

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

1.1 Latar Belakang

Di Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah organisasi yang menjual bisa dalam berbentuk barang maupun jasa kepada para konsumen, tujuan utama bisnis yaitu untuk mendapatkan keuntungan . Dilihat Secara historis, bisnis kata bahasa Inggris, sibuk dari kata yang berarti "sibuk" dalam konteks komunitas, komunitas atau individu. Dalam artian, aktivitas dan kesibukan pekerjaan itu mendatangkan keuntungan. Menurut Badri Munir Sukoco di bukunya yang berjudul “Manajemen Administrasi Perkantoran Modern” bisnis merupakan kegiatan atau hal yang berkaitan dengan proses produksi dan distribusi suatu barang atau jasa yang dapat diklasifikasikan ke di suatu kegiatan usaha.

Menurut Kardigantara (2006), jasa katering termasuk kedalam industri Katering Komersial, yaitu maksud dan tujuan perusahaan adalah memperoleh keuntungan melalui jasa katering yang memiliki tujuan untuk memuaskan dan memenuhi suatu kebutuhan konsumen melalui produk maupun jasa yang diberikan. Produk katering yaitu suatu produk makanan atau minuman yang menjadi tolak ukur kepuasan konsumen yang disesuaikan dengan meilhat suatu kebiasaan dan pengalaman konsumen yang menikmati produk . Awal tahun 2020, dimulainya periode pandemi dimulai dengan penyakit Covid-19. Airlangga Hartarto selaku Menteri Koordinator Bidang Perekonomian mengatakan, sektor

yang paling terkena dampak penyebaran Covid-19 adalah restoran dan pariwisata. Jumlah tersebut mencapai 70% persen dibandingkan dengan periode yang sama dari tahun sebelumnya. Selain dari sektor pariwisata, pada sektor transportasi dan ritel yang mencapai 40 persen. Oleh karena itu Pemerintah membuat kebijakan pembatasan sosial skala besar (PSBB) yang berdampak besar pada pariwisata dan restoran

Perkembangan zaman dan teknologi membuat pelaku usaha harus menyesuaikan, yaitu semua pelaku usaha harus melakukan inovasi dan konsep baru untuk menunjang usahanya. Persaingan yang dimana sekarang semakin ketat di bisnis makanan menuntut para pelaku bisnis untuk melakukan inovasi dan konsep baru yang berbeda dan memiliki keunggulan bersaing dengan kompetitornya.

Kota Bandung adalah merupakan salah satu Kota di Indonesia yang sangat terkenal akan pariwisata dan sajian kulinernya . Kota Bandung meraih peringkat ketujuh dalam urutan “Kota Terbaik di Dunia untuk Makanan Tradisional” (World's Best Cities for Traditional Foods) versi *Taste Atlas* .Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil pun mengucapkan selamat atas capaian Bandung tersebut. untuk keragaman dan kualitas kuliner Bandung yang telah masuk ke jajaran dunia dan memperoleh juara 1 se ASEAN, dari Taste Atlas Award 2020," tulis Ridwan Kamil dalam unggahan Instagramnya.

Fast food atau yang biasa kita kenal yaitu makanan cepat saji adalah makanan yang penyajian dan pembuatan makanan sangat cepat conthonya yaitu

Pizza , Hot Dog dan lain - lain . Kemudahan perolehan makanan siap saji di pasaran semakin membantu dan memudahkan orang-orang dalam memberikan variasi atau keragaman makanan mengikuti selera dan daya beli pasar . Selain itu, persiapan dan pengolahan makanan fast food lebih mudah , praktis dan cepat, cocok untuk masyarakat yang memiliki kegiatan selalu sibuk (Sulistijani, 2002).

