

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

1.1 Latar Belakang

Makanan adalah sesuatu yang tidak pernah lepas dari kehidupan kita , setiap hari kita mengkonsumsi makanan sebagai sumber energi untuk kita beraktifitas ataupun melakukan hal-hal lain , jenis makanan pun berbagai macam mulai dari yang berasal dari hewan maupun tumbuhan . Adapun pada era seperti sekarang ini tidaklah susah bagi kita para konsumen untuk mendapatkan makanan , berbagai jenis dan variasi disuguhkan untuk kita, bahkan para *vendor* berlomba lomba meracik makanan agar menjadi nilai tambah di mata konsumen , salah satunya adalah *fusion food*.

Di Indonesia khususnya Jakarta tidaklah sulit menemukan makanan *fusion* , dikarenakan Jakarta merupakan ibukota dari indonesia yang notabennya akan banyak didatangi orang orang dari luar pulau , maupun luar negri , beberapa kebudayaan yang bersatu ini pun menghasilkan suatu budaya baru atau yang kita kenal dengan nama akulturasi . Akulturasi adalah suatu proses sosial yang timbul manakala suatu kelompok manusia dengan kebudayaan tertentu dihadapkan dengan unsur dari suatu kebudayaan asing. Kebudayaan asing itu lambat laun diterima dan diolah ke dalam kebudayaannya sendiri tanpa menyebabkan hilangnya unsur kebudayaan kelompok itu sendiri. Umumnya, unsur-unsur kebudayaan asing yang digabungkan dengan kebudayaan setempat dapat mudah disesuaikan dengan kondisi setempat,

sehingga mudah dipakai dan memberikan manfaat.

sama halnya terjadi pada makanan yang dimana *fusion food* ini penulis jadikan sebuah keunikan dalam membangun perhatian masyarakat kepada bisnis *fusion food* milik penulis . Menurut Endeustorial makanan fusion yang sempat tenar di Jakarta adalah burger ramen , burger sushi , pizza sushi , dodol coklat , sushi buritto , dan juga oreo goreng , disini jelas diketahui bahwa *fusion food* tidak akan menghilangkan ciri khas / identitas dari pada masing masing makanan.

Adapun juga akibat wabah *covid 19* yang menyebabkan orang-orang yang kehilangan pekerjaan khususnya kehilangan pekerjaan sebagai koki harus memutar otak untuk membuka usahanya sendiri , jadi pilihan *fusion food* adalah jalan yang tepat untuk menghadirkan sesuatu yang baru yang dapat diterima masyarakat luas . Namun banyak masalah dalam pembuatan hidangan *fusion food* ini , diantaranya adalah kecocokan rasa , *texture* , dan juga penampilan , karena tidak sedikit *fusion food* yang terkesan dipaksakan dan malah menjadi produk yang gagal yang tidak bertahan lama dalam pemasarannya oleh karena itu ada beberapa point yang harus diperhatikan dalam pembuatan *fusion food* ini menurut Maharani Dyah Susilowati , wordpress.com :

- Kombinasi satu hidangan dengan hidangan lain yang berasal dari daerah, gaya memasak, dan cita rasa yang berbeda.
- Teknik memasak harus diperhatikan karena dapat mempengaruhi bahan dan citarasa.

- Rasa yang dibuat harus *make sense* atau masuk akal, saling bersatu untuk menciptakan tekstur dan rasa yang enak.
- Berkreasi dengan segala kemungkinan yang ada, karena pada dasarnya *Fusion Food* adalah gaya memasak bebas dengan menggabungkan satu konsep hidangan dengan konsep hidangan lain untuk menciptakan hidangan baru.

