

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Menurut Literasi Gramdeia, globalisasi adalah proses integrasi internasional yang terjadi karena adanya pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran, dan aspek-aspek kebudayaan lainnya. Adanya kemajuan infrastruktur transportasi dan telekomunikasi, termasuk kemunculan telegraf dan internet merupakan faktor utama dalam globalisasi yang semakin mendorong saling ketergantungan aktivitas ekonomi dan budaya.

Globalisasi menciptakan gaya hidup yang cenderung moderen, dimana menuntut kecepatan dan semua yang serba praktis. Hal ini menjadikan orang sering berpikir *simple*. Indonesia sendiri juga merupakan salah satu negara yang ikut serta dalam tercipta dan terjalannya globalisasi dunia.

“Pada masa sekarang, globalisasi telah menjadi sorotan sekaligus menjadi masalah yang sangat tajam di Indonesia (juga di negara-negara berkembang lainnya) terkait dengan kemungkinan datangnya pesaing-pesaing dari negara maju yang ikut berkompetisi dalam perekonomian liberal dunia dengan kekuatan ekonomi mereka yang tentu saja pasti jauh lebih kuat.” (Yuniarto, 2014; hal 69).

Globalisasi yang masuk ke Indonesia terdiri dari berbagai macam aspek, mulai dari globalisasi di bidang ekonomi (ekspor dan impor didalam negeri,

terbukanya pasar bursa internasional), globalisasi di bidang kebudayaan (munculnya budaya asing, banyaknya imigrasi), globalisasi di bidang politik (pembentukan PBB, saling bekerja sama antar negara), globalisasi di bidang informasi dan komunikasi (cepat tersebarnya segala macam informasi, munculnya media sosial), globalisasi di bidang ideologi (bahasa asing dengan mudahnya masuk, mulai hilangnya sifat gotong royong), dan sebagainya.

Salah satu aspek yang paling terasa untuk masyarakat Indonesia adalah aspek kebudayaan. Budaya dari luar cepat sekali berdatangan ke Indonesia, diterima baik oleh masyarakat Indonesia contohnya budaya yang berdatangan dari Korea. Sekarang ini, hampir seluruh masyarakat Indonesia kenal akan budaya Korea, mulai dari *K-Drama*, *K-Pop*, *K-Food*, dan sebagainya.

Dengan perkembangan tren budaya dari Korea, banyak sekali masyarakat Indonesia yang sering meniru gaya tersebut. Mulai dari *drama*, gaya berpakaian, dan sebagainya. Selain itu, salah satu tren budaya Korea yang sering kali ditiru adalah budaya makannya atau dikenal sebagai *Korean Food (K-Food)*. Banyak sekali restoran Korea yang berterbar luas di pasar Indonesia. Mulai dari *Korean Barberque*, *Korean Grill*, *Korean Fried Chicken*, dan lain sebagainya dengan berbagaimacam konsep restoran, salah satunya *ghost kitchen*.

*Ghost kitchen* atau dapur bayangan merupakan fasilitas persiapan makanan yang menyiapkan makanan untuk pengiriman pesanan. *Ghost kitchen* bisa disebut sebagai restoran tanpa area tempat makan.

Dari hasil survey dan wawancara skala kecil dari responden secara acak disekitar area tempat tinggal penulis, didapatkan data bahwa 100% responden tinggal didaerah Tangerang Selatan, 100% dari mereka pernah coba *Korean food*, 90% dari mereka suka akan *Korean food*, 90% dari mereka suka akan produk *fried chicken wings*, 90% mengatakan bahwa mereka sering membeli dan mengonsumsi *Korean fried chicken* dari berbagaimacam merek.

Dari hasil data diatas, penulis memiliki ide dan tertarik untuk membuat perencanaan bisnis makanan dengan mengambil tema “Korean Fried Chicken”. Bisnis ini akan dilaksanakan di daerah Tangerang Selatan, karena penulis melihat adanya peluang dan ketertarikan pasar akan produk makanan Korea ini. Ada banyak restoran berkonsep makanan Korea di daerah Tangerang Selatan yang diramaikan oleh para pembeli. Dari hasil analisa ini, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa terdapat pasar yang baik di daerah Tangerang Selatan terhadap restoran-restoran yang berkonsep makanan *Korean fried chicken*.

Oleh karena itu, penulis akan membuat bisnis restoran dengan judul “PERENCANAAN BISNIS HYEONDAE CHIKIN DI DAERAH TANGERANG SELATAN” dengan konsep *ghost kitchen*, sehingga tidak memerlukan banyak modal untuk operasional. Kedepannya, *bisnis plan* ini akan menjadi landasan atau dasaran penulis untuk melanjutkan pelaksanaan bisnis yang sebenarnya.

