

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman serba *digital* dan maju ini, permintaan masyarakat untuk mendapatkan dan mengkonsumsi makanan siap saji terus meningkat setiap harinya. Permintaan akan makanan cepat saji terus meningkat karena perubahan pola hidup masyarakat dimana masyarakat sekarang lebih sering menghabiskan aktivitasnya diluar rumah, entah itu untuk bekerja, belajar, maupun sekedar bermain. Perubahan pola hidup ini seringkali membuat masyarakat menjadi sulit atau bahkan malas untuk menyiapkan makanan yang proses penyajiannya memakan waktu yang lama, sehingga masyarakat cenderung beralih ke makanan yang lebih cepat yaitu *fast food*/makanan cepat saji dengan harapan makanan cepat saji tersebut praktis, mudah dibawa dan dimakan. Namun nyatanya masih banyak jenis-jenis *fast food* yang waktu penyajiannya cepat namun tidak praktis bagi orang-orang, seperti sulit dibawa, sulit dibuka, dan sulit untuk dimakan. Padahal banyak sekali masyarakat sekarang yang tidak memiliki banyak waktu untuk makan ditempat atau dirumah karena tuntutan waktu dan pekerjaan, sehingga sulit rasanya mendapatkan makanan cepat saji tetapi tetap praktis, mudah dibawa, mudah dimakan, dan tentunya enak dalam waktu bersamaan. Maka dari itu permintaan masyarakat akan makanan cepat saji yang praktis cukup tinggi, sehingga ini bisa menjadi peluang bisnis *fast food* yang menarik.

Makanan cepat saji berasal dari bahasa Inggris *Fast Food* yang artinya adalah makanan cepat atau makanan yang dapat disiapkan dan disajikan dengan cepat. Untuk sejarah *fast food* di Indonesia sendiri dimulai pada tahun 1959, yang diawali dengan lahirnya Bakmi GM sebagai *franchise fast food* asli Indonesia pertama. Setelah Bakmi GM munculah *franchise-franchise fast food* asal luar negeri seperti American Hamburger pada tahun 1977, KFC pada tahun 1979 dan masih banyak lagi.

Franchise-franchise fast food tersebut diterima sangat baik oleh masyarakat Indonesia, terlihat dari semakin berkembang dan banyaknya *franchise fast food* di Indonesia, bahkan baru-baru ini muncul *franchise* Taco Bell yang baru saja buka di Indonesia dan diterima dengan sangat baik oleh masyarakat. Pada zaman sekarang ini *franchise* bukan saja menghadirkan makanan-makanan yang enak tetapi memiliki produk dan *marketing* yang menarik, sehingga bisa mencakup target pasar yang lebih luas lagi. Dengan perkembangan yang pesat tersebut, maka untuk memberikan perlindungan dan kepastian hukum, Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 tahun 1997 tentang Waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/KEP/7/1977 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Waralaba. Keduanya diubah dengan Peraturan No. 42 Tahun Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (Slamet, Sri R. "Waralaba(*Franchise*) di Indonesia." *Lex Journalica*, vol. 8, no. 2, 2011).

Waralaba (*Franchise*) pada dasarnya adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa pada konsumen. Dalam hal ini *franchisor* memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk melakukan kegiatan pendistribusian barang dan jasa di bawah nama dan identitas *franchisor* dalam wilayah tertentu, dimana usaha tersebut dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan *franchisor* dan *franchisor* memberikan bantuan terhadap *franchisee*. Sebagai imbalannya *franchisee* membayar sejumlah uang berupa *initial fee* dan royalti. (Suharnoko, 2004)

Banyak orang berkata kalau kelompok usia remaja menuju pemuda adalah saat dimana kita semua sibuk melakukan aktivitas untuk belajar, bekerja, dan mewujudkan mimpi. Hidup sebagai remaja atau pemuda jaman sekarang tentunya semakin sulit, dimana tuntutan zaman semakin bertambah kuat dan tinggi. Maka dari itu sebagian besar remaja dan pemuda terkadang sulit atau bahkan melewatkan jam makan karena masih banyak makanan-makanan yang tidak praktis, penyajiannya lama, dan bosan makan *instant food*.