Pada era pandemi seperti sekarang ini orang-orang khususnya masyarakat Jakarta lebih cenderung untuk memilih makanan-makanan yang praktis dan bisa dipesan lewat rumah tentunya hal ini sangat menguntungkan bagi para pendiri bisnis makanan online. Untuk itu bisnis online khususnya makanan atau minuman sangat berkembang pesat di era pandemi. Semua pembisnis berlomba-lomba untuk menciptakan berbagai macam varian dari suatu makanan dengan harapan agar bisa dijadikan keunikan yang bisa menarik perhatian pelanggan.

Penulis Berencana untuk menjadikan *business plan* sebagai tipe tugas akhir yang akan dipilih dengan harapan melalui tugas akhir ini penulis bisa merealisasikan bisnis online *fusion food* “GYUSENPAI” ini di kemudian hari , menurut Fajar Billy Sandi di website online-pajak.com (2020) *coronavirus* yang menghantam dunia sejak Maret 2020 menjadi tantangan berat bagi banyak sektor termasuk sektor bisnis , terbatasnya ruang gerak dilakukan demi mengurangi penyebaran *covid 19* yang menyebabkan banyak pembisnis

mengatur ulang strategi bisnisnya agar tetap bisa bertahan di era pandemi ini mulai dari menerapkan kerja jarak jauh, mengubah pola bisnis hingga menangkap peluang bisnis online.

menurut Badan Pusat Statistik dalam survei menunjukkan pola belanja online meningkat hingga 31% selama pandemik *covid 19* , alasannya sudah jelas demi terhindar dari dunia luar dan kontak fisik jika dibagi berdasarkan kebutuhan sekitar 51% masyarakat melakukan belanja online untuk kebutuhan makanan , 20% untuk kebutuhan kesehatan, 14% untuk paket pulsa atau data dan sisanya adalah belanja fisik . Hal tersebut membuktikan bahwa akibat dari era pandemi ini membuka peluang untuk bisnis online bisa lebih ramai kunjungan .

Bisnis online yang saya rencanakan untuk saya dirikan adalah bisnis online *fusion food* , sejarah *fusion food* di Indonesia sendiri sejujurnya *fusion food* masih belum terlalu populer mungkin karena di Indonesia sangat mempertahankan nilai-nilai tradisional pada masakannya. Sebenarnya banyak juga masakan-masakan Indonesia yang ter *influence* dari budaya luar karena dahulu Indonesia banyak dijajah oleh bangsa-bangsa asing yang pasti akan menghasilkan suatu akulturasi budaya dalam hal ini yang akan penulis bahas adalah makanan contoh pertama adalah :

- Martabak telur

Martabak telur merupakan perpaduan antara budaya Indonesia dan budaya Arab dipercaya dibawa oleh pedagang India ke Indonesia awalnya makanan ini bernama Mutabar.

- Kari India

Kari India yang awalnya berbahan dasar rempah khas India dan dicampur dengan susu fermentasi lalu semenjak diperkenalkan di Indonesia berubah menjadi kari yang kita kenal seperti sekarang ini karena lebih banyak menggunakan rempah-rempah khas Indonesia tanpa susu fermentasi.

- Gulai dari Sumatera Selatan

Gulai dari Sumatera Selatan juga banyak terpengaruh oleh budaya India sekitar abad ke-11 pedagang dari India memperkenalkan rempah-rempah di sana.

- Rendang

Rendang pun tidak jauh berbeda dari gulai karena memiliki bumbu rempah khas India yang terpengaruh dari pedagang India yang datang ke Sumatera Selatan dan memperkenalkan rempah khas dari negara mereka.

- Kue puttu

Kue yang dimasak dengan potongan batang bambu ini mendapat pengaruh dari budaya India , karena awalnya kue ini berasal dari India dan dinikmati dengan kare tapi di Indonesia karena kaya akan kelapa maka di dekati dengan kelapa parut.

