



MEMBANGUN BISNIS KULINER SEBAGAI PEMULA

A. A Gede Ajusta, Nurullah Sururi Afif
Fakultas Teknik Dan Informatika Universitas Bina Sarana Informatika
(Naskah diterima: 1 September 2021, disetujui: 29 Oktober 2021)

Abstract

This research aims to take steps in building a business culinary as beginner. The existence of this research as a role model or guide for building a culinary business in Indonesia, so that the company can be run professionally. So that there will be more Culinary Business actors in Indonesia, they can even develop their business so that they go international. The research method used is a qualitative method with a descriptive research method with a qualitative approach. Research is focused on obtaining in-depth, meaningful and detailed data. The research informants were 5 people, namely: 3 culinary business owners and 2 employees. Data collection techniques through interviews with similar companies and Culinary Business experts. The results of the analysis show that there are at least 10 steps in building a culinary business including 1. Seeing market potential, 2. Benchmarking, 3. Selecting business and product models, 4. Forming teams and organizations, 5. Developing a Business Plan, 6. Getting a business model, 7. Prepare marketing plans, 8. Prepare operational plans, 9. Field execution, 10. Evaluation and improvement.

Keyword: *Build a Business, Culinary, Beginner*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk Langkah langkah dalam membangun bisnis, kuliner sebagai pemula. Kedapannya penelitian ini sebagai *role model* atau panduan untuk membangun bisnis kuliner yang ada di Indonesia, sehingga perusahaan dapat dijalankan dengan profesional. Sehingga akan muncul lebih banyak lagi pelaku Bisnis Kuliner di Indonesia, bahkan bisa mengembangkan usahanya sehingga *go internasional*. Metode Penelitian yang digunakan Metode Kualitatif dengan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian difokuskan untuk memperoleh data yang mendalam, mengandung makna dan detail. Informan penelitian sebanyak 5 orang yaitu: 3 pemilik bisnsi kuliner dan 2 Karyawan. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan perusahaan sejenis dan pakar Bisnis Kuliner. Hasil analisis menunjukkan bahwa minimal ada 10 langkah dalam membangun bisnis kuliner diantaranya 1. Melihat potensi pasar, 2. Melakukan *Benchmarking*, 3. Memilih model bisnis dan produk, 4. Membentuk tim dan organisasi, 5. Menyusun *Business Plan*, 6. Mendapatkan model

bisnis, 7. Menyusun rencana pemasaran, 8. Menyusun rencana operasional, 9. Eksekusi lapangan, 10. Evaluasi dan *improvement*.

Kata Kunci: Membangun Bisnis, Kuliner, Pemula

I. PENDAHULUAN

Usaha penyedia makanan dan minuman berskala menengah besar sebagian besar (70,35 persen) berlokasi di kawasan mall/pertokoan/perkantoran. Usaha yang berada di lokasi kawasan wisata (obyek wisata) hanya sebanyak 7,01 persen, dan lokasi lainnya seperti di kawasan industri, hotel, dan lokasi lainnya (kawasan perumahan, pemukiman) sebanyak 22,64 persen (BPS, 2018).

Bisnis kuliner sebagai usaha sepanjang masa, karena setiap orang butuh makan dan minum dalam hidupnya, sehingga bisa dipastikan usaha makanan selalu dibutuhkan oleh setiap orang. Bisnis kuliner tetap dapat tumbuh dan berkembang meskipun terjadi krisis global. Menurut Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia (GAPMMI), 2012), total omzet usaha kuliner pada 2011 mencapai Rp. 650 triliun, tumbuh 8,34% dibanding 2010. Tahun 2012 diperkirakan naik 2% dibanding 2011. Di sisi lain banyak orang berpikir bahwa melakukan kegiatan bisnis kuliner sebagai usaha yang mudah, asal bisa

memasak dan menyajikan makanan dengan baik maka usaha makanan bisa dibuka dan berjalan dengan mulus. Namun, kenyataannya tidaklah semudah itu. Dewasa ini, persaingan di usaha kuliner menjadi semakin ketat, sehingga diperlukan berbagai pengetahuan, sikap, dan keterampilan, sehingga usaha makanan bisa bertahan.

