

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jawa Barat salah satu provinsi yang merupakan daerah yang berada di bagian barat pulau Jawa, Indonesia, yang memiliki ibukotanya yaitu Bandung. Jawa Barat memiliki 9 kota, serta memiliki 18 kabupaten. Provinsi Jawa Barat terlahir pada tanggal 19 Agustus 1945 yang dimana dua hari kelahiran bandung setelah kemerdekaan Indonesia, serta menjadi Provinsi pertama yang dibentuk di Indonesia. Dengan dasar hukum Undang-Undang nomor 11 tahun 1950 tentang pembentukan Provinsi Jawa Barat.

Menurut data Dirjen PUM Kemendagri, Provinsi Jawa Barat memiliki luas wilayah seluas 35.377,76 km². Menurut data BPS Provinsi Jawa Barat 2019, memproyeksikan jumlah penduduk Jawa Barat mencapai 49,02 juta jiwa, dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 24,8 juta jiwa sedangkan perempuan mencapai 24,2 juta jiwa.

Dilihat dari perkembangan pariwisatanya, Jawa Barat kini makin memantapkan statusnya sebagai salah satu Provinsi Pariwisata. Apalagi, mereka sudah melaunching '*West Java Calender of Event 2019*' yang dimana akan ada 262 kegiatan wisata pada tahun 2019 untuk mendorong tercapainya kunjungan wisatawan. Provinsi Jawa Barat sendiri diberkahi keindahan alam gunung, bukit, pantai yang sangat indah. Tempat wisata yang terkenal di Jawa Barat yaitu Kawah Putih, Green Canyon, Pantai Ujung Genteng, dan yang lainnya. Tempat wisata yang sebegitu banyak di Jawa Barat sehingga menjadikan Provinsi ini sebagai Provinsi Pariwisata.

Hal ini terjadi karena Jawa Barat terus membenahi fasilitas pariwisata untuk memancing lebih banyak wisatawan. Banyaknya kota di Jawa Barat dengan tempat wisata yang berbeda sehingga provinsi tersebut memiliki daya tarik tersendiri seperti kota Karawang. Karawang salah satu kota di Provinsi Jawa Barat yang terkenal sebagai kota industri di mana wilayah ini dikelilingi pabrik-pabrik atau industri. Sebelum dikenal dengan sebagai kota industri dahulu kota Karawang dikenal sebagai kota lumbung padi, karena di daerah Karawang banyak sekali sawah-sawah disekitar. Namun sekarang Karawang lebih dikenal sebagai kota industri, dan dalam tempat wisata masih dalam masa pembenahan yang harus dilakukan dikarenakan banyaknya tempat wisata bersejarah di daerah karawang seperti tugu kebulatan proklamasi dan banyaknya para pelaku usaha untuk membuat tempat wisata baik dari wisata kuliner ataupun wisata edukasi.

Berdasarkan jumlah pendataan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata di kota Karawang, pada tahun 2016 sebesar 649 wisatawan mancanegara, sedangkan untuk wisatawan domestik sebanyak 4.574.411. Jumlah ini berbeda dengan jumlah kunjungan wisatawan ke obyek akomodasi di kota Karawang pada tahun 2016 yakni untuk wisatawan mancanegara sejumlah 61.273, sedangkan untuk wisatawan domestik hanya 73.971 wisatawan. Tabel 1 akan menunjukkan jumlah penduduk kota Karawang dari tahun 2014 – 2017.

TABEL 1
JUMLAH PENDUDUK KOTA KARAWANG
PERIODE TAHUN 2014 – 2017

No.	Tahun	Jumlah Total Penduduk
1.	2013	2.225.383
2.	2014	2.250.120
3.	2015	2.273.579
4.	2016	2.295.778

Sumber : Laporan Kinerja Pemerintah Kabupaten Karawang Tahun 2017

Jika dilihat berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa pada setiap tahun penduduk di kota Karawang mengalami kenaikan, namun tidak dalam jumlah wisatawan nya yang mengalami perbedaan yang besar dari segi wisata dan akomodasinya. Hal ini menjadi tujuan pemerintah Kota Karawang untuk membenahi terus juga menambah infrastruktur dalam bidang pariwisata.