Untuk sejarah *fusion food* sendiri diperkenalkan oleh seorang koki terkenal yang bernama Wolfgang Puck pada tahun 1970 , beliau memiliki

sebuah restoran *fusion food* yang bernama *chinois* di California , *chinois* sendiri memiliki arti China dan Perancis , di restoran *chinois* ini menghadirkan berbagai varian *fusion food* yang sudah diracik sedemikian rupa , namun fusion food ini baru bisa banyak dikenal oleh masyarakat luas pada tahun 1990 , hal ini dikarenakan pada tahun 1990 banyak bumbu-bumbu dari luar Amerika yang berdatangan ke Amerika akibat dari jalur perdagangan , lalu lintas budaya , dan juga globalisasi karena begitu banyak dan macam jenis-jenis .

Bumbu yang berasal dari luar Amerika ini pun telah lahir berbagai macam varian *fusion food* yang terus dikembangkan agar bisa diterima oleh kalangan besar masyarakat Amerika seperti contohnya adalah sushi semenjak diperkenalkan di Amerika orang-orang Amerika menambah isian sushi dengan keju dan juga mayones .

Menurut Evangelista , M.T (2013:12) jenis-jenis fusion food dibagi menjadi 3

1. *Sub Regional Fusion*

Penggabungan dari unsur-unsur makanan yang berasal dari daerah suatu negara , jadi tidak melibatkan unsur dari negara luar .

2. *Regional Fusion*

Penggabungan dari unsur-unsur makanan yang berasal dari 2 negara yang masih dalam 1 benua contohnya adalah Korea dan Jepang.

3. *Continental Fusion*

Penggabungan antara Asia dan Eropa .

Dikutip dari *Ames Boston* Prinsip utama dalam *fusion food* adalah pengolahan dan penyajiannya harus dititikberatkan kepada keindahan

penampilan dan juga kombinasi yang sempurna terhadap bahan-bahan untuk terciptanya suatu hidangan yang baru .Adapun menurut Lasmanawati , E. & Nuraini , A.S (2018 : 4) prinsip-prinsip *fusion food* dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Memadukan gaya teknik masak dan cita rasa dari suatu unsur makanan yang berbeda agar bisa dinikmati di satu piring hidangan.
2. Sebagai variasi dengan cara menggabungkan dari berbagai unsur makanan dari suatu negara yang akan melahirkan suatu makanan baru yang bisa dinikmati oleh lidah masyarakat di negara tersebut.
3. Mengganti beberapa komposisi dari bahan-bahan makanan namun tetap menggunakan metode aslinya sehingga tidak merubah budaya asli dari makanan tersebut.

Memang *fusion food* hadir sebagai kanvas untuk koki yang sedang mencari variasi dan inovasi untuk menarik para konsumennya beragam macam bumbu-bumbu dari berbagai negara cara bisa dipadukan dengan takaran yang pas untuk menghasilkan suatu makanan baru tetapi tentunya ada syarat yang mutlak dan harus dipatuhi oleh juru masak agar prinsip-prinsip dari *fusion food* tidak melebar atau pun menjadi di aneh,diantaranya adalah:

1. Mempelajari dan memahami setiap cita rasa dari unsur-unsur masakan yang akan diolah , sehingga tidak merubah budaya asli dari unsur makanan atau bahan tersebut.
2. Tidak semua unsur makanan akan pas bila dipadukan bersama oleh karena itu sebagai koki yang handal kita harus bisa memilih mana

bahan yang akan pas bila digabungkan bersama dengan cara mem-
breakdown komponen-komponen dari setiap bahan.

3. Senantiasa menggunakan teknik dan metode yang terbaik untuk mengolah bahan-bahan makanan agar hasilnya berkualitas dan juga sempurna , dengan teknik memasak yang baik dan benar tidak hanya akan membuat bahan bisa dimakan melainkan bisa memperkuat rasa dan identitas dari bahan tersebut.
4. Rasa akhir yang dihadirkan harus bisa diterima oleh masyarakat banyak dan semua teknik dan pengolahan harus masuk akal demi mewujudkan suatu akulturasi budaya yang dapat dibanggakan.