TABEL 1.1

JUMLAH PENDUDUK INDONESIA BERDASARKAN KELOMPOK USIA

TAHUN 2020

Kelompok Usia	Jumlah Penduduk Wanita	Jumlah Penduduk Pria
0 - 4 tahun	10.850.500	11.101.500
5 - 9 tahun	10.739.500	11.205.700
10 - 14 tahun	10.884.500	11.284.400
15 - 19 tahun	10.942.200	11.190.200
20 - 24 tahun	10.887.600	11.070.700

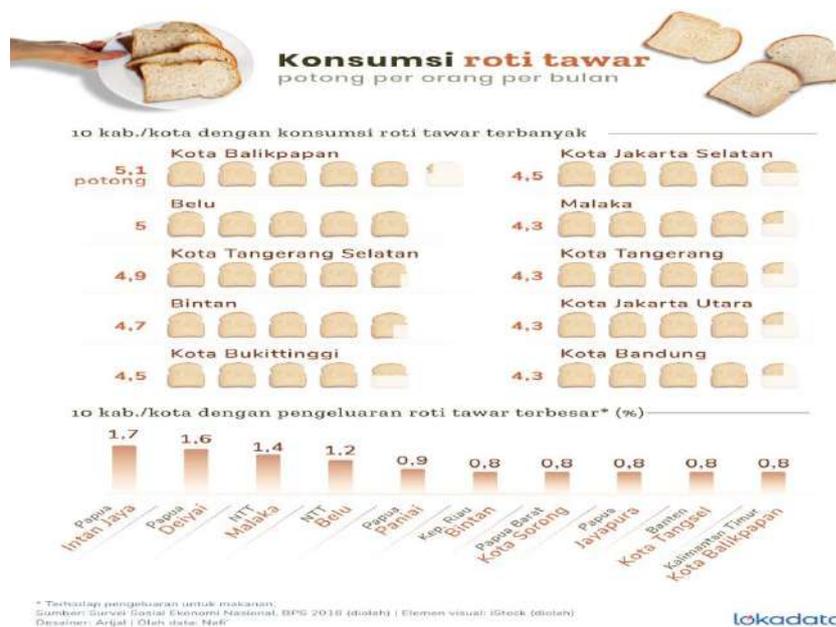
25 - 29 tahun	10.736.400	10.936.600
30 - 34 tahun	10.524.700	10.777.300
35 - 39 tahun	10.305.700	10.477.500

Sumber : databoks.katadata.co.id

Seperti yang kita lihat pada tabel data diatas dapat disimpulkan bahwa kelompok umur 15-24 tahun merupakan yang terbanyak, dimana yang penulis sebutkan sebelumnya kalau remaja dan pemuda merupakan kelompok umur yang paling sibuk pada umumnya. Maka dari itu Ganji akan membuat dan menyajikan produk roti goreng yang praktis, mudah dibawa, mudah dimakan, dan tentunya enak.

GAMBAR 1

KONSUMSI ROTI TAWAR ORANG INDONESIA PER BULAN



Sumber : Lokadata.id

Jika kita lihat jumlah konsumsi roti tawar Indonesia per orang cukup tinggi dimana jika digabungkan dengan jumlah kelompok umur 15-24 tahun tentunya jumlah roti tawar yang dikonsumsi akan sangat banyak, maka dari itu peluang usaha Ganji ini bisa dibilang bagus. Dengan dibuatnya usaha ini juga dapat membantu banyak masyarakat Indonesia khususnya kelompok remaja dan pemuda untuk mendapatkan makanan/jajanan yang lebih cepat, praktis, enak, dan unik.