Menurut Diah Kusuma Pitasari (2010), dengan hadirnya internet perusahaan dapat menjalankan bisnisnya lebih efisien, dan memungkinkan berkomunikasi dengan cepat walau berada di lokasi yang berbeda. Sementara bagi masyarakat, internet dapat memudahkan dalam pencarian informasi, bersosialisasi, maupun melakukan aktifitas lainnya. Internet telah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi setiap individu masyarakat, perusahaan bahkan pemerintahan. Perkembangan internet yang cepat telah memunculkan media baru dalam bersosialisasi yaitu media sosial.

Dalam membangun bisnis kuliner saat ini, tidak hanya dibutuhkan *skill* atau keahlian memasak saja, namun juga harus merupakan satu kesatuan antara *skill* memasak, manaje-

men, pemasaran baik *offline* maupun pemasaran *online*,branding.

II. KAJIAN TEORI

Sugiyono (2011), “Membagi analisis data dalam penelitian, berdasarkan tahapan dalam penelitian kualitatif”. Tahapan penelitian kualitatif menurut Spradley bahwa proses penelitian kualitatif setelah memasuki lapangan, dimulai dengan menetapkan seseorang informan kunci “*key informant*” yang merupakan informan yang berwibawa dan dipercaya mampu “membuka pintu” kepada peneliti untuk memasuki obyek penelitian. Setelah itu peneliti melakukan wawancara kepada informan tersebut dan mencatat hasil wawancara. Selanjutnya perhatian peneliti pada obyek penelitian dan memulai mengajukan pertanyaan deskriptif, dilanjutkan dengan analisis terhadap hasil wawancara.

Manusia memiliki kebutuhan yang bera-neka ragam, namun ada kebutuhan primer yang harus dipenuhi, seperti: makanan, pakaian dan perumahan. Kebutuhan ini merupakan syarat utama untuk mencari kemakmuran. Usaha kuliner adalah daya upaya manusia yang berhubungan dengan penyediaan kesukaan orang lain dalam bidang makanan.

Faktor yang mendorong individu dalam melakukan usaha kuliner adalah (Wulan Ayodya, 2007) :

1. Makanan merupakan kebutuhan pokok
2. Orang butuh makan
3. Hobi makan atau hobi masak
4. Melihat peluang bisnis ini masih besar.
5. Mempunyai resep khas yang mungkin akan banyak disukai karene enak
6. Pernah mengikuti pendidikan dalam bidang kuliner
7. Tergiur dengan profit yang cukup besar
8. Melihat keberhasilan rumah makan yang sudah ada.

Usaha kuliner yang baik tidak selalu berpedoman pada besarnya keuntungan yang ingin diperoleh, tetapi juga harus memperhatikan bahwa setiap pembeli mempunyai selera, daya beli dan menginginkan pelayanan yang memuaskan sehingga pembeli itu mau menge-luarkan uang untuk membayar hidangan yang dimakannya (Veni Indrawati, 2000).

Namun usaha kuliner memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan usaha kuliner antara lain (Wulan Ayodya, 2000) :

1. Apabila usaha rumah makan dijalankan dengan baik dan sangat laris, maka akan memberikan keuntungan karena profit untuk bisnis makanan biasanya diatas 30%.

2. Dapat memulai usaha dengan modal relatif minim dengan memilih jenis usaha rumah makan sekala kecil.
3. Dapat dijalankan secara sampingan dan rumahan tanpa mengganggu pekerjaan utama.

Sedangkan kelemahan usaha kuliner antara lain (Wulan Ayodya, 2000) : Apabila rumah makan yang dikelola kurang laris maka banyak bahan makanan yang tidak terpakai karena busuk atau basi, sehingga menyebabkan kerugian.

1. Rumah makan harus memperhatikan kualitas bahan yang higienis, apabila kurang cermat maka dapat mengakibatkan keracunan pada konsumen.
2. Apabila menu yang disajikan mempunyai rasa yang tidak disukai, otomatis usaha rumah makan tersebut kurang laris.

Dua hal itu merupakan hal penting yang harus dipertimbangkan sebelum seseorang membuka usaha kuliner. Sementara itu, faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam menjalankan usaha kuliner antara lain adalah lokasi, rasa makanan dan cara penyajian, kekhasan, dan promosi (Agromedia, 2007).