Adapun bisnis online *fusion food* yang akan penulis dirikan menganut identitas antara perpaduan unsur Jepang dan unsur Indonesia proteinnya sendiri penulis menggunakan daging sapi *slice* , yang akan penulis masa dengan metode *stewing* , nama hidangan yang akan penulis buat adalah gyudon , terminologi gyudon sendiri adalah terbentuk di Era Meiji , awalnya masyarakat Jepang tidak memakan daging sapi dikarenakan sapi diperuntukan untuk bekerja membajak sawah , gyudon sendiripun berasal dari daerah Yokohama , gyudon atau gyunabe merupakan hidangan daging sapi yang direbus dengan kecap asin , mirin , dan bawang hijau setelah itu biasanya disajikan dengan mie soba yang ikut dimasak kaldu dari daging sapi tersebut , hidangan ini banyak dijual di pinggir jalan , yang akhirnya dikembangkan oleh orang Jepang dengan mengganti mie soba menjadi nasi putih dan pada tahun 1890 an menjadi sangat terkenal di masyarakat luas di Jepang dan juga menjadi awal pendirian restoran

Chain food legendaris asal Jepang yang bernama Yoshinoya.

Sejarahnya makanan gyudon ini memiliki ukuran yang disebut ukuran tsunami, tsunami sendiri adalah porsi normal dari penyajian hidangan gyudon dan yang lebih besar bernama “*omori*” dan yang lebih besar lagi bernama “*tokumori*”, gyudon sendiri berasal dari bahasa Jepang yang dimana arti gyu adalah sapi dan arti don adalah donburi atau hidangan yang disajikan dengan nasi hangat di sebuah mangkuk di Jepang sendiri gyudon merupakan makanan cepat saji yang dinilai sehat karena proses pemasakannya dan juga bahan-bahan yang dipakai, gyudon sendiri lahir karena budaya barat yang suka mengonsumsi daging sapi.

Sementara itu sejarah dari cabai berasal dari abad ke-16 yang dikutip dari Alinea.id oleh guru besar ilmu dan teknologi pangan Universitas Gadjah Mada profesor Murdijati Gardjito (2018), menurut beliau cita rasa pedas telah membudaya di dalam dapur Indonesia, untuk unsur rasa pedas ini tidak hanya berasal dari cabai saja melainkan bisa berasal dari jahe dan juga merica, namun efek pedas dari jahe dan merica tidak bisa dinikmati oleh orang-orang Indonesia karena menyebabkan kebas dan rasa pedas yang berkepanjangan pada lidah jadi tidak cocok untuk dijadikan teman makan lauk dan juga nasi berbeda dengan cabe yang pada dasarnya rasa pedasnya tidak terlalu lama meninggalkan rasa di lidah jadi sangat cocok untuk dinikmati dengan lauk pauk, disamping itu pada abad ke-16 para pelaut Portugis juga membawa tanaman cabai ke Indonesia termasuk 2 ribuan jenis tanaman lain dan lambat laun tanaman cabai ini pun dikenal oleh masyarakat Indonesia dan dikembangkan sehingga

terbentuklah yang kita kenal sekarang dengan sambal. Menurut informasi dari sejarawan bidang kuliner Fadly Rahman (2021) kata sambal berasal dari bahasa Melayu yang artinya adalah ramuan bercitarasa pedas yang dikombinasikan dengan beberapa rempah-rempah. Berbeda dengan Indonesia yang kebanyakan dikenal orang berdasarkan fungsinya yaitu teman makan lauk dan juga nasi.

1.2 Gambaran Umum Bisnis

1.2.1 Deskripsi Bisnis

Bisnis yang akan penulis buat ini mengambil konsep *fusion food* yang di mana menggabungkan antara unsur makanan tradisional Indonesia yaitu sambal dengan unsur makanan Jepang yang bernama gyudon , konsep yang diambil adalah *take away food* yang mengedepankan simplisitas dan kualitas , rasa gurih manis dari gyudon beserta smokey flavor sehabis di *torch* digabungkan dengan pedasnya aneka sambal khas nusantara yang membuat suatu entitas baru yang langsung nyaman di lidah masyarakat Indonesia khususnya Jakarta .