Fast Food, yang biasa kita kenal sebagai restoran cepat saji (QSR) didalam pengertian industri, adalah jenis restoran khusus atau spesifik menyajikan masakan cepat saji yaitu makanan yang proses pembuatan dan penyajian cepat dan memiliki layanan meja minimal yaitu occupancy yang tidak terlalu besar. Restoran cepat saji yang menyajikan makanan merupakan bagian dari "diet daging manis", telah ditawarkan dari menu terbatas, dimasak dalam jumlah atau kuantiti yang besar terlebih dahulu lalu disimpan di pendingin . Agar makanan hanya perlu dipanasi dan bisa langsung diselesaikan. Setelah itu langsung dikemas sesuai pesanan, dan tersedia untuk dibawa pulang walaupun restoran menyediakan tempat untuk duduk atau *dine-in* . Restoran cepat saji biasanya merupakan bagian dari rantai restoran atau operasi waralaba yang menyediakan bahan baku dan / atau sebagian makanan dan persediaan yang disiapkan untuk setiap restoran melalui saluran pasokan yang terkontrol. Istilah "makanan cepat saji" diakui dalam kamus oleh Merriam – Webster pada tahun 1951

Keberadaan rumah makan cepat saji sudah menyebar dengan sangat cepat di kota-kota besar di Indonesia, rumah makan cepat saji menyajikan bermacam makanan bisa berupa makanan tradisional Indonesia (rumah makan Padang) maupun western food (ayam goreng kentucky, dengan manajemen dan terobosan

yang andal). Makanan cepat saji memiliki pelayanan yang praktis, desain interior restoran sengaja yang dibuat nyaman, rapi, menarik dan bersih , dan rasa tersebut membuat mereka yang memiliki aktivitas sibuk seperti sibuk bekerja akan lebih memilih untuk membeli dan mengkonsumsi makanan cepat saji jenis , dikarenakan kecepatan dan kepraktisan . Makanan cepat saji juga sudah menjadi lifestyle bagi sebagian golongan masyarakat terutama pada hari libur , banyak masyarakat biasanya lebih memilih makanan fast food di luar. (Khomsan, 2004).

Kehidupan Masyarakat Modern sekarang yang memiliki pola hidup dan jadwal yang sempit atau padat mendorong orang tersebut malas untuk menyiapkan atau membuat makanan sendiri , Masyarakat cenderung memilih menu makanan fast food yang dimana waktu penyajian dan makannnya lebih praktis dan mudah. Perolehan makanan *fast food* menjadi sebuah kebiasaan , *lifestyle* , bahkan kebutuhan sehari - hari di masyarakat yang tempo hidupnya kini semakin cepat.

Alasan - alasan inilah yang mendorong Penulis untuk membuat ide bisnis Kuliner berkonsep *Fast Food* atau *Quick Service Restaurant* ini . Penulis merasa ide bisnis ini akan berjalan dengan baik dilihat dari pola hidup dan *lifestyle* masyarakat modern sekarang yang sekarang ingin melakukan sesuatu serba cepat .

Berikut merupakan penyedia Rice Box dalam bentuk kedai restaurant di area sekitar penulis , yaitu :

Tabel 1.1.1

No.	BRAND	Lokasi dan Alamat	Produk Unggulan
1	Kandang Ayam	Jl. Purwakarta No .116 Antapani Tengah , Kota Bandung	Chicken Fries dengan pilihan saus
2	Eatlah	Jl. Pasir Kaliki No. 175 , Pasir Kaliki , Kec . Cicendo . Kota Bandung.	Chicken Salted Egg
No.	BRAND	Lokasi dan Alamat	Produk Unggulan
3	Sec Bowl	Jl . Pasir Kaliki No.139 , Pamoyanan , Kec Cicendo Kota Bandung.	Rice Bow (Salted Egg Chicken)
4	Bobowl	Jl. Ambon No. 16 , Citarum , Kec Bandung Wetan , Kota Bandung .	Kari Mentai Rice Bowl

Tabel 1.1.1 Kompetitor Serupa Sumber :Desain penulis, 2021

Bisnis Plan yang diangkat oleh Penulis , berfokus pada penjualan produk *Full Meal Rice Box* yang menggunakan bahan dasar daging ayam yang melayani kebutuhan makanan masyarakat milenial (16 tahun – 36 tahun) di Kota Bandung . Penulis menawarkan suatu product familiar , praktis dan disukai oleh kalangan masyarakat . Konsep bisnis ini kedepannya diharapkan dapat digemari dari segi rasa dan pelayanan yang ditawarkan oleh penulis.