B. Gambaran Usaha Bisnis

- **Deskripsi Bisnis**

Ganji merupakan jenis usaha makanan yang bertujuan untuk menghasilkan produk makanan yang cepat saji, praktis, mudah dibawa, mudah dimakan, dan tentunya enak. Ganji sangat cocok untuk orang-orang yang senang jajan dan ngemil namun memiliki waktu yang sempit dan aktivitas yang banyak. Tentunya produk ini juga tidak hanya cocok untuk orang yang sibuk saja namun juga semua orang, apalagi Ganji membuat produk roti goreng dimana seperti yang penulis bahas sebelumnya bahwa konsumsi roti di Indonesia cukup besar dan semua orang khususnya orang Indonesia sangat menyukai gorengan. Namun untuk mengurangi jumlah kalori dan memperahankan nilai nutrisinya, Ganji akan menggunakan *air fryer*, sehingga produk yang dihasilkan akan lebih sehat dan mengandung minyak yang jauh lebih sedikit. Karena penyajiannya yang cepat dan simple, maka penulis juga akan membuat Ganji ini sebagai *franchise*/waralaba yang akan tersebar diseluruh Indonesia nantinya atau mungkin luar negeri. Jika melihat

dari kesimpulan tersebut dapat dikatakan kalau peluang bisnis Ganji ini sangat menarik.

- **Deskripsi Logo dan Nama**

GAMBAR 2
LOGO GANJI



Sumber : Olahan Penulis 2020

Apa itu "Ganji"? *Ganji* (간지) adalah bahasa slang dari Korea yang artinya *stylish, swag, good looking*, dan keren. Penulis memilih kata tersebut karena penulis ingin membuat produk yang *simple* dan praktis namun tetap terlihat keren dan unik, bukan hanya untuk produk saja tapi juga untuk pelanggan. Dimana pelanggan secara tidak langsung akan merasa keren/cool jika membeli produk ini. Maka dari itu logo yang didesain adalah sebuah roti yang terlihat keren untuk menggambarkan kata "*Ganji*" tersebut dan menggambarkan produk yang ditawarkan yaitu roti goreng.

Logo yang penulis buat sengaja dibuat *simple* agar mudah untuk diingat oleh orang-orang, karena otak manusia umumnya mengingat hal yang simple dan melupakan hal yang rumit. Warna yang penulis pilih adalah coklat karena coklat melambangkan keamanan dan rasa nyaman, dimana rasa nyaman dapat membuat orang ketagihan.

- **Identitas Bisnis**

- Kontak

Agar memudahkan pelanggan tentunya kita harus memberikan kontak bisnis kita, sehingga memudahkan pelanggan untuk menghubungi dan mengetahui apa yang terjadi dengan bisnis yang kita jalankan. Berikut adalah kontak Ig dari Ganji :