Perkembangan di kota Karawang berada dijalur yang pesat. Dapat dilihat dari julukan kota Karawang yang dahulu kota lumbung padi menjadi kota industri, sehingga hal ini bisa kita lihat banyaknya bisnis – bisnis dalam bidang perkantoran dan bidang pariwisata yang muncul juga berkembang di kota Karawang, diantaranya bisnis kuliner. Dengan berbagai konsep dan tema yang berbeda dengan ciri khasnya tersendiri untuk menarik para konsumen. Sehingga mempunyai daya tarik tersendiri agar tidak pernah kehilangan pengunjung. Apalagi dalam bidang bisnis kuliner yang dimana orang pasti membutuhkannya, salah satunya adalah restoran.

Istilah *Restaurant*, Restoran, atau rumah makan, menurut Arief (2005:31) yaitu industri tak terbatas, yang melayani dan menyediakan makanan dan minuman untuk yang tidak berada di ruamahnya. Jenis-jenis

restoran yang dijelaskan oleh Torsina (2000:14) terdapat 10 jenis restoran orisinal yang berkembang sekarang ini, salah satunya *Fast Food restaurant*. Torsina juga menjelaskan bahwa *fast food restaurant* merupakan rumah makan yang dimana menunya sudah siap disajikan dan memiliki batasan dalam jenis ataupun dekorasinya. Harga yang ditawarkan cukup dan dapat dijangkau semua orang, karena lebih mementingkan banyak pelanggan. Restoran jenis ini sering disebut juga dengan *eat in* (makan di restoran) dan *take away* (dibungkus untuk dimakan di luar restoran). Rumah makan atau restoran cepat saji merupakan suatu industri yang didalamnya melayani makanan dan minuman dengan cepat dimana menu nya telah disajikan ataupun segera tersedia membuat suasana restoran yang tenang harga yang ditawarkannya pun relatif sehingga mengutamakan kepuasan pelanggan.

Semakin berkembangnya kota Karawang, pasti bisnis rumah makan cepat saji akan lebih beraneka ragam, sehingga Penulis disini hendak membuat perencanaan bisnis rumah makan cepat saji di kota Karawang bernama Rumah Bubur Cilamaya. Rumah Bubur Cilamaya ini menawarkan bubur ayam dengan cita rasa khas daerah Cilamaya yang belum banyak ada, yang penyajiannya berbeda dengan bubur pada umumnya dengan menggunakan kuah kecap yang di dalamnya beragam rempah-rempah tersedia, tidak lupa ditambah dengan kerupuk mie dan pelengkap lainnya. Alasan yang melatar belakangi penulis ingin membuat rumah makan cepat saji bernama Rumah Bubur Cilamaya ini adalah sedikitnya jumlah usaha rumah makan yang mengangkat makanan khas bubur ayam dari daerah Cilamaya, dan nantinya rumah makan ini berbeda dalam sistem penyajian

juga dalam pelayanannya. Sehingga mempunyai perbedaan dalam segi produk juga pelayanannya yang membuat daya tarik tersendiri agar tidak pernah kehilangan pengunjung.

Untuk meyakinkan perencanaan bisnis ini nantinya, penulis meminta pendapat juga pandangan masyarakat kota Karawang terhadap konsep yang akan dibuat, melalui kuesioner *online* yang disebarakan. Dari hasil kuesioner yang disebarakan via *online*, penulis mendapatkan responden sejumlah 100 orang. Penulis mengolah data hasil responden yang dirangkum dalam tabel 2.

TABEL 2
DATA KUESIONER TENTANG PELUANG RUMAH BUBUR
CILAMAYA DI KOTA KARAWANG
n=100

NO	PERTANYAAN	TANGGAPAN	
		YA	TIDAK
1	Apakah anda penikmat bubur ayam?	84	16
2	Berapa kali anda memakan bubur ayam dalam satu bulan?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kurang dari 2 kali sebanyak 41 ▪ 3 sampai 5 kali sebanyak 45 ▪ Lebih dari 6 kali sebanyak 14 	
3	Apakah anda pernah memakan bubur ayam dengan buburnya menggunakan beras merah dengan kuah kecap?	22	78
4	Apakah anda akan menyukai bubur jika varian <i>topping</i> beragam ?	96	4
5	Apakah anda ingin mengunjungi rumah makan bubur yang unik dengan pelayanan dan varian bubur seperti diatas?	98	2
6	Apakah anda berkenan membeli produk bubur ayam dengan pelayanan dan produk berbeda dengan harga berkisar Rp. 12.000 – Rp.25.000?	90	10

Sumber : Olahan Data Penulis, 2019.