Melalui paparan yang sudah dicantumkan , penulis ingin menyusun Tugas Akhir dalam bentuk Business Plan yang berjudul “ **PERENCANAAN USAHA BISNIS RICE BOX “ BANJURKEUN “ DI KOTA BANDUNG”** dengan harapan Tugas Akhir yang disusun dapat diimplementasikan dan dikembangkan menjadi kenyataan .

1.2 Gambaran Umum Bisnis

Bisnis adalah suatu kegiatan untuk melakukan penjualan bisa berupa barang maupun jasa kepada konsumen dengan bertujuan untuk mendapatkan laba atau keuntungan sebanyak banyaknya . Bisnis biasanya dilaksanakan dan dijalankan oleh sebuah perusahaan dalam bentuk badan usaha tertentu yang berbeda - beda , contohnya perusahaan perseorangan,perseroan dan lain lain . Bisnis merupakan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan bisa oleh individu atau organisasi yang melakukan proses pembuatan, pembelian, penjualan, atau pertukaran dalam berupa barang maupun jasa dengan tujuan utama yaitu menghasilkan keuntungan sebesar besarnya .Bisnis berasal atau kata asalnya dari bahasa Inggris, yaitu “*business*” yang artinya “kesibukan”. Kesibukan inilah yang

bertujuan untuk melakukan kegiatan atau aktivitas dalam rangka mendapatkan laba

Menurut Hopper bisnis adalah keseluruhan/ kompleksitas yang ada pada bermacam bidang dari hal penjualan atau yang biasa kita tau commerce dan, processing , industri dasar , industri manufaktur , jaringan, distribusi, perbankan, asuransi, transportasi, dan masih banyak lagi yang kemudian melayani dan memasuki secara utuh (serve dan interpenetrate) dunia bisnis secara menyeluruh. Menurut Merriam Webster bisnis adalah suatu aktivitas pembuatan, pembelian atau penjualan mau dalam bentuk barang maupun jasa yang kemudian dipertukarkan dengan uang . kerja atau aktivitas yang merupakan bagian dari pekerjaan;

Menurut Steinfeld (1979) business is an institution which produces goods and services demanded by people.” Menurut Steinfeld bisnis adalah suatu lembaga atau organisasi yang telah menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi atau kebutuhan masyarakat. Bila kebutuhan masyarakat terus meningkat meningkat, maka lembaga organisasi bisnis pun akan mengikuti dan meningkat pula perkembangannya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut, sambil memperoleh laba.

1.2.1. Deskripsi Bisnis

BANJURKEUN adalah bisnis yang menyediakan makanan *Rice Box Full Meal* dengan bahan dasar ayam dengan konsep fast food restaurant , BANJURKEUN menawarkan ayam *fillet* dan kulit ayam yang digoreng tepung

dan dihidangkan dengan nasi , salad , telur , dan varian sauce. Dengan menggunakan konsep fast serving restaurant , BANJURKEUN bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat akan makanan cepat dan praktis .

BANJURKEUN menggunakan bangunan semi permanent untuk tempat produksi . Tempat untuk produksi yang digunakan tidak terlalu luas maupun besar . Untuk tempat *dine in* , furniture kursi dan meja makan terletak di tempat terbuka atau *outdoor* sehingga biaya dan perawatan bangunan yang dikeluarkan tidak terlalu besar . Bangunan *semi permanent* memungkinkan perpindahan tempat penjualan dengan mudah mengikuti kondisi pasar yang berubah secara berkala .

Bangunan semi permanen membantu juga dalam penambahan dan pertumbuhan cabang , hal ini dikarenakan bangunan yang digunakan relatif mudah untuk digunakan dan dirawat dikarenakan bangunan yang simple tidak terlalu luas. Mudahnya penambahan cabang dikarenakan mudahnya penggunaan dan perpindahan membuat bisnis ini bisa muncul sebagai penyedia makan cepat saji yang mudah dijangkau dan ditemukan oleh konsumen setiap harinya dan dimanapun .