Untuk pembelian daging sapinya sendiri penulis sudah mempunyai supplier di daerah Jakarta yang bernama “Ratu Daging” daging yang diproduksi mempunyai potongan yang konsisten serta rasio lemak dan daging adalah 80:20 ,untuk produksi akan dilakukan di rumah dapur penulis karena penulis belum mempunyai modal yang cukup untuk membuka gerai . Oleh sebab itu strategi yang dipakai oleh penulis adalah memperkenalkan terlebih dahulu *image* yang baik dari *brand* ini melalui bisnis online lalu setelah terkumpul modal yang

cukup dan sudah dikenal oleh masyarakat luas baru membuat peralihan menjadi offline.

Untuk tipe bisnis yang penulis pakai disini adalah ghost kitchen , pengertian dari ghost kitchen sendiri adalah dapur yang diperuntukan hanya untuk memasak makanan dan melakukan packaging dan tidak menyediakan tempat untuk dine in seperti restoran biasanya , melainkan dioperasikan melalui aplikasi yang dimana makanan diantar langsung kepada pelanggan di rumah mereka / tempat tujuan mereka masing masing kata Nisa Destiana (2020) di website majoo blog untuk metode seperti ini cocok untuk penulis yang baru , mendirikan bisnis karena modal yang diperlukan bisa tergolong lebih kecil dan mempunyai aspek legalitas yang resmi.

1.2.2 Deskripsi Nama dan Logo

Menurut Kotler (2009) pengertian branding adalah pemberian nama, istilah, tanda , simbol, rancangan , atau kombinasi dari kesemuanya, yang dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakan dari barang atau jasa pesaing .

Diambil dari prinsip-prinsip di atas brand ”GYUSENPAI” dapat langsung teridentifikasi si oleh pasar sebagai produk makanan Jepang karena menggunakan bahasa Jepang yang dimana arti dari”gyu” sendiri adalah daging sapi sementara arti dari “ Senpai” adalah seorang kakak atau dalam filosofi brand ini adalah seseorang yang telah lama atau ahli dalam bidangnya mengingat pendidikan kuliner yang penulis lakukan juga tergolong cukup lama,

nama Senpai sendiri juga menguatkan identitas brand terhadap pasar agar mereka lebih tertarik dan percaya :

GAMBAR 1.1

LOGO BISNIS GYUSENPAI



Sumber: Desain Penulis, 2020

Logo dari “GYUSENPAI” ini didominasi oleh gambar sapi yang melambangkan protein utama dari produk penulis ini selanjutnya ada lingkaran yang merupakan simbol dari matahari khas negara Jepang lalu ikat kepala di kepala sapi yang menunjukkan kerja keras tekad dan tahan banting, adapun jargon daripada bisnis online ini adalah “*always tired but never of GYU*”, yang bila diartikan ke dalam bahasa Indonesia selalu lelah tapi tidak pernah oleh gyudon (tidak pernah bosan memasak atau memakan gyudon).

1.2.3 Identitas Bisnis

Penulis ingin bisnis online *fusion food* GYUSENPAI ini menjadi pilihan utama dalam bidang *comfort food* karena rasa dan varian yang dihadirkan juga sudah sangat disesuaikan dengan lidah-lidah masyarakat kaum milenial Jakarta , menjadi suatu zona nyaman dalam bidang kuliner , dan teruntuk para penyuka *Japanese food* menjadi alternatif apabila bosan dengan *Japanese cuisine* yang didominasi dengan rasa manis dan gurih, sama juga dengan penyuka sambal yang sudah bosan menikmati hidangan sambal dengan lauk khas Indonesia dan penyuka hal-hal baru yang sangat antusias dengan inovasi dari bangsa sendiri .