Dari data kuesioner pada tabel 2 di atas yang disebarakan *online* oleh penulis didapatkan sebanyak 100 responden, dapat dilihat dari peminat makan bubur ayam di kota Karawang banyak, yakni menyentuh angka 84 orang, sehingga dari hal ini adanya suatu peluang yang baik dan dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh penulis. Dari tabel 2 tersebut juga terlihat hampir dari seluruh responden adalah penikmat bubur ayam yang rutin, juga tingginya tingkat konsumsi serta tingkat rasa terhadap makanan bubur ayam yang baru juga unik dapat menjadi peluang untuk dibuatnya perencanaan bisnis rumah makan bubur ayam tersebut.

Dengan latar belakang diatas, berdasarkan data di atas pula menjadi acuan penulis membuat suatu perencanaan usaha dengan judul **“PERENCANAAN BISNIS RUMAH BUBUR CILAMAYA DI KOTA KARAWANG”**.

B. Gambaran Umum Usaha Sejenis / Pesaing

Dalam kamus manajemen yang ditulis oleh Maribun (2003:276), persaingan adalah usaha yang bersaing dari beberapa usaha lain untuk menawarkan hal yang paling menguntungkan. Selain dari pengertian tersebut persaingan usaha juga ada di dalam UU No.5 tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat. Menurut Mujahidin (2007:27), persaingan bisnis adalah persetujuan dari pelaku usaha berdiri sendiri untuk mendapatkan konsumen yang membutuhkan harga dan kualitas yang bagus.

Sehingga dengan mengetahui gambaran awal dalam pesaing di lingkungan sekitar bisnis yang akan didirikan, kita dapat menentukan siapa target pasar yang kita ingin tuju, jika kita dapat mengetahui target pasar yang

ingin kita dapatkan, bisnis kita bisa berjalan dengan apa yang konsumen inginkan sehingga akan berjalan baik kedepannya. Menurut data sampel yang penulis buat, dari beberapa bubur ayam yang ada penulis hanya mengambil 4 contoh pesaing bubur ayam yang ada di Karawang dengan memiliki kriteria yang hampir sama dengan perencanaan bisnis yang penulis ingin buat, seperti dalam tabel 3 dibawah.

TABEL 3
DAFTAR RUMAH MAKAN BUBUR AYAM DI KARAWANG

No.	Nama Rumah Makan	Alamat
1.	Bubur Ayam dan Soto Ayam Dengklok	Jl. Tuparev No.9, Nagasari, Kecamatan Karawang Barat, Kota Karawang, Jawa Barat 41312
2.	Bubur Ayam Situdam	Jl. Barugbug, Jatisari, Barugbug, Kecamatan Jatisari, Kota Karawang, Jawa Barat 41374
3.	Bubur Ayam Spesial West Karawang	Jl. Pakuncen No.8, Sukaharja, Kecamatan Telukjambe, Kota Karawang, Jawa Barat 41336
4.	Bubur Ayam Mas Tole	Jl. Raya Cilamaya Blok Mawar No.13, Kecamatan Cilamaya Wetan, Kota Karawang, Jawa Barat 41384

Sumber : Olahan Data Penulis, 2019.

Dari tabel 3 di atas, jumlah 4 pesaing bubur ayam di Karawang yang penulis ambil, namun pesaing utama dari perencanaan bisnis yang sedang penulis buat yaitu Bubur Ayam Mas Tole. Bubur Ayam Mas Tole ini juga menyajikan produk bubur ayam khas Cilamaya yang di sajikan hanya satu pelengkap yaitu dari daging ayam dan jam buka rumah makan tersebut menggunakan sistem buka dari jam 05.00-17.00 WIB, yang buka dari pagi hingga sore.

Harga jual per item nya di bubur ayam mas tole berkisar antara Rp 5.000 – Rp 15.000. sehingga dari data tersebut dapat kita jadikan sebagai acuan dan hambatan umum pesaing bisnis kita nantinya.