## 1.2 Gambaran Umum Bisnis

### 1.2.1 Deskripsi Produk

Berdasarkan apa yang sudah dijelaskan sebelumnya, jenis usaha yang akan penulis laksanakan yaitu Usaha Kecil Menengah atau sering disebut UKM. Usaha yang dijalankan adalah UKM yang menjual makanan *Fried Chicken* khususnya dari resep Korea. Hyeondae Chikin merupakan jenis usaha makanan yang bertujuan untuk menghasilkan produk yang praktis, mudah dibawa, dimakan dan juga enak. Produk ini menyajikan ayam goreng bagian sayap yang dibalur dengan tepung khas Korea yang garing dan renyah, serta diselimuti dengan dua macam saus khas Korea, yaitu gochujang dan juga soy garlic. Produk ini dikemas dengan *paper bowl* sehingga lebih ramah lingkungan dan dapat di daur ulang. Hyeondae Chikin sangat cocok untuk orang yang sering, senang jajan dan ngemil. Meskipun demikian, Hyeondae Chikin ini juga dapat dijadikan lauk untuk makan berat.

### 1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama

#### GAMBAR 1

#### LOGO HYEONDAE CHIKIN



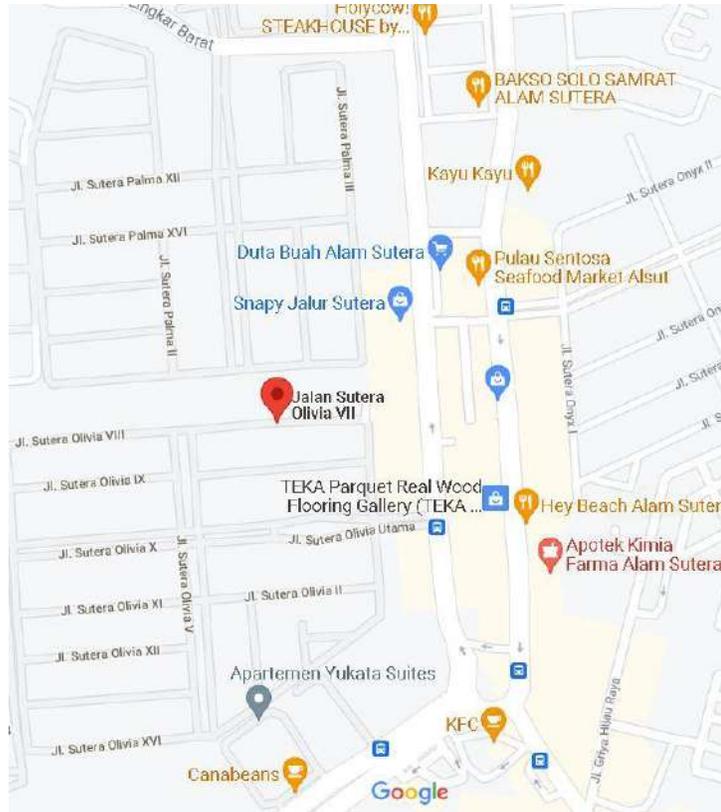
Sumber: Olahan Penulis 2021

Hyeondae Chikin ( 현대 치킨 ) adalah bahasa Korea yang artinya ayam kekinian. Penulis memilih nama tersebut karena penulis ingin membuat produk yang *simple*, praktis dan kekinian namun tetap terlihat unik dan menarik, bukan hanya untuk produk saja tapi juga untuk pelanggan. Pelanggan secara tidak langsung akan mendapatkan kepraktisan jika membeli produk ini dan juga tentunya dengan rasa yang menarik dan kekinian. Maka dari itu logo yang didesain oleh penulis adalah sebuah ayam yang terlihat *simple* dan berwarna dibagian gambar ayam untuk menambah kesan unik dan menarik. Logo ini juga akan menggambarkan garis besar produk yang akan ditawarkan.

### 1.2.3 Identitas Bisnis

**GAMBAR 2**

**RENCANA LOKASI HYEONDAE CHIKIN**



Sumber: Google Maps

Untuk sementara, rencana lokasi yang dipilih adalah garasi rumah penulis. Garasi ini memiliki luas 3m x 4m yang cukup untuk berjualan dengan adanya kulkas dan dapur kecil didalamnya. Hyeondae Chikin berada di Jalan Sutera Olivia VII, Alam Sutera, Tangerang Selatan. Kontak yang dapat

dihubungi jika ingin memesan produk Hyeondae Chikin adalah dengan WhatsApp 085882621553.

