lokasi yang dipilih. Dari kualitas sendiri para pembisnis harus tepat dalam menentukan bahan baku yang dipakai sehingga menghasilkan produk yang berkualitas dimata konsumen. Selain fokus dari sisi makanan dan minuman yang ditawarkan, dari segi pelayanan pun akan memberikan pelayanan yang terbaik dengan adanya sumber daya manusia berkompeten.

Desain interior *café* ini pun menjadi salah satu kekuatan, karena dengan memilih konsep dari *Chinese culture* dan Indonesia, penulis akan memperkenalkan mengenai beberapa sejarah dari makanan dan minuman yang kami jual. Melalui hiasan yang akan dipajang serta musik yang didengarkan oleh konsumen akan menambah kekentalan konsep yang dipilih. Setelah itu ditambah dengan fasilitas permainan jaman dahulu yang sudah jarang ditemukan, diharapkan dapat memuaskan para penikmat kuliner karena adanya fasilitas tersebut.

Untuk kekuatan lokasi yang dipilih *café* ini bertempat di Jl. Cikutra no 205, Bandung dimana daerah ini dikelilingi dengan 4 universitas swasta yang cukup terkenal, beberapa sekolah & fasilitas olahraga dengan jarak sekitar \pm 2-4 km. Selain itu lokasi ini tepat di jalan utama yang memudahkan para pengunjung mencari lokasi *café*.

2. *Weakness*

Dari produk yang kami tawarkan, tidaklah banyak generasi muda yang mengetahui mengenai makanan dan minuman tradisional dari daerah yang mungkin jarang mereka

temui dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini membuat kami harus lebih ekstra dalam memperkenalkan produk tersebut terhadap kalangan muda.

3. *Opportunity*

Masih kurangnya pesaing untuk makanan dan minuman tradisional, menjadi peluang besar bagi penulis untuk membentuk komunitas pasar yang solid dan maka dari itu *branding* dari usaha penulis akan lebih melekat dalam benak masyarakat jika menginginkan makanan atau minuman tradisional khas daerah.

4. *Threat*

Dalam suatu bisnis usaha akan didapati ancaman bagi bisnisnya sendiri, dari ancaman kecil hingga ancaman yang besar. Tantangan yang menjadi ancaman bagi usaha ini adalah ketatnya persaingan bisnis di Kota Bandung khususnya dibidang makanan dan minuman. Dalam kasus ini, ancaman terbesar dalam usaha penulis adalah banyaknya pedagang kaki lima di sekitar lokasi *café* memberikan pilihan bagi pelanggan untuk makan diluar *café*.

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Produk yang ditawarkan oleh CICALAGO 205 terdiri dari makanan dan minuman. Produk makanan yang ditawarkan terbagi menjadi 3 yaitu makanan ringan, makanan berat dan makanan penutup, produk yang makanan sendiri adalah *a'la carte menu*. Sedangkan untuk produk minuman, yang kami tawarkan berupa *non alcoholic beverage* seperti minuman tradisional, kopi, teh, dan artisan tea. Produk makanan dan minuman dari CICALAGO 205 adalah makanan dan minuman tradisional khas dari beberapa daerah di Indonesia, hal ini sesuai dengan konsep yang diangkat oleh penulis yaitu *Tradisional Fusion*.

Untuk *fusion* ini sendiri menggunakan konsep *Regional Fusion* yaitu menggabungkan masakan dari negara berbeda namun masih dalam satu benua, seperti masakan Korea dengan masakan Jepang. Dan disini penulis menggabungkan menu makanan tradisional Indonesia dengan *chinese food* seperti menurut Sarioglan, M. (2014: 64), "*Fusion Food* adalah mencampurkan dan mengkombinasikan berbagai teknik dan racikan bahan dari berbagai negara untuk dicampur dan digabungkan di atas suatu piring dengan sengaja" namun disini *fusion* yang dimaksud adalah menu makanan yang bercampur dari beberapa khas yaitu Indonesia dan China, lalu tampilan sajian yang sederhana yang di hias dengan *style modern*, lalu design interior dibuat seperti penampakan tempat makan tradisional seperti toko makanan jaman dahulu karena mengingat tujuan dibangunnya bisnis ini diperuntukan sebagai tempat bernostalgia atas makanan dan nuansa tradisional.

F. Jenis atau Badan Usaha

Pengertian Kafe (*Cafe*) melekat sebagai tempat bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan. Seiring perkembangan, kafe bukan hanya menyediakan kopi, tetapi juga minuman lain serta makanan. Adapun permintaan konsumen mendekati kearah tempat yang memiliki sesuatu yang dapat mereka tampilkan atau banggakan ketika datang ke tempat tersebut, maka dari itu keinginan yang dari konsumen pun mulai

bertambah ke arah sosial. Dan dalam menjalankan usaha, sangatlah erat kaitannya dengan struktur organisasi, hal ini diperlukan untuk membantu menjalankan bisnis yang sedang dikelola. Dalam suatu organisasi, terdapat beberapa individu dengan tugas yang berbeda-beda antara satu dan yang lain.