C. Visi dan Misi

- Visi

Di dalam suatu perencanaan bisnis dan usaha harus memiliki visi yang mampu memperkuat usaha yang nantinya visi tersebut akan digunakan untuk membuat operasional usahanya berjalan lancar. Sama halnya dengan Rumah Bubur Cilamaya memiliki visi sebagai berikut.

Visi Rumah Bubur Cilamaya : “Menjadi rumah makan bubur ayam pertama yang sehat dengan inovasi terbaik dan cita rasa Indonesia.”.

- Misi

Untuk membantu visi agar berjalan usaha ini Rumah Bubur memiliki misi sebagai berikut.

1. Membuat makanan dengan beragam pilihan pelengkap, bubur yang bervairan, dan rasa kuah yang khas dari daerah Cilamaya.
2. Menciptakan makanan dan minuman yang unik dan juga sehat.

D. Analisis Peluang dan Hambatan

Pengertian peluang usaha dalam kewirausahaan menurut Hendro (2011:133), peluang usaha merupakan kreavitas dan inspirasi dari seseorang dan diambil kesempatan itu untuk membuka usaha untuk membantu semua orang. Dari pengertian tersebut dapat diartikan untuk memulai kesempatan dalam bisnis dapat dipecahkan dengan kreativitas dan inovasi. Untuk

mengukur peluang usaha yang baik, dan membantu mempermudah perencanaan bisnis usaha maka suatu usaha dapat menggunakan metode analisis *SWOT*.

Menurut Kotler & Armstrong (2008:64) analisis *SWOT* adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan. Analisis ini diperlukan untuk menentukan beberapa strategi yang ada di perusahaan. Salah satunya penempatan produk dan operasional.

Dilihat dari tabel 2 banyaknya permintaan, terlihat dari kuesioner tersebut inilah yang mendasari penulis untuk membuat perencanaan rumah makan cepat saji ini. Dari data tersebut juga penulis membuat tabel analisis *SWOT* agar mampu mempermudah untuk membuat perencanaan bisnis rumah makan cepat saji.

TABEL 4
ANALISIS *SWOT* PENULIS

Kekuatan (<i>strength</i>)	Peluang (<i>opportunities</i>)
<ul style="list-style-type: none"> • Berdiri di lokasi yang sangat strategis karena disekitarnya dikelilingi, rumah warga, perkantoran dan juga perusahaan swasta. • Menjual makanan cepat saji dengan konsep yang berbeda dan baru. • Tempat yang nyaman, bersih, tempat yang tepat untuk berkumpul bersama keluarga, teman, sahabat, rekan kerja dan yang lainnya, dan juga untuk tempat beristirahat atau bersantai setelah melakukan aktivitas lain. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan sistem <i>offline & online</i> dalam penjurannya. • Meningkatnya budaya sarapan yang sehat di pagi hari. • Adanya peluang sumber daya yang belum dimanfaatkan secara produktif.

TABEL 5
ANALISIS SWOT PENULIS (Lanjutan)

<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki ragam menu bubur yang cukup variatif dan varian topping juga varian bubur itu sendiri. 	
Kelemahan (<i>weaknesses</i>)	Ancaman (<i>threats</i>)
<ul style="list-style-type: none"> • Tidak adanya kestabilan kualitas bahan baku karena tidak menggunakan <i>supplier</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Banyaknya pesaing disekitar yang menjual produk sejenis.

Sumber : Olahan Penulis, 2019.

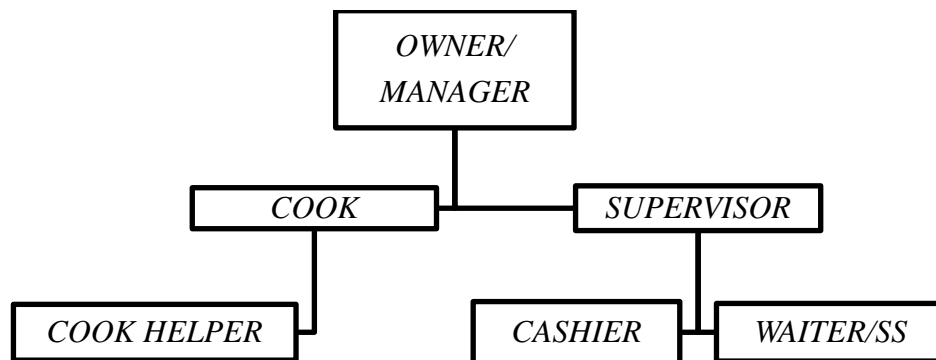
E. Jenis atau Badan Usaha dan Struktur Personalia atau Management