### **1.3 Visi dan Misi**

#### **1.3.1 Visi**

Visi merupakan gambaran perusahaan yang ingin diraih dalam jangka waktu yang panjang. Adanya kepentingan dari memiliki visi adalah sebagai ukuran atau strategi untuk mencapai hasil yang diinginkan oleh perusahaan. Untuk visi dari Hyeondae Chikin sendiri adalah untuk mendahulukan kepuasan konsumen dengan menghadirkan produk yang memiliki kualitas baik di kelasnya dan juga dapat menyajikan menu yang lezat tanpa merusak kandungan gizi. Hyeondae Chikin akan memperlakukan konsumen layaknya seorang “raja” sehingga senantiasa memberikan pelayanan yang memuaskan.

#### **1.3.2 Misi**

Agar visi dapat terlaksana dengan baik, adapun misi yang dimiliki oleh Hyeondae Chikin:

1. Menyajikan produk yang unik dan menarik dari segi rasa dan penampilan.
2. Menyajikan produk makanan yang praktis sehingga dapat mudah dibawa dan dikonsumsi dimana-mana.

3. Memudahkan konsumen dalam memilih produk dengan cara mencantumkan harga dan kuantitas produk.

## **1.4 Analisis SWOT**

### **1.4.1 Strengths**

Kekuatan internal dari produk ini, antara lain:

1. Kualitas produk yang memiliki nilai jual yang tinggi dengan menggunakan bahan makanan yang relatif murah dan dapat ditemukan di banyak tempat, karena bukan bahan makanan yang sulit dicari.
2. Dari segi rasa, produk ini sangat menonjolkan rasa yang berani akan bumbu-bumbu Korea, hal ini merupakan salah satu nilai tambah karena masyarakat Indonesia menyukai makanan yang berani akan bumbu.
3. Bahan dasar yang digunakan akan *fresh* setiap harinya, karena memang akan disesuaikan persediaan bahan sesuai dengan permintaan yang ada, agar bahan-bahan setiap harinya baru dan segar sehingga menjadi nilai tambah untuk produk ini.
4. Dari segi layanan, produk ini hadir melalui media *online*, sehingga mudah diakses oleh berbagai macam kalangan dengan berbagai macam lokasi permintaan. Keunggulan dari pesan antar *online* ini juga memberikan kemudahan dalam berbagaimacam hal, konsumen tidak perlu mengunjungi tempat usaha untuk membeli produk ini, melainkan hanya memerlukan sebuah *device* dan koneksi internet untuk memesan dengan *marketplace online*.

5. Harga yang ditawarkanpun tidak terlalu mahal, mengingat inginnya menjangkau seluruh lapisan masyarakat di Indonesia.
6. Usaha ini juga dapat menerima pesanan dalam skala besar, namun harus dengan *booking* dan persetujuan sebelumnya.
7. Dari segi kualitas dan kebersihan, UKM ini memberikan kualitas makanan yang baik dengan melakukan protokol kebersihan dan kesehatan yang baik dengan berstandar kepada *Hazard Analysis Critical Control Point* atau sering dikenal dengan istilah HACCP yang baik.

#### **1.4.2 Weaknesses**

Adapun kelemahan di produk ini, antara lain:

1. Merupakan bisnis rumahan, sehingga konsumen tidak dapat mengunjungi tempat usaha ini untuk makan di tempat.
2. Produk juga akan mudah habis karena jumlah produksi yang tidak terlalu banyak, mengikuti jumlah rata-rata permintaan konsumen.
3. Usaha ini juga merupakan usaha rintisan atau usaha baru, sehingga proses pemasarannya akan sedikit sulit dan memakan waktu yang cukup lama karena banyak yang belum mengenal usaha Hyeondae Chikin ini.
4. Terbatasnya ruang kerja dan luas bangunan yang cenderung kecil, dikarenakan usaha ini dilakukan di rumah.

#### **1.4.3 Opportunities**

Adapun peluang bagus yang dimiliki oleh usaha ini, antara lain:

1. Oleh karena masyarakat Indonesia yang sangat terbuka dengan sesuatu yang baru, maka sangat besar kemungkinan bahwa Hyeondae Chikin akan di pesan oleh berbagai kalangan masyarakat.
2. Sekarang ini, sedang terjadi pandemi Covid-19, sehingga masyarakat makin jarang dan takut untuk keluar rumah, sehingga mereka lebih sering pesan makanan dari luar dan mengandalkan jasa layanan pesan antar makanan.
3. Sekarang ini *trend* Korea lagi *booming* di Indonesia. Mulai dari *K-Drama*, *K-food*, sampai *K-lifestyle*. Hal ini membuat masyarakat Indonesia antusias akan membeli dan mengonsumsi produk yang berbau Korea.