1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama

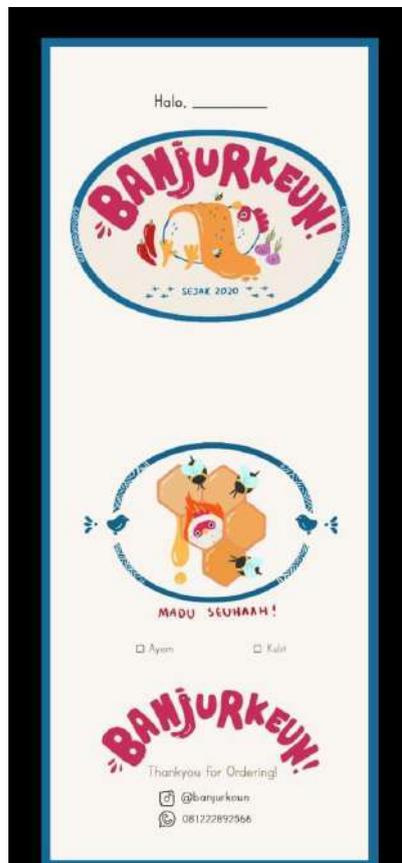
Kata logo diambil dan berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu Logos. Logis mempunyai arti yaitu suatu pikiran, akal budi, kata, akal dan ide , serta pembicaraan. Kata logo diambil dari kata *logotype* yang pada awalnya digunakan di tahun 1810- 1840, yang memiliki arti yaitu sebuah tulisan nama entitas yang

sudah dibentuk dengan khusus melalui pemanfaatan teknik lettering atau penggunaan jenis huruf tertentu yang sangat menarik. John Murphy dan Michael Rowe (2007) mengatakan bahwa fungsi utama dari suatu logo untuk membantu mengidentifikasi produk, jasa dalam suatu perusahaan.

Logo yang digunakan akan membantu memberi gambaran akan kualitas seperti yang sudah disimbolkan , melalui pendekatan budaya perusahaan, penempatan suatu posisi penting, maupun suatu aspirasi dari perusahaan itu sendiri. Maka dari itu logo bisa disebut sebagai instrumen pada perusahaan yang membantu memberi gambaran akan harga diri dimana seluruh nilai - nilainya bisa membantu mewujudkan kesan yang baik dan mampu dipercaya pada orang lain .

Suatu logo membantu masyarakat untuk mengingat dan mengenal suatu bentuk entitas tanpa terlebih dahulu membaca deskripsi maupun penjelasan secara ringkas tentang entitas tersebut. Berikut adalah konsep logo yang penulis akan gunakan dalam usaha bisnis kuliner BANJURKEUN :

BANJURKEUN GAMBAR 1.1 LOGO BISNIS



Design oleh : Alfonsus Marshall

Dengan menggunakan ilustrasi ayam yang diselimuti oleh saus dengan gaya kartunis , dapat dilihat bahwa produk utamanya ditawarkan secara menyenangkan . Logo ini memiliki 2 warna utama yaitu putih dan merah . Warna tersebut memiliki makna masing masing. Merah adalah salah satu warna yang sangat menarik perhatian. Warna ini memiliki karakteristik yang merangsang saraf, kelenjar adrenal (endokrin) dan saraf sensorik. Maka dari itu warna merah digunakan untuk pembuatan logo oleh industri makanan untuk meningkatkan rasa lapar dan menarik perhatian akan brand tersebut .

Putih identik dengan kemurnian, tidak ada campuran apapun. Maka warna putih biasanya dianggap sebagai warna yang menimbulkan kesan bersih dan suci membuat kesan proses produksi ini bersih dan terawat . Warna putih menjadi pilihan yang tepat ketika seseorang ingin membuat desain yang tidak terlalu rumit , simple dan minimalis.

Usaha bisnis ini memiliki nama brand yang mengandung tagline , Eric Swartz menyebut bahwa tagline adalah susunan kata tidak banyak , bersama dengan logo atau merek brand untuk segmen audience tertentu bertujuan untuk menarik perhatian dan minat publik.

Penulis menciptakan nama Brand “ BANJURKEUN“ yang berasal dari bahasa sunda yang artinya dibanjiri yang secara tidak langsung menjadi tagline brand ini . Nama brand ini dibuat untuk marketing , dengan harapan konsumen mudah menghafal , menyebutkan , menyebarkan nama brand atau tagline tersebut di sosial media saat hendak mengkonsumsi produk tersebut dan menjadi trend di kehidupan masyarakat .