Menurut Dominick Salvatore dalam buku karya Sattar (2017:80), badan usaha merupakan organisasi yang melakukan kombinasi atau koordinasi berbagai daya dengan tujuan untuk menghasilkan dan membentuk barang atau jasa untuk dijual. Dari pengertian tersebut dapat kita ketahui bahwa badan usaha merupakan salah satu organisasi dimana yang mempunyai modal untuk melakukan perencanaan bisnis dalam perdagangan atau usaha sehingga menghasilkan dan membentuk barang atau jasa untuk dijual. Setelah mengetahui pengertian dari badan usaha, ada beberapa bentuk badan usaha di Indonesia, diantaranya adalah badan usaha milik negara (BUMN) dan badan usaha milik swasta (BUMS).

Badan usaha yang penulis gunakan untuk perencanaan bisnis ini menggunakan Perusahaan Perseorangan yang termasuk kedalam badan usaha milik swasta (BUMS). Menurut Sumarni & Soeprihanto (2003:44), pengertian perusahaan perseorangan adalah badan usaha/ perusahaan yang dimiliki perseorangan dalam pengelolaan yang sederhana dengan modal yang tidak terlalu besar, dan usahanya tergantung oleh pemiliknya.

Suatu usaha dapat berhasil jika dalam manajemennya terbentuk struktur organisasi yang baik sehingga mengetahui setiap tugas yang harus dikerjakan oleh masing-masing pegawai sesuai jabatan yang sudah disepakati bersama. Berikut adalah struktur organisasi “Rumah Bubur Cilamaya”.

GAMBAR 1
PERENCANAAN STRUKTUR ORGANISASI
RUMAH BUBUR CILAMAYA
DI KOTA KARAWANG



Sumber : Olahan Penulis, 2019.

F. Lokasi

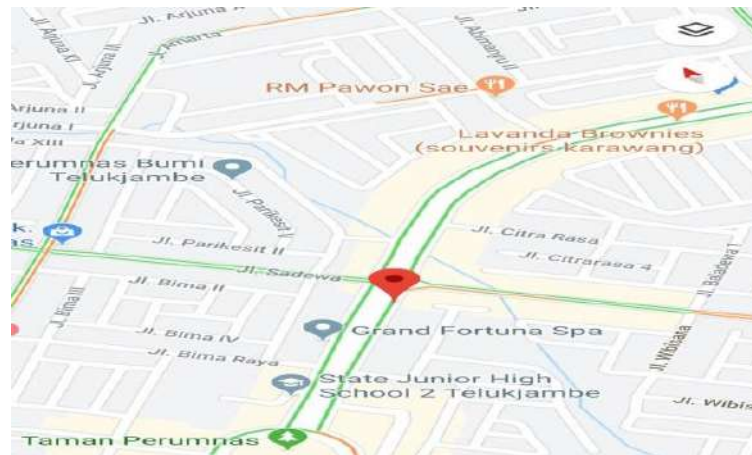
Menurut Kotler (2008:51) kunci utama dalam perencanaan usaha yaitu dengan memilih lokasi yang tepat. Sehingga dalam merencanakan suatu usah, lokasi adalah salah satu kunci yang terpenting dalam keberhasilan suatu usaha. Lokasi yang penulis pilih sebagai tempat usaha berada di Jalan Bharata Raya Blok K Nomor 6 Perum, Bumi Teluk Jambe, Karawang Barat, Jawa Barat. Gambar 2 dan 3 akan memperlihatkan lokasi usaha yang akan penulis jadikan nantinya.

GAMBAR 2 RENCANA TEMPAT USAHA RUMAH BUBUR CILAMAYA DI KOTA KARAWANG



Sumber : Olahan Penulis, 2019

GAMBAR 3
RENCANA DENAH LOKASI USAHA RUMAH BUBUR CILAMAYA
DI KOTA KARAWANG



Sumber : Olahan Penulis, 2019