GAMBAR 3

INSTAGRAM GANJI



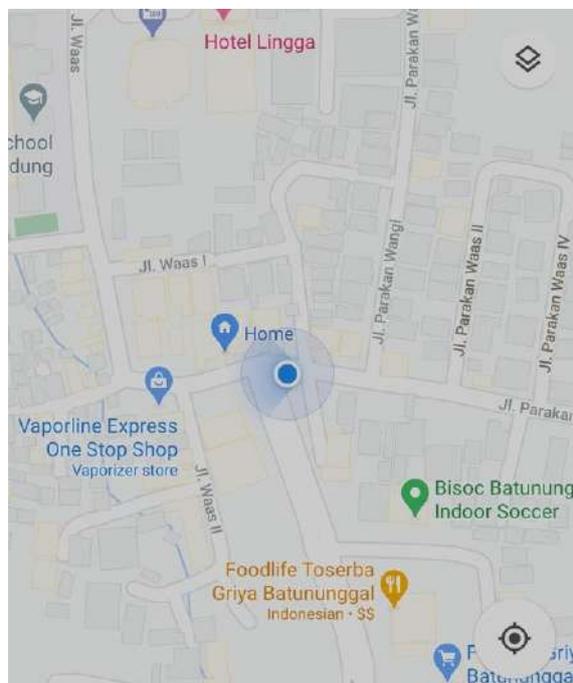
Sumber : Olahan Penulis 2020

- Alamat/Lokasi

Agar memudahkan penulis dalam mengurus bisnis yang akan dijalankan, untuk sementara rencana lokasi yang dipilih adalah ruko milik penulis yang ada didepan rumah penulis. Ruko ini memiliki luas yang ideal untuk berjualan Ganji, bahkan terdapat kulkas dan wastafel sederhana juga didalamnya. Alamat ruko yang dimaksud berada di Jalan Parakan Waas no 26, Batununggal, Bandung, 40266.

GAMBAR 4**RENCANA TEMPAT USAHA GANJI DI KOTA BANDUNG**

Sumber : Google Maps

GAMBAR 5**RENCANA LOKASI USAHA GANJI DI KOTA BANDUNG**

Sumber : Google Maps

C. Visi dan Misi

- Visi

Visi perusahaan adalah gambaran atau tujuan perusahaan yang ingin diraih dalam jangka waktu panjang. Pentingnya visi perusahaan yaitu sebagai ukuran atau strategi untuk mencapai hasil yang diinginkan oleh perusahaan, maka dari itu perusahaan yang baik tentunya juga harus memiliki visi yang baik agar dapat berkembang.

Untuk Visi dari Ganji sendiri adalah sebagai *franchise* roti goreng cepat saji pertama sebagai makanan dengan produk yang inovatif dan unik di Indonesia.

- Misi

Agar visi dapat terlaksana dengan baik tentunya Ganji juga harus memiliki misi yang membantu visi tersebut dengan baik sebagai berikut.

1. Menyajikan produk makanan yang praktis, mudah dibawa, mudah dimakan, dan tentunya enak.
2. Menyajikan produk makanan yang unik dan inovatif.
3. Menyajikan berbagai varian rasa yang unik dan disukai oleh banyak orang.
4. Memberikan produk dan pelayanan terbaik pada *customer*.

D. SWOT Analysis

Menurut (Rangkuti 2008, 19) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan/bisnis. Metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam

suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunitites, threats*) yang dihadapi dunia bisnis.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat kita pahami bahwa dalam membuat suatu usaha/bisnis diperlukan adanya strategi yang benar dan baik agar bisnis yang dijalankan juga dapat berjalan dengan baik. Untuk menerapkan strategi dan peluang yang baik, penulis akan menggunakan metode analisis SWOT yang sudah dijelaskan diatas yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

TABEL 1.2

**JUMLAH PENDUDUK INDONESIA BERDASARKAN KELOMPOK USIA
TAHUN 2020**

Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Peluang (<i>Opportunities</i>)
<ul style="list-style-type: none"> • Menjual produk makanan cepat saji yang unik, berbeda, dan baru • Bahan-bahan yang digunakan homemade (termasuk <i>sauce</i>) • Kualitas produk yang baik dan rasanya enak • <i>Packaging</i> yang praktis dan mudah dibawa • Varian menu yang unik • Memiliki ciri khas tersendiri karena produk yang ditawarkan masih termasuk unik dan baru 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan dan orang-orang semakin sibuk beraktivitas, sehingga memerlukan makanan yang cepat dan praktis • Tingginya konsumsi roti dan gorengan di Indonesia • Produk yang unik dan baru sehingga dapat mejadi trendsetter • SOP yang mudah dipelajari sehingga berpotensi menjadi <i>franchise</i> yang banyak diminati oleh calon-calon pembeli