1.3 Visi dan Misi

VISI

Menjadi brand pelopor *fusion food* unsur Jepang dan Indonesia Pada masa yang akan mendatang dengan sajian daging sapi yang lezat dan sambal yang pedas sebagai kekuatan utama serta menginspirasi banyak orang-orang untuk terus mengeksplor unsur makanan Indonesia.

MISI

- Menjadi *comfort food* di masyarakat Jakarta dalam hal pemesanan makanan.
- Selalu berkreasi dan berinovasi serta mencoba kemungkinan-kemungkinan yang akan melahirkan sesuatu.

- Menjadi jembatan antara unsur makanan tradisional dan juga makanan luar.
- Menyediakan layanan terbaik untuk para pelanggan .
- menjadi brand pesaing brand-brand besar yang sudah terlebih dahulu berdiri.

1.4 SWOT Analisis

Untuk bisnis yang baik penting adanya analisa fundamental yang akan membuat bisnis itu bisa bertahan dan berkelanjutan bahkan bisa berkembang di era pandemi pengertian *SWOT* analisis menurut Sleeker Accounting adalah sebuah perencanaan strategi bisnis yang diambil dari 4 sisi utamanya *Strength* (kekuatan) , *Weakness* (kelemahan) , *Oppurtunity* (kesempatan / peluang) dan *Threat* (ancaman) .

TABEL 1.1

SWOT ANALYSIS

INTERNAL

Strength (kekuatan)	Weakness (kelemahan)
Inovasi baru yang jarang ditemukan	Untuk varian protein masi menggunakan beef slice saja
Perpaduan rasa yang tidak biasa	Belum bisa dine in

Fleksible , dapat dinikmati siang , sore , malam
Menu bervariasi
Terdapat promo dan bonus untuk pembelian dalam jumlah besar

Untuk pemesanan dalam jumlah besar memakan lebih banyak waktu
Brand belum berlisensi hak cipta

EKSTERNAL

Opportunities (peluang)
Saingan bisnis belum terlalu banyak
Lokasi terbilang ramai dan banyak orang berlalu lalang
Lokasi ghost kitchen dan tempat tinggal penulis berdekatan jadi mudah untuk melakukan quality control

Threat (ancaman)
Banyak pilihan makanan di ghost kitchen
Kenaikan harga bahan baku
Pandemi yang bisa menyebabkan makanan tercemar virus oleh karyawan yang sedang bertugas

<p>uh dari pabrik dan bengkel yang bisa membuat makanan terkontaminasi</p>	<p>keterbatasan modal awal sehingga bentuk outlet seadanya</p>
<p>Pandemi yang membuat orang orang akan cenderung memesan makanan online</p>	

Sumber : Desain Penulis , 2020

Menurut data SWOT analisis yang dipaparkan di atas dapat disimpulkan bahwa brand penulis adalah bisnis inisiatif yang belum terlalu banyak memiliki pesaing jadi di kekuatan pada tabel *SWOT analysis*. Inovasi merupakan poin penting yang menjadi ujung tombak dalam kekuatan brand ini dan yang kedua adalah perpaduan antara unsur makanan Indonesia dan juga unsur makanan Jepang yang menghasilkan suatu produk baru yang berkualitas dan dapat diterima oleh masyarakat luas . Untuk bulan-bulan pertama penulis juga akan memberikan banyak promo dan diskon demi terwujudnya suatu pemasaran yang baik dan brand dapat lebih luas dikenal oleh masyarakat . Selanjutnya adalah tabel kelemahan salah satu kelemahan yang paling dominan di *brand* ini adalah masih menggunakan satu jenis protein yaitu di bagian *short plate* Jadi untuk penyuka bagian daging sapi yang lain belum bisa menikmati bagian tersebut di *Brand* ini , selain itu untuk *outlet* juga masih menggunakan *ghost kitchen* jadi belum bisa dine in , ketetapan tidak bisa *dine in* juga disusul atau diperkuat oleh larangan pemerintah akibat *Covid 19*.