1.2.3 Identitas Bisnis

Penulis bercita - cita , membuat dan menjadikan bisnis kuliner BANJURKEUN menjadi salah satu usaha makanan populer masa kini , dan menjadi salah satu tren pada masa milenial ini .

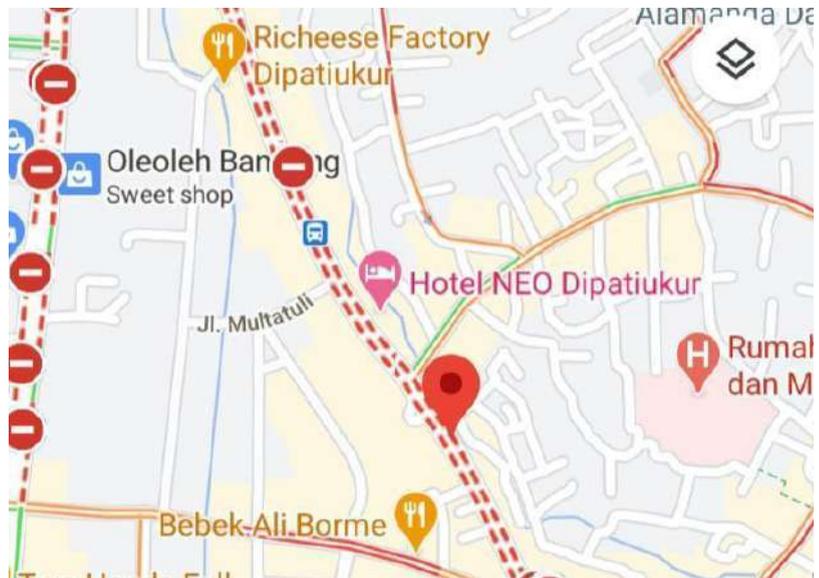
Lokasi gerai pertama yang penulis sudah targetkan yang akan dibuka oleh penulis adalah di Jalan Dipati Ukur. Alasan penulis memilih lokasi ini adalah :

1. Wilayah ini sangat strategis dan ramai , karena dekat dengan 3 kampus besar yaitu ITHB , UNPAD , UNIKOM . Tempat itu selalu ramai karena pusat perkampusan .
2. Wilayah ini sudah ramai dengan bisnis kuliner dari pagi hingga malam , dan sudah memiliki konsumen tetap .
3. Dekat dengan pusat kota dan Gedung Sate .

Gambar dan peta daerah yang akan menjadi lokasi gerai dapat dilihat sebagai berikut

GAMBAR 1.2

PETA LOKASI PERTAMA



1.3 Visi dan Misi

VISI

- o Menjadi brand fast-food ternama yang digemari dan dicari di Kota Bandung

MISI

- o Menjadi pilihan konsumen sebagai penyedia makanan cepat saji
- o Menyediakan produk berkualitas dengan memperhatikan kualitas dan rasa makanan .

- o Menyediakan produk dengan hasil yang baik dan berkualitas tetapi tetap cepat .

1.4 SWOT Analisis

Menurut Kotler dan Keller (2009:139) “kepuasan suatu pelanggan dilihat dari perasaan senang atau kekecewaan seseorang yang timbul dikarenakan perbandingan akan kinerja terhadap ekspektasi mereka. Jika suatu kinerja telah melebihi ekspektasi , pelanggan akan merasa sangat puas atau senang.”

Menurut Robinson dan Pearce (1997) analisis SWOT merupakan salah satu alat dan komponen yang penting dalam manajemen strategik. Analisis SWOT ini mencakup seluruh faktor intern perusahaan. Dimana kedepannya akan menghasilkan suatu profil perusahaan sekaligus membantu untuk memahami dan mengidentifikasi kelemahan atau kekuatan organisasi. Kelemahan dan kekuatan organisasi akan dibandingkan dengan ancaman eksternal atau luar dan peluang sebagai dasar untuk menghasilkan opsi atau alternatif strategi lain.