Jika kelima faktor ini dapat berjalan dengan baik dapat mengatasi kelemahan dalam membuka usaha kuliner. Usaha kuliner memi-

liki beberapa bentuk yaitu (Veni Indrawati, 2000) :

1. Usaha rumah : termasuk perusahaan kecil atau perusahaan menengah.
2. Usaha di luar rumah : perusahaan sedang atau perusahaan besar
3. Usaha di dalam kota : di komplek persto-koan atau di pasar.
4. Usaha di luar kota : di pinggiran kota atau di kota yang strategis pada jalur lalu lintas menuju atau dari luar kota tertentu.
5. Usaha makanan/minuman di tempat rekreasi tertentu, yang bersifat modern atau bersifat tradisional.
6. Usaha boga di komplek tertentu : sekolah, hotel dan lembaga-lembaga lain.

Pembagian usaha kuliner berdasarkan sifat, yaitu (Veni Indrawati, 2000) :

1. Usaha kuliner yang bersifat komersial Usaha yang bertujuan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya.
2. Usaha kuliner yang bersifat semi komersial Usaha yang memiliki tujuan untuk memenuhi kepentingan umum atau kepentingan orang banyak, namun tetap melakukan langkah-langkah komersial, yaitu untuk mencari laba guna menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memelihara kelangsungan hidup usaha tersebut.

3. Usaha kuliner yang bersifat sosial Usaha yang sepenuhnya ditujukan kepada segi perikemanusiaan, sehingga tidak melaksanakan hal-hal yang bersifat komersial. Dana yang digunakan untuk penyelenggaraan makanan didapat dari bantuan pemerintah, yayasan dan sebagainya.

Di sisi lain banyak orang berfikir bahwa melakukan kegiatan atau usaha kuliner merupakan usaha yang mudah, asal bisa memasak dan menyajikan makanan dengan baik maka usaha makanan bisa dibuka dan berjalan dengan mulus. Berdasarkan pembahasan diatas, usaha kuliner dapat dibangun melalui beberapa pertimbangan, berbagai pengetahuan, sikap, dan keterampilan, sehingga usaha makanan bisa bertahan.

III. METODE PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, digunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian difokuskan untuk memperoleh data yang mendalam, mengandung makna dan detail. Menurut pendapat Bogdan dan Taylor yang di kutip Lexy J. Moelong (2000), bahwa metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari sumber data serta perilaku yang diamati.

Tujuan penelitian yang bersifat deskriptif yaitu menggambarkan suatu keadaan atau kondisi sebenarnya yang terjadi selama penelitian dilakukan, memberikan gambaran nyata serta akurat sesuai dengan faktor-faktor dan fenomena yang terjadi tanpa melakukan perlakuan khusus atau manipulasi. Sebagaimana yang dijelaskan bahwa penelitian deskriptif tidak ditujukan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan apa yang ditemukan pada suatu variabel, gejala atau keadaan. Penelitian yang dilakukan dimaksudkan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan 10 langkah langkah dalam membangun bisniskuliner.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah wawancara. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh kedua belah pihak, yaitu pewawancara, yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pernyatanya itu. (Moelong,2013). “Analisis data adalah proses yang mencari dan menyusun secara sistematis dari data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan cara mengorganisasikan data dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sistensi, menyusus kedalam pola, memilih

mana yang penting dan yang akan dianalisis dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain”.

Menurut Santori & Komariah (2012) diperlukan tahapan analisis data yaitu: Pengumpulan data (*data collection*) Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan penelaah dokumen pada subjek penelitian yang akan diteliti oleh penulis.

Reduksi data (*reduction*) Data yang telah diperoleh kemudian ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan disusun berdasarkan data yang diperoleh, dirangkum, dipilih hal-hal pokok dan difokuskan pada hal-hal yang penting.

Penyajian data (*data display*) Langkah selanjutnya adalah mereduksi data atau menyajikan data. Teknik penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, dan penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Data display untuk memudahkan dan memahami apa yang terjadi dan juga untuk merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

Kesimpulan dan verifikasi Selanjutnya adalah penarik kesimpulan dan verifikasi dari apa yang telah direduksi sebelumnya. Verifi-

kasi dilakukan sepanjang penelitian berlangsung sejalan dengan triangulasi sehingga menjamin signifikasi atau kebermaknaan hasil penelitian.

Teknik Analisa Data

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data yang ada. Moleong (2013) membedakan empat macam triangulasi yaitu memanfaatkan sumber, metode, dan teori. Berikut penjelasan tiga macam triangulasi diatas. Uji triangulasi yang dilakukan penulis adalah memperoleh data melalui hasil wawancara dengan keempat informan yang telah ditetapkan, kemudian hasil wawancara akan diuji keabsahannya dengan menggunakan teknik triangulasi sumber. Jawaban kelima informan yang diperoleh dari hasil wawancara akan dibandingkan satu dengan yang lain untuk diuji konsistensinya dari hasil wawancara yang didapat.