G. Aspek Legalitas

Saat membuat suatu bisnis usaha, para pemilik usaha harus memilih jenis badan usaha yang akan dipilih untuk bisnis usahanya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, badan usaha adalah sekumpulan orang dan modal yang mempunyai aktivitas yang bergerak di bidang perdagangan atau dunia usaha / perusahaan.

Terdapat berbagai jenis badan usaha, diantaranya Perusahaan Perseorangan, Firma, CV (Persekutuan Komanditer), PT (Perseroan Terbatas), Persero, Perusahaan Daerah, Perusahaan Negara Umum, Perusahaan Negara Jawatan, Koperasi, dan Yayasan. Disetiap jenis badan usaha pasti memiliki kelebihan dan kekurangannya masing – masing, disesuaikan dengan kebutuhan dan karakter dari usaha yang akan dibuat.

Sehubungan dengan jenis usaha yang akan dibuat merupakan usaha swasta, maka dari itu berdasarkan Pasal 33 UUD 1945 mengenai pengertian badan usaha milik swasta yaitu, “ bidang – bidang usaha yang diberikan kepada pihak swasta adalah mengelola sumber daya ekonomi yang bersifat tidak vital dan strategis atau yang tidak menguasai hajat hidup orang banyak.” Berdasarkan pasal diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu badan usaha yang bersifat swasta, dan tidak menguasai hajat hidup orang banyak yang berorientasi pada keuntungan.

Bisnis CICALAGO 205 akan dibangun di Kota Bandung dengan jenis usaha cafe yang jenis badan usahanya adalah CV (*Comanditaire Venootschap*). Dipilihnya bentuk usaha CV ini karena prosedur yang harus dipenuhi tidak sulit, persyaratan yang harus dilengkapi pun mudah untuk dijalani. Hal ini dikarenakan CV sangat fleksibel dalam manajemen sehingga lebih mudah dibandingkan dengan jenis badan usaha yang lain menurut penulis.

Disebutkan oleh Sukmadi (2017 : 9) mengenai CV yaitu “ Suatu perseroan yang didirikan di satu pihak oleh seorang atau lebih yang secara tanggung menanggung bertanggung jawab seluruhnya dan di lain pihak seorang atau lebih pemilik modal hanya bertanggung jawab sebanyak modal yang di masukan ke dalam perseroan.” Dari teori yang telah dikemukakan diartikan bahwa untuk mendirikan suatu CV minimum harus ada 2 orang atau lebih yang terlibat. Dimana nantinya terbagi menjadi 2 sekutu yaitu, komplementer (sekutu aktif) dan komanditer (sekutu pasif). Sekutu komplementer yaitu sekutu yang menjalankan suatu perusahaan, memiliki hak untuk melakukan perjanjian dengan pihak ketiga dan juga menjalankan kebijakan perusahaan. Sedangkan, sekutu komanditer hanya menanamkan modal dalam persekutuan serta tidak ikut serta dalam pengelolaan perusahaan. Persyaratan mendirikan suatu CV telah diatur pada pasal 16 – 35 Kitab Undang – Undang Hukum Perdata (KUHD) yaitu :

1. Membuat akta Pendirian di hadapan Notaris yang dijadikan sebagai alat bukti.
2. Adapun ikhtisar isi resmi dari Akta Pendirian Persekutuan Komanditer meliputi :
 - a. Nama lengkap, pekerjaan & tempat tinggal para pendiri
 - b. Penetapan nama Persekutuan Komanditer

- c. Keterangan mengenai Persekutuan Komanditer itu bersifat umum atau terbatas untuk menjalankan sebuah perusahaan cabang secara khusus.
 - d. Nama sekutu yang tidak berkuasa untuk menandatangani perjanjian atas nama persekutuan.
 - e. Waktu mulai dan berlakunya Persekutuan Komanditer.
 - f. Hal – hal penting lainnya yang berkaitan dengan pihak ketiga terhadap sekutu pendiri.
 - g. Tanggal pendaftaran akta pendirian ke Pengadilan Negeri.
 - h. Pembentukan kas uang dari Persekutuan Komanditer yang Khusus disediakan bagi penagih dari pihak ketiga, yang jika sudah kosong berlakulah tanggung jawab sekutu secara pribadi untuk keseluruhan.
 - i. Pengeluaran satu atau beberapa sekutu dari wewenangnya untuk bertindak atas nama persekutuan.
3. Akta Notaris yang sudah dibuat, didaftarkan ke Kepaniteraan Pengadilan Negeri yang berwenang. CV tersebut didaftarkan pada Pengadilan Negeri di tempat kedudukan atau wilayah hukum, dengan membawa kelengkapan berupa Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP) dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) atas nama CV yang bersangkutan.
4. Para pendiri CV diwajibkan untuk mengumumkan ikhtisar resmi akta pendiriannya dalam Tambahan Berita Negara Republik Indonesia.