Rangkuti (1997) mengemukakan pengertian swot adalah suatu proses identifikasi dilihat berbagai faktor yang telah dilakukan secara sistematis agar bisa merumuskan strategi organisasi dengan tepat. Analisis dapat bisa dilakukan berdasarkan logika yang bisa mengoptimalkan kekuatan atau Strengths serta peluang atau Opportunities. Analisis ini juga harus bisa meminimalkan ancaman atau Threats dari luar dan kelemahan atau Weaknesses. Proses dalam suatu pengambilan keputusan strategis selalu berhubungan langsung dengan kebijakan perusahaan, strategi, tujuan dan pengembangan misi. Artinya, rencana strategis

harus menganalisis berbagai faktor strategis organisasi atau perusahaan mulai dari kekuatan, peluang, ancaman dan kelemahan.

Dj. Rusnawati (2017:918) mengemukakan bahwa Analisis SWOT diajabarkan menjadi :

- Strength (S)

Yaitu analisis kekuatan, situasi maupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Yang perlu dilakukan di dalam analisis ini adalah setiap perusahaan atau organisasi perlu menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan dibandingkan dengan para pesaingnya. Misalnya jika kekuatan perusahaan tersebut unggul di dalam teknologinya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat teknologi dan juga kualitas yang lebih maju.

- Weaknesses (W)

Yaitu analisis kelemahan, situasi maupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan di dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi yang menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan atau organisasi.

- Opportunity (O)

Yaitu analisis peluang, situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan. Cara ini adalah untuk mencari peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang di masa yang akan depan atau masa yang akan datang.

- Threats (T)

Yaitu analisis ancaman, cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan ataupun organisasi untuk menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan pada suatu perusahaan atau organisasi yang menyebabkan kemunduran. Jika tidak segera diatasi, ancaman tersebut akan menjadi penghalang bagi suatu usaha yang bersangkutan baik di masa sekarang maupun masa yang akan datang.

Dari kutipan diatas dapat dipahami bahwa banyak nilai yang mempengaruhi pertimbangan konsumen pada konsumen . Berikut adalah SWOT analisis yang didesain penulis .

- STRENGTH :

1. Fast – Food services
2. Packaging bagus menggunakan bahan karton dus tebal , simple , aman karena di seal oleh sticker dan mudah untuk dibawa atau *take away* .

3. Menu yang ditawarkan menawarkan beberapa menu yang familiar di masyarakat tetapi juga bisnis ini menawarkan menu baru yang unik yang berbeda dari bisnis yang lain .

4. Tempat semi permanen sehingga mudah untuk berpindah mengikuti perkembangan pasar.

● WEAKNESS :

1. Susah mencari tenaga kerja yang sesuai bekerja mengikuti *standard recipe* dan SOP usaha .

2. Bahan Utama daging ayam yang mudah terkontaminasi bakteri dan rusak .

3. Tidak bisa menerima tamu Dine – in dengan jumlah besar .

● OPPORTUNITIES :

1. Lokasi penjualan yang strategis dan ramai

2. Mayoritas konsumen milenial yang menjadi target market usaha”
BANJURKEUN“

3. Franchise dari pihak luar.

4. Banyaknya aplikasi Online memudahkan pemesanan secara online

● THREAT :

1. Perubahan tren makanan yang terjadi di target pasar .
2. Pemahaman masyarakat tentang makanan sehat dan diet maupun perubahan gaya hidup sehat

Kelebihan dari bisnis kuliner Fast – Food Services ialah produk-produknya yang flexible dalam mengikuti pergerakan pasar. Bisnis bidang kuliner merupakan salah satu bisnis yang pergerakannya cepat. Dari waktu ke waktu mudah mengalami perubahan.

Bisnis ini dibangun menggunakan bangunan semi- permanent untuk memudahkan cabang untuk berpindah mengikuti perkembangan pasar. Bangunan yang digunakan tidak besar , tidak butuh perawatan banyak dan biaya relatif murah . Jadi bila tiba – tiba ada hal yang terjadi diluar rencana dan dapat dihindari dihindari dengan mudah . Desain bangunan yang dipakai yaitu small open kitchen building dan pelanggan diberi fasilitas meja makan dan kursi outdoor .

Kekurangan modal dapat menghambat perkembangan usaha ini karena walaupun memakai semi permanent building . Ada biaya lain seperti peralatan dapur , pembuatan bangunan , mesin untuk cashier , kursi dan meja .