#### **1.4.4 Threats**

Dalam membangun bisnis baru, pasti ada banyaknya ancaman yang muncul, antara lain:

1. Sekarang ini, ada banyak bisnis kuliner yang muncul pada saat ini dengan berbagai macam ide dan inovasi yang bagus. Hal ini membuat persaingan bisnis kuliner menjadi ketat yang menjadikan ancaman dan tantangan bagi Hyeondae Chikin sebagai salah satu usaha rintisan.
2. Sudah banyak UKM kompetitor yang memiliki konsep mirip dengan Hyeondae Chikin, seperti Kyochon, Bon Chon, dan sebagainya.

## 1.5 Spesifikasi Produk/Jasa

### 1.5.1 Spesifikasi Produk

Produk yang akan ditawarkan Hyeondae Chikin merupakan *Korean Fried Chicken*. Produk ini akan menggunakan teknik *frying* dan *toasting*. Hyeondae Chikin menyajikan beberapa macam rasa, seperti Gochujang, Soy Garlic dan sebagainya. Hyeondae Chikin sangat cocok untuk dijadikan cemilan maupun makanan berat dan juga sangat cocok untuk orang yang ingin menikmati cita rasa makanan Korea dengan spesialis di ayam goreng Korea.

### 1.5.2 Spesifikasi Jasa

Untuk memudahkan pelanggan, adapun jasa yang akan digunakan dalam menjual produk ini adalah dengan menggunakan media pesan antar *online*. Penjual akan berencana menggunakan jasa Go-Food, Grab Food, dan juga Shopee Food dalam memenuhi jasa layanan pesan antar *online* ini. Hal ini dilakukan karena Hyeondae Chikin belum akan membuka fasilitas *dine-in* dalam waktu cepat.

## 1.6 Jenis Badan Usaha

Jenis usaha rintisan ini adalah Usaha Perseorangan, dimana pengusaha yang memiliki usaha perseorangan itu sendiri. Setiap orang dapat menciptakan entitas bisnis individual yang dibuat tanpa izin dan tanpa adanya prosedur khusus. Hampir setiap orang juga memiliki kebiasaan untuk bisa berkembang dalam menjalankan bisnis usahanya tanpa ada paksaan terkait pembatasan modal untuk mendirikan usahanya.

Usaha ini adalah usaha rumahan karena mengingat usaha ini baru akan merintis dan belum memiliki modal yang cukup besar dan masyarakat belum mengetahui akan adanya usaha ini. Usaha ini akan dijalankan di daerah Tangerang Selatan dan sekitarnya.

### **1.7 Aspek Legalitas**

Perizinan usaha adalah salah satu aspek penting dalam menjalankan bisnis. Bisnis yang akan dijalankan adalah UKM.

Menurut UKM Indonesia, Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan identitas pelaku usaha dalam rangka pelaksanaan kegiatan berusaha dan berlaku selama menjalankan kegiatan usaha sesuai ketentuan perundang-undangan. Legalitas ini sebagai bukti Pendaftaran Penanaman Modal/Berusaha yang sekaligus merupakan Pengesahan Tanda Daftar Perusahaan. Proses pembuatan NIB yaitu pada sistem [www.oss.go.id](http://www.oss.go.id) dimana pemohon dapat sekaligus mengisi data usaha untuk penerbitan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) dan Surat Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan dan Pemantauan Lingkungan (SPPL).

Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) adalah tanda legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha/kegiatan tertentu dalam bentuk satu lembar. Proses pembuatan IUMK yaitu pada sistem [www.jakevo.jakarta.go.id](http://www.jakevo.jakarta.go.id). Sebelum melengkapi data, harus dilakukannya penentuan zona wilayah usaha. Jika diizinkan oleh sistem, maka pemohon dapat melanjutkan untuk mengisi data dan mengunggah dokumen.

Kriteria yang masuk dalam Usaha Mikro, antara lain:

1. Kekayaan bersih maksimal Rp.50.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha).
2. Omset tahunan maksimal Rp.300.000.000,00.

Menurut UKM Indonesia, Adapun syarat dan tahapan yang harus dilaksanakan agar UKM dapat berdiri adalah sebagai berikut:

Syarat:

1. Mengisi formulir yang memuat tentang data diri dan data usaha.
2. Surat pengantar dari RT/RW terkait lokasi usaha.
3. Fotokopi KTP.
4. Fotokopi KK.
5. Pas foto 4x6 (2 lbr).

Tahapan:

1. Pemohon mengisi formulir dan melengkapi dokumen persyaratan.
2. Pemohon membawa formulir dan dokumen persyaratan ke kantor kecamatan setempat.
3. Camat menerima dan memeriksa kelengkapan dan kebenaran dari formulir dan dokumen persyaratan.
  1. Apabila sudah lengkap dan benar, Camat akan memberikan naskah 1 lembar IUMK.

2. Jika masih belum lengkap, Camat mengembalikan formulir dan dokumen persyaratan untuk dilengkapi oleh pemohon.