IV. HASIL PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai

Tujuan dari penulisan membangun bisnis kuliner dari nol adalah untuk dapat dijadikan panduan bagi calon usahawan dibidang kuliner, sehingga calon pebisnis dibidang kuliner dapat mengetahui pengetahuan dalam memba-

ngun bisnis kuliner dan mengetahui langkah-langkah dalam membangun bisnis kuliner, sehingga kedepannya semakin banyak pebisnis dibidang kuliner.

Tahapan Membangun Bisnis Kuliner Dari Nol

1. Melihat Potensi Pasar

Lihat bisnis-bisnis yang sudah rame, mereka jualan apa, lihat bisnis yang banyak antrian GoFood / GrabFood / ShopeeFood, mereka jualan apa, cari benchmarking bisnis yang sudah rame, lihat area di mana lokasi jualan, prospek apa yang menarik, tanya-tanya ke konsumen sekitar tempat akan jualan produk yang sesuai.

2. Melakukan Benchmarking

Kita harus tahu siapa kompetitor kita, bagaimana bisnis konsepnya, produk apa yang mereka jual, apakah ramai, Kenapa ramai (tanya konsumennya dengan melakukan survey). Pantau media sosial yang dimiliki apa saja yang dilakukan, catat secara detailnya. Lihat operasionalnya seperti apa, pura-pura jadi konsumen, cari-cari info omsetnya berapa, suppliernya siapa dan lain sebagainya.

3. Memilih Model Bisnis & Produk

Tentukan mau masuk ke model bisnis yang mana?, apakah model Outlet, Ghost kitchen, Booth, *Purchase order* (PO), reseller. Sesuaikan kapasitas dan kemampuan kita saat ini, cari produk yang memang laku dulu dipasaran.



Gambar 1 : Format contoh Cafe yang unik

4. Membentuk Tim & Organisasi

Dalam membentuk team minimal punya partner (teman, istri, keluarga), bikin perjanjian secara resmi di Notaris untuk menjaga hal-hal yang tidak diinginkan, apabila terjadi perselisihan dapat diselesaikan dengan baik. Cari partner yang saling mengisi kompetensinya.

5. Menyusun *Business Plan*

Membuat atau belajar bagaimana menyusun *Business Plan*, minimal marketing dan *sales plan*. Buat hitung-hitungan keuangan, sederhana saja yang penting ada, sambil berjalan. Susun rencana minimal 6 bulan dan 1 tahun dulu.

Tabel 1 : *Business Plan*

Bagian Konsep Bisnis	Penjelasan
Executive Summary / Ringkasan	Berisi ringkasan dari semua bagian <i>business plan</i> .
Company Description / Deskripsi Perusahaan	Berisi info lengkap seputar perusahaan yang dibangun. Di dalamnya memuat informasi soal: - Lokasi - Nama pemilik dan pengalaman relevan - Kontak pemilik bisnis - Status legal badan usaha - Tujuan jangka pendek dan jangka panjang - Keterangan singkat soal riset pasar dan tren industri kuliner di lokasi tersebut - Nilai unik dan layak jual dari bisnis kuliner
Market Analysis / Analisis pasar	Bagian ini memuat hasil pengamatan Anda di langkah sebelumnya. Ada tiga hal yang harus masuk dalam bagian ini: - Target pasar yang dituju - Analisis kompetitor - Analisis marketing
Menu / Menu	Berbentuk <i>mock up</i> atau tiruan menu yang nantinya dipakai di restoran. Memuat daftar menu produk yang dijual beserta harganya.
Employees / Pegawai	Berisi struktur organisasi dari bisnis kuliner. Memuat posisi-posisi yang dibutuhkan dan tugas-tugasnya.
Restaurant Design / Desain Restoran	Bagian ini memuat desain restoran secara keseluruhan. Tak cuma desain tempat dan interiornya saja, melainkan juga alat-alat yang dibutuhkan supaya bisnis kuliner bisa berjalan.