Dari bagian eksternal peluang yang yang didapat oleh brand ini adalah

didirikan di jalan Sunter Jakarta Utara ya itu berdekatan dengan area kompleks perumahan jadi Ini memperbesar peluang untuk ramainya order yang dipesan oleh penduduk setempat tempat *ghost kitchen* juga tidak berada di di jalan raya jadi asap kendaraan tidak akan terlalu berpengaruh kepada kualitas makanan melainkan banyak orang yang berlalu lalang di jalanan tersebut ini adalah faktor eksternal peluang yang sangat bagus karena akan menambah *awareness* orang terhadap outlet GYUSENPAI ini dan bentuk ancaman eksternal ada beberapa pilihan makanan yang terdapat di *ghost kitchen* ini jadi brand penulis tidak bisa terlalu menonjol lalu juga kesehatan karyawan yang harus lebih dijaga karena apabila mereka sakit ini akan berakibat fatal kepada makanan yang mereka masak dan mereka hidangkan ke para konsumen.

Adapun cara penanggulangan untuk faktor eksternal ini adalah :

- Mengumpulkan banyak *feedback* atau kritik dan saran dari para konsumen tentang protein apa yang selanjutnya cocok untuk dipadupadankan dengan sambal dan juga bumbu khas Jepang.
- Lebih memperketat higienisasi di dapur dan juga kesehatan para karyawan agar terhindar nya penularan virus *covid 19*.
- Memperbanyak promosi dan juga memperluas pemasaran dengan cara memberi sampel rasa kepada orang yang berlalu lalang di jalanan Sunter.
- Mengadakan pelatihan karyawan yang rutin agar kualitas bisa tetap terjaga dan kecepatan dan *workflow* terus meningkat.

- Besarkan *brand* kepada pihak yang berwajib agar bisa berlisensi dan tidak dicuri atau diduplikasi oleh orang lain.

TABEL 1.2

BMC

key partership	key activities	value proposition	costumer relationships	costumer segments
beef supplier	ghost ktchen (produksi)	fusion food sebagai metode yang	bundle promo (pembelian 3	demographic segment
influencer	online (pemasaran)	menghasilkan produk baru	pax dengan harga 99 ribu)	
staff GYUSENPAI	online (penjualan)	unsur masakan traditional yang	social media promotion (generasi milenial
aplikasi daring		dipadukan dengan unsur budaya	instagram , tiktok , WA)	generasi z
kurir local		luar tetapi tidak menghilangkan		
	key resource	memakai US beef slice dengan	channels	behavioral segment
	owner (pendiri brand)	perbandingan ratio lemak daging	social media	penyuka makanan cepat saji
	sekutu pasif	lemak yang dibakar pada	power of mouth	penyuka makanan online
	sekutu aktif	sentuhan akhir untuk sensasi	grab food dan go food	penyuka makanan simpel dan
	staff	melted in mouth	zomato	praktis
		higienisasi dan kebersihan yang	revenue streams	geographic segment
		diutamakan	pendapatan melalui bisnis online	masyarakat jakarta yang
cost structure			pendapatan melalui investor	tinggal di sekitar jakarta utara ,
gaji karyawan	biaya produksi		pendapatan melalui penjualan	pusat
gas , listrik , air	kurir		minuman kemasan	para pekerja kantor di jakarta
packaging	marketing (influencer)			pusat
bahan baku				
pemeliharaan peralatan				psychographic segment
				praktis dan simpel
				Gaya hidup instan
				foodies

Sumber : Desain Penulis ,2020

Table diatas merupakan tabel BMC (*Business Model Canvas*) atau representasi visual berupa kerangka kerja untuk menggambarkan sebuah proses bisnis suatu perusahaan/organisasi tertentu atau bisa juga dikatakan sebagai gambaran besar dari skema bisnis yang akan penulis buat .