<ul style="list-style-type: none"> • Digoreng menggunakan <i>air fryer</i> sehingga lebih sehat dan rendah kalori 	<i>franchise</i>
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
<ul style="list-style-type: none"> • Ruang produksi yang terbatas • Proses produksi yang lama karena harus dibentuk satu per satu 	<ul style="list-style-type: none"> • Karena produknya masih unik maka kemungkinan besar akan terjadi plagiarisme. • Ketersediaan bahan dari supplier

Sumber : Olahan Penulis 2021

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Produk yang akan ditawarkan oleh Ganji merupakan *fast food*/makanan cepat saji yang praktis dan mudah dibawa. Produk ini mirip sekali dengan sandwich namun bukannya ditost atau dihidangkan secara langsung, melainkan digoreng menggunakan *air fryer*, sehingga produk menjadi lebih sehat dan tetap enak. Ganji ini sangat cocok untuk orang-orang yang sibuk beraktivitas dan memerlukan makanan yang cepat dan praktis, karena produk ini akan dibuat menjadi produk yang praktis, cepat, mudah dimakan, dan mudah dibawa-bawa.

Penulis juga berencana membuat Ganji ini sebagai *franchise* nantinya, sehingga orang-orang dapat dengan mudah menemukan dan membeli produk Ganji ditempat terdekat dari lokasi *customer*. Karena sistem *service* dan pembuatannya yang cukup *simple*, dan mudah dipelajari, maka dari itulah penulis menginginkan untuk membuat bisnis ini sebagai *franchise* kedepannya. Agar penulis mendapatkan keuntungan tambahan, nantinya juga akan diberlakukan *fee* sekitar 1% dari keuntungan yang didapat pembeli sekaligus pemilik *franchise* ini.

Untuk mempermudah *customer*, Ganji juga akan mendaftarkan produknya ke berbagai gojek *online*, sehingga pembeli bukan hanya mendapatkan makanannya secara cepat tetapi juga nyaman dan tidak perlu pergi atau mengantri ke tempat. Bukan hanya pemesanannya saja yang dapat dipesan secara *online*, penulis juga berencana untuk mendaftarkan sistem pembayarannya ke berbagai *E-wallet*, sehingga mempermudah dan mempercepat proses pembayaran pembeli nantinya.

F. Jenis/Badan Usaha

Menurut Undang-Undang Ketentuan Umum Pajak Indonesia, pengertian badan usaha adalah sekumpulan orang dan atau modal yang merupakan kesatuan, baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, Badan Usaha Milik Negara atau Milik daerah, firma, kongsi, organisasi sosial politik, atau organisasi lainnya, lembaga badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk badan usaha tetap.

Walaupun penulis berencana membuat Ganji menjadi *franchise*, akan tetapi ada beberapa kriteria menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor : 25/M-DAG/PER/8/2012 yang harus dipenuhi dalam membangun sebuah *franchise* seperti berikut.

1. Usaha terbukti sudah memberikan keuntungan dan memiliki pengalaman setidaknya 5 tahun serta memiliki kiat bisnis untuk mengatasi persoalan usaha.

2. Terdapat Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar. Hal ini berupa merek, hak cipta, hak paten, lisensi, dan rahasia dagang yang sudah memiliki sertifikat dari instansi berwenang.

Karena kriteria-kriteria tersebut penulis tidak dapat langsung mendaftarkan Ganji sebagai usaha *franchise*. Maka penulis akan membuat badan usaha perseorangan terlebih dahulu. Menurut Wikipedia definisi perusahaan perseorangan adalah suatu perusahaan/bisnis yang dimiliki oleh pemilik tunggal, sedangkan pengusaha perorangan merupakan pemilik dari suatu usaha perorangan tersebut. Perusahaan perseorangan menurut UU nomor 3 tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan termasuk perusahaan yang wajib didaftarkan ke Kantor Pendaftaran Perusahaan, kecuali jika perusahaan tersebut diurus atau dikelola pribadi dengan pemiliknya dan hanya mempekerjakan anggota keluarga.