6. Mendapatkan Modal Bisnis

Untuk mengetahui modal bisnis wajib punya *business plan*. *Business Plan* ini jadi dasar buat cari investor kalau diperlukan. Sebaiknya modal awal sendiri atau bantuan pinjaman bisa dari orang tua, teman, keluarga, jangan pakai modal pinjaman dari bank atau leasing, supaya nantinya kalau ada kendala tidak pusing. Investor sebaiknya cari yang dikenal-kenal dulu, akad buat tertulis di notaris jadi *clear* dan jelas. Cari investor yang siap untung dan rugi, bukan siap untung saja.

7. Menyusun Rencana Pemasaran

Tahap awal dalam rencana pemasaran harus bisa Jualan. Belajar marketing, *selling*, wajib karena *no selling* berarti bukan bisnis. Pelajari media penting untuk promosi seperti Instagram dan TikTok untuk promosi, WA Business dan *Delivery Online* untuk *Sales Channel*. Konsisten belajar dan *upgrade*, agar dapat Polanya. Kalau ada selisihkan *budget* untuk kegiatan promosi dan diukur efektifitasnya



Gambar 2: Format dalam menyusun rencana pemasaran

8. Menyusun Rencana Operasional

Belajar tentang operasional bisnis kuliner, banyak yang free atau mengikuti pelatihan. Buat Standar Operasional Prosedure (SOP), *Key Performance Indicator* (KPI) dan Target. Sederhananya yang penting semua dituliskan dalam dokumen apapun, dibuat detail,

dibuat angka target dan jadikan itu patokan untuk menjalankan bisnis. Terlibatlah sehari-hari, jangan belum-belum mau *AUTOPilot*.

Tabel 2 : Format jenis pengeluaran operasional

Kategori Pengeluaran	Jumlah (Rp)
Tagihan dan sewa	
<i>Sewa tempat</i>	
Biaya listrik	
Biaya air	
Biaya gas	
Biaya keamanan	
Tagihan telepon	
Tagihan sampah	
Bahan baku dan produk	
Bahan baku 1	
Bahan baku 2	
Bahan baku 3 (dst)	
Biaya pembuatan kemasan	
Sumber Daya Manusia	
Gaji pegawai	
Tagihan BPJS Ketenagakerjaan	
Promosi dan iklan	
Biaya iklan	
Cetak kupon	
Cetak banner	
TOTAL	

9. Eksekusi Lapangan

Apabila dari 8 langkah diatas sudah ada atau disiapkan maka langkah selanjutnya adalah Eksekusi, tanpa aksi tidak mungkin bisnis bisa berjalan. Siapkan *Mindset* kerja keras sejak awal, harus konsisten dalam menjalankan bisnis dan sabar,sampai keberhasilan diraih.

10. Evaluasi dan Improvement

Terus lakukan evaluasi dan perbaikan Jangan cepat menyerah karena bisa jadi tinggal 1 langkah lagi giliran yang akan meraih sukses. Terus belajar dan meningkatkan kapasitas diri dengan mempelajari kelebihan dan kekurangan.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka kesimpulan penelitian ini untuk membangun 10 langkah langkah dalam membangun bisnis kuliner diantaranya 1. Melihat potensi pasar, 2. Melakukan *Benchmarking*, 3. Memilih model bisnis dan produk, 4. Membentuk tim dan organisasi, 5. Menyusun *Business Plan*, 6. Mendapatkan model bisnis, 7. Menyusun rencana pemasaran, 8. Menyusun rencana operasional, 9. Eksekusi lapangan, 10. Evaluasi dan *improvement*. Serta mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan dalam bisnis kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- Agromedia, Redaksi. 2007. 20 Peluang bisnis makanan. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Ayodya, Wulan. 2007. Kursus Singkat Usaha Rumah Makan Laris Manis. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- GAPMMI. 2012. Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia
- Indrawati, Veni. 2000. Manajemen Usaha Boga. Yogyakarta: UNY Press.
- Moleong, J Lexy. 2000. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya Kriyantono.
- <https://www.bps.go.id/publication/2020/05/19/46f4771e281557c89c35f732/statistik-penyediaan-makanan-dan-minuman-2018.html>
- <https://foodizz.id/artikel/10-cara-dan-langkah-memulai-usaha-kuliner-bagi-pemula>
- Indrawati, Veni. (2000). Manajemen Usaha Boga. Yogyakarta: UNY Press.
- Lovelock, Christopher dkk. 2010. *Pemasaran Jasa. Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Moleong, L.J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif* Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Satori & Komariah. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & R&D*. Bandung. Penerbit Alfabeta