1.5 Spesifikasi Produk

GYUSENPAI dengan produk berbahan dasar daging slice nasi putih dan juga sambal khas nusantara , resepnya telah di *develop* dalam kurun waktu tertentu demi tercapainya suatu *standart recipe* yang bisa dipakai sebagai acuan atau pedoman yang berkelanjutan , mengedepankan kualitas kesegaran daging sapi disertai kesegaran sambal yang tentunya apabila digabungkan bisa langsung nyaman di lidah penikmatnya , juga dengan variasi sambal untuk mencegah terjadinya kejenuhan pada para pelanggan.

Untuk *cooking method* daripada aburi gyudon ini sendiri adalah pertama melakukan *Searing* kepada masing-masing daging *slice* yang diperuntukkan untuk menghilangkan lemak-lemak yang berlebihan dan juga menutup permukaan daging agar *juice* daging tidak keluar , kemudian masukkan daging kepada kuah bumbu kaldu yang terdiri dari dashi , kecap asin, mirin , cooking wine , bawang bombay , bubuk jahe , dan gula pasir , kemudian diamkan selama 2 jam sampai bumbu benar-benar meresap ke daging Lalu diangkat diletakkan di atas nasi lalu di *torch* di bagian lemaknya sampai memberi rasa *smokey* , kemudian kuah dituang sedikit ke atas daging , kemudian untuk *cooking* proses sambalnya pertama siapkan bawang putih, bawang merah, cabe rawit dengan perbandingan 1 banding 1 banding 1 , kemudian digoreng sampai lunak lalu di ulek menggunakan garam sesudah hancur baru

digoreng lagi sampai wangi .

1.6 Jenis/Badan Usaha

Dilansir dari cerdasco.com (2019) perusahaan perseorangan merupakan bentuk bisnis yang paling sederhana dan di pegang kendali penuh oleh 1 orang dan juga disini tidak memiliki badan hukum formal , yang di mana memang perusahaan perseorangan ini paling banyak digunakan kan oleh orang-orang yang baru mau memulai bisnis dikarenakan kan sifatnya yang relatif simple dan juga tidak terlibat oleh hukum formal , jadi untuk modal yang dikeluarkan juga akan lebih minim , dan berikut adalah karakteristik dari perusahaan perseorangan :

- Bisnis perusahaan perseorangan tidak memerlukan formalitas badan hukum.
- Untuk Bisnisnya sendiri puasanya dipegang penuh oleh 1 orang yang mencakup tanggung jawab keuangan keuntungan dan operasi.
- Tidak memiliki badan hukum.
- Untuk resiko kegagalan dari bisnis akan ditanggung sepenuhnya oleh pemilik.
- Keberlangsungan dari bisnis Berjalan seiring dengan waktu hidup pemilik jadi apabila pemilik tersebut telah meninggal maka bisnis juga akan berakhir .
- Tidak perlu membayar pajak perusahaan .

Setelah kita mengetahui karakteristik dari pada perusahaan

perseorangan untuk lebih jelasnya lagi badan perusahaan perseorangan memiliki keuntungan dan dan resiko yang bisa dibilang sama atau imbang , untuk keuntungan dari perusahaan perseorangan sendiri adalah murah dan modal yang dibutuhkan relatif sedikit, juga pemilik memiliki kuasa penuh atas keberhasilan dari suatu perusahaan ,dan untuk kerugiannya adalah karena tanggung jawab pemilik yang penuh akan bisnis dan tidak terlibat badan hukum maka pemilik juga harus terjun dan melakukan banyak hal di dalam bisnisnya . Ini adalah salah satu pemicu yang membuat stres dan melibatkan jam kerja yang ekstra untuk kelangsungan bisnis.