G. Aspek Legalitas

Berbeda dengan perusahaan berbentuk badan usaha yang pengaturan legalitasnya sudah cukup jelas. Untuk usaha mikro atau perusahaan perorangan belum ada aturan yang jelas mengenai proses legalitasnya di Indonesia. Walaupun begitu bukan berarti usaha perorangan tidak dapat mendaftarkan usahanya. Aturan terbaru perizinan usaha yakni *Online Single Submission/OSS* memberi kesempatan yang sama bagi perusahaan perorangan, CV, dan PT untuk mendaftarkan dan memproses izin usaha atau legalitasnya secara hukum.

Saat ini melalui Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah, pemerintah mengeluarkan aturan terbaru yang memudahkan Usaha Mikro dan Kecil memperoleh izin usaha yaitu, Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan

Menengah Nomor 2 tahun 2019 tentang Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Bagi Usaha Mikro-Kecil ("PermenkopUKM 2/2019").

Tentunya karena lahirnya aturan terbaru diatas akan semakin mempermudah prosedur izin usaha/legalitas dari usaha mikro kecil / usaha perorangan. Karena diawal penulis berencana mendirikan Ganji sebagai perusahaan perorangan terlebih dahulu sebelum menjadi *franchise*, maka tentunya penulis ingin untuk mendaftarkan izin usahanya sah secara hukum, agar usaha/bisnis yang dijalankan oleh penulis lebih aman dan tentunya akan lebih mudah mengurus dokumen dan persyaratan saat nanti hendak mengembangkan Ganji menjadi *franchise*.

NIB adalah Nomor Induk Berusaha yang berlaku sebagai identitas/tanda daftar perusahaan pelaku usaha setelah melakukan pendaftaran yang diterbitkan oleh Lembaga OSS. Berikut adalah persyaratan yang diperlukan untuk pendaftaran usaha perorangan di OSS :

1. Nama dan NIK
2. Alamat tempat tinggal
3. Bidang usaha
4. Lokasi penanaman modal
5. Besaran rencana penanaman
6. Rencana penggunaan tenaga kerja
7. Nomor kontak usaha dan/atau kegiatan
8. Rencana permintaan fasilitas fiskal, kepabeanan, dan/atau fasilitas lainnya
9. NPWP pelaku usaha perorangan

Dengan memiliki NIB, maka usaha perorangan milik penulis sudah terdaftar sah secara hukum.

Tentunya yang harus penulis daftar bukanlah NIB saja, melainkan ada lagi hal yang sama pentingnya dengan NIB yaitu merek dagang alias Ganji itu sendiri. Dengan melindungi merek penulis secara hukum, bukan saja merek dagang penulis yang diakui secara hukum negara, tetapi juga orang lain yang menyalahgunakan merek dagang penulis bisa diadili secara hukum dan salah satu keuntungan yang didapat adalah mempermudah untuk membuka bisnis *franchise*, karena artinya *brand*/merek kita sudah dianggap eksklusif atas penggunaan merek dagang. Berikut adalah cara mendaftarkan merek dagang ke Kementerian Hukum dan Asasi Manusia secara online:

1. Registrasi di akun merek dgip.go.id
2. Klik tambah untuk membuat permohonan baru
3. Pesan kode billing dengan mengisi tipe, jenis, dan pilihan kelas
4. Lakukan pembayaran sesuai tagihan pada aplikasi
5. Isi seluruh formulir yang tersedia
6. Unggah data dukung yang dibutuhkan antara lain label merek, tanda tangan pemohon, dan surat keterangan UMK (jika pemohon merupakan usaha mikro atau usaha kecil)
7. Jika dirasa semua sudah diisi secara benar, selanjutnya klik selesai permohonan sudah diterima
8. Selanjutnya, DJKI Kemenkumham akan melakukan pemeriksaan formalitas pada permohonan merek yang diajukan dalam waktu 15 hari. Jika syaratnya lengkap, maka hasilnya akan diumumkan dalam waktu 2 bulan.