Hal lain yang bisa menjadi faktor penghambat perkembangan usaha yaitu tenaga kerja yang sesuai bekerja mengikuti *standard recipe* dan SOP perusahaan . Cukup sulit mendapatkan tenaga kerja yang kompeten dan baik terutama untuk orang yang tidak memiliki pendidikan yang baik .

Hal yang menjadi ancaman usaha ini yaitu pemahaman masyarakat tentang makanan sehat . Hal ini tentu saja mengancam keberlangsungan usaha penulis yang menyajikan makanan fast food , karena beberapa masyarakat yang sudah mencari makanan padat gizi dibanding cita rasa .

Untuk mengatasi masalah tersebut , ada yang beberapa hal yang harus dilakukan yaitu :

- Dalam segi makanan , mulai membuat varian product makanan yang bisa dipilih masyarakat sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen .
- Melakukan survey tempat sesuai dengan target market
- Melakukan promosi secara online , melalui food vlogger , blogger , radio , dan sosial media

1.5 Business Model Canvas

Sebagai gambaran mengenai hal yang ingin ditargetkan penulis dan apa saja yang diperlukan untuk mencapainya, berikut Business Model Canvas (BMC) yang didesain oleh penulis :

GAMBAR 1.3

BUSINESS MODEL CANVASS BANJURKEUN

<p>Key Partners</p> <p>Business</p> <ul style="list-style-type: none"> - Supplier - Grab / Gojek (Online delivery) - (OVO / Dana) Payment Merchant <p>Government</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dinas UMKM <p>Media</p> <ul style="list-style-type: none"> - Food Vlogger and Food Blogger - Radio - Media Social 	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membahas trial and error dari pasar lalu membuat ide dan menu baru • Produksi dan menetapkan kualitas makanan .m 	<p>Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penyajian makanan dengan cepat dan praktis . • Perolehan makanan relatif mudah , karena bisa diperoleh melalui gerai maupn penjualan online . • Harga affordable 	<p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> • Opsi pembayaran banyak dan mudah • Promo mingguan • Pemberian coupon dan diskon 	<p>Customer Segments</p> <p>Demographic segment</p> <ul style="list-style-type: none"> • Milenial (24 –39) <p>Behaviour Segment</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menyukai makanan yang cepat dan praktis . • Menyukai pesan lewat aplikasi daring <p>Geographic Segment</p> <ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat Kota Bandung <p>Psychographic Segment</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instab • Praktes • Pelayanan
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> • Listrik, air, gas • Bahan baku • Biaya produksi • Karyawan • Iklan • Uang keamanan • Training program untuk staff • Pemeliharaan bangunan • Transportasi 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan melalui gerai • Penjualan online melalui aplikasi daring (personal webiste , gojek , gofood) 		

Source: www.businessmodelgeneration.com

Top of Form

1.6 Spesifikasi Produk

Banjurkeun adalah usaha yang bergerak di bisnis bidang kuliner yang menyediakan produk dan jasa bagi konsumen . Produk yang memiliki bahan utama yaitu fillet ayam goreng tepung , disajikan dengan *side dishes* nasi yang ditaburi furikake , half boiled egg , coleslaw dan 4 macam varian sauce . Varian sauce tersebut adalah salted egg , honey seuhah , cheezu sauce , dan Gochujang Aioli . Produk ini memiliki banyak varian agar konsumen memiliki banyak

option dalam pemesanan menu tersebut . BANJURKEUN bekerja sama dengan supplier dalam pembelian semua bahan makanan untuk diproduksi sehingga kualitas sudah terjamin dan konsisten sesuai dengan SOP Perusahaan .

Varian sauce dibuat agar konsumen memiliki option dalam pemilihan sauce . Bila konsumen suka rasa yang pedas ada pilihan yaitu Gochujang Aioli dan Honey Seuhah . Bila konsumen memiliki toleransi pedas atau tidak bisa mengonsumsi pedas ada dua pilihan yaitu salted egg dan cheezu sauce . Keempat sauce itu memiliki warna yang sangat berbeda sehingga mudah konsumen untuk mengetahui jenis saus tersebut .

BANJURKEUN menggunakan konsep makanan cepat saji , bisnis ini dapat memberikan makanan dari proses produksi sampai ke tangan konsumen dengan cepat . Hal ini dapat dilakukan karena ayam sudah digoreng setengah matang lalu di frozen kan . Sehingga hanya perlu menggoreng dengan waktu singkat selain itu produk dapat disimpan dalam waktu lama . Saus juga sudah dibuat pagi hari dan ditaruh didalam kulkas . Coleslaw dan telur setengah matang juga sudah dibuat pagi hari dan dapat ditaruh di kulkas membuat bahan itu tahan dalam waktu yang sangat lama . Sehingga dapur tidak perlu memiliki dan menggunakan perlengkapan dan peralatan yang terlalu banyak dan lengkap .

BANJURKEUN juga memiliki nilai tambah yaitu packaging yang menarik dan di seal dengan aman dengan sticker logo dan jenis varian sauce yang dipesan sehingga konsumen lebih mudah lagi untuk mengetahui atau mengidentifikasi jenis sauce yang dipesan . Packaging ini di seal dengan rapat sehingga

memberikan kemudahan bagi konsumen untuk dibawa pulang (take away) ataupun, pengantaran atau delivery makanan lewat delivery staff . Penyajian take home dan dine in memiliki cara penyajian yang sama sehingga tidak dibutuhkan piring dan cutlery logam . Penyajian hanya menggunakan dus dan cutlery plastik sehingga tidak dibutuhkan perawatan macam - macam .

1.7 Jenis / Badan Usaha

Penulis merencanakan “BANJURKEUN” menjadi usaha perseorangan , alasannya adalah :

- Kebebasan Bergerak, yaitu pemilik badan usaha perorangan memiliki kebebasan dalam melakukan kegiatannya , semua keputusan berada di tangan sendiri.
- Pembayaran pajak yang relatif rendah, perusahaan perorangan tidak akan dipungut pajak oleh pemerintah yang terkena pajak hanyalah pemilik, yaitu pajak penghasilan sekitar 0.5% tiap bulannya .
- Keuntungan diperoleh oleh semua pemilik, perusahaan perorangan yang dimiliki oleh satu orang atau individu, maka semua keuntungan yang dihasilkan bukan tidak mungkin diperolehnya.
- Peraturan yang tidak ketat, bila dibandingkan dengan badan usaha lain seperti firma, CV maupun PT, aka nada banyak peraturan dari pemerintah. Perusahaan perorangan lebih bebas.

- Rahasia perusahaan aman, karena perusahaan perseorangan atau sendiri maka rahasia perusahaan dijamin akan aman karena pada berbagai usaha, formula rahasia perusahaan akan aman .
- Pengambilan keputusan cepat , keputusan yang diperlukan dalam akan dapat cepat karena pemilik perusahaan bisa mengambil keputusan sendiri yang dianggap terbaik .
- Biaya organisasi yang rendah bahkan tidak ada. Karena dalam perusahaan perorangan tidak menjadi banyak bagian seperti contoh PT maka biaya organisasi yang perlu dikeluarkan akan sangat rendah.

Rencana awal BANJURKEUN adalah menjadikan usaha ini perusahaan perseorangan , namun apabila kedepannya ada kemungkinan untuk perubahan jenis usaha tersebut selama itu sesuai dengan rencana dan target penulis . Hal ini tidak menjadikan halangan untuk pengubahan bentuk atau jenis usaha ini .

1.8 Aspek Legalitas

Dalam membuat suatu usaha tempat makanan penulis harus melakukan banyak hak salah satunya izin usaha kuliner. Berikut adalah izin yang perlu penulis miliki demi dalam pelaksanaan usaha ini :

- Surat Izin UMKM

Surat izin UMKM benar-benar legal. UMKM menasar para konsumen dari kalangan atau negara muslim harus mengurus label halal dari MUI , hal ini bisa

menambah nilai jual terutama umat muslim akan merasa aman menggunakan produk tersebut.

- Izin HO

Izin Hinder Ordonantie (HO). Izin ini diberikan kepada personel yang menjalankan tempat usaha/kegiatan yang berpotensi rugi

- Sertifikasi Halal

Untuk negara yang mayoritas adalah beragama muslim, seperti Indonesia. Izin ini diurus oleh pelaku usaha di kantor Majelis Ulama Indonesia.