

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Di jaman modern seperti saat ini persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Para pengusaha ditantang untuk dapat menghasilkan barang dan jasa yang berkualitas dan memiliki keunggulan kompetitif untuk membuat bisnis yang dijalankan dapat terus bertahan. Para pengusaha harus dapat melihat peluang yang ada di sekitarnya yang tengah menjadi tren sebagai daya tarik bagi masyarakat. Ditambah dengan masyarakat yang semakin cerdas dalam memilih barang dan jasa yang dibutuhkan. Pengusaha yang mendirikan suatu bisnis usaha telah memberikan solusi dalam menekan laju tingkat pengangguran bagi masyarakat yang membutuhkan lapangan pekerjaan dan membantu perekonomian negara.

Perencanaan usaha adalah suatu urain rinci mengenai bisnis yang diusulkan, yang didalamnya menjelaskan mengenai produk atau jasa, sumber daya yang dibutuhkan untuk produksi, pemasaran yang dibutuhkan untuk menjual produk atau jasa tersebut, dan pendanaan yang dibutuhkan. (Madura, 2007)

Donat merupakan jajanan yang telah lama dikenal oleh masyarakat. Tidak hanya masyarakat disekitar kita saja yang mengenal donat, bahkan masyarakat luas di penjuru dunia pun juga mengenal jajanan yang satu ini. Kepopuleran donat telah lama diketahui, namun hingga saat ini donat masih terus bertahan dengan keeksisannya.

Donat memiliki rasa yang manis, gurih, dan lezat yang cocok dijadikan sebagai teman bersantai dan mengobrol bersama. Donat dapat memberikan rasa nikmat saat dinikmati bersama teh hangat atau kopi hangat. Apalagi saat ini variasi bentuk, rasa, dan *topping* donat juga semakin beragam.

Menurut kelasnya, bisnis usaha donat dapat diklasifikasikan menjadi tiga kelas, yaitu kelas ekonomi bawah, kelas ekonomi menengah, dan kelas ekonomi atas. Contoh pengklasifikasiannya adalah sebagai berikut :



**Tabel 1.1. Klasifikasi Donat di Semarang Menurut Kelas Ekonomi**

<b>Keterangan</b>	<b>Kelas Ekonomi Bawah</b>	<b>Kelas Ekonomi Menengah</b>	<b>Kelas Ekonomi Atas</b>
Merek	Biasanya donat yang dijual dengan harga rendah tidak memiliki merek khusus, karena saat donat dijual hanya dikemas didalam plastik putih bening saja.	1. Donat Madu 2. Donat Bakar Donnie	1. Dunkin Donuts 2. J.CO
Harga	Rp 1.000 – Rp 2.000	1. Donat Madu : Rp 5.500 2. Donat Bakar : Rp 6.000 – Rp 12.000	1. Dunkin Donuts : Rp 8.500 2. J.CO : Rp 8.500
Distribusi (Outlet Semarang)	1. Pasar tradisional 2. Warung kelontong 3. Warung makan (warteg)	1. Donat Madu : Jalan Sriwijaya dan Jalan Ngesrep Timur Tembalang. 2. Donat Bakar : Jalan Cempaka Sari RT 01/RW 01 Sekaran, Gunung Pati.	1. Dunkin Donuts : Jalan Taman Majapahit No. 1 dan Plasa Simpang Lima lantai 1 2. J.CO : Jalan Pemuda – Paragon Mall lantai 2 dan Java Supermall lantai 1
Rasa / Topping	1. Meises coklat 2. Meises warna – warni (merah muda, hijau) 3. Kacang 4. Keju 5. Gula halus	1. Donat Madu: <i>Lemon</i> , coklat durian, <i>greentea</i> , tiramisu, <i>bluberry</i> , coklat/ <i>vanilla almond</i> , coklat kacang, dll. 2. Donat Bakar : yaitu coklat, <i>vanilla</i> , lemon, mint, <i>strawberry</i> , <i>blueberry</i> , <i>barleymint</i> , pisang, dll.	1. Dunkin Donuts : Cokelat, <i>strawberry</i> , <i>blueberry</i> , kacang, cappuccino, <i>almond</i> , <i>hazelnut</i> , dll. 2. J.CO : Cokelat, kacang, <i>strawberry</i> , <i>greentea</i> , oreo, <i>mango</i> , <i>banana</i> , dll.
Promosi	Dari mulut ke mulut	1. Dari mulut ke mulut 2. Media sosial (Internet dan <i>facebook</i> )	1. Dari mulut ke mulut 2. Media sosial (Internet, <i>facebook</i> , <i>twitter</i> , <i>line</i> ) 3. Media cetak (Brosur)

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

Berdasarkan tabel klasifikasi kelas ekonomi pada bisnis usaha donat yang telah ada seperti di atas, penulis memiliki keinginan untuk mendirikan bisnis usaha donat. Seluruh *outlet* di atas memiliki pilihan rasa coklat dan kacang pada donatnya karena banyak masyarakat yang suka dengan rasa tersebut. Bahkan ada *outlet* yang mengkombinasikan kedua rasa tersebut agar donat terlihat lebih menarik dan lebih nikmat. Dari tabel di atas, penulis membuat klasifikasi mengenai bisnis usaha yang didirikannya sebagai pembeda antara *outlet* donat yang didirikannya dengan *outlet* donat yang lain, yaitu :

**Tabel 1.2. Konsep Bisnis Cafe Doughnut Gemez "Dugem"**

Kelas	Kelas ekonomi menengah						
Merek	Doughnut Gemez "Dugem"						
Harga	Donat : Rp 6.500 – Rp 10.000 dan Minuman : Rp 5.000 – Rp 9.000						
Distribusi	Jalan Pleburan Barat No. 45, Semarang Selatan, Kota Semarang.						
Topping	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Chocolate glazed doughnut</i> (donat dengan <i>topping</i> coklat leleh dan taburan <i>sprinkles</i>)</li> <li>2. <i>Chocolate peanut glazed doughnut</i> (donat dengan <i>topping</i> kacang tanah dan coklat)</li> <li>3. <i>Vanilla oreo doughnut</i> (donat dengan <i>topping</i> vanilla dan taburan biskuit oreo)</li> <li>4. <i>Cheese</i> (donat dengan <i>topping</i> krim keju dan ditaburi parutan keju)</li> <li>5. <i>Strawberry doughnut</i> (donat dengan <i>topping</i> <i>strawberry</i>, potongan buah <i>strawberry</i>, dan taburan <i>sprinkles</i>)</li> <li>6. <i>Green tea doughnut</i> (donat dengan <i>topping</i> <i>green tea</i> dan krim <i>vanilla</i>)</li> <li>7. <i>Burger doughnut</i> (donat dengan isi daging sapi cincang yang dipanggang dengan saus barbekyu, dilengkapi dengan selada, timun, tomat, tumisan bawang bombay, saus sambal, saus tomat, keju dan mayonnaise)</li> <li>8. <i>Pizza doughnut</i> (donat dengan <i>topping</i> taburan daging sapi cincang yang dipanggang, potongan sosis sapi, bawang bombay, saus sambal, saus tomat, keju dan mayonnaise)</li> </ol>						
Promosi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Media sosial (<i>facebook, instagram, path, line</i>)</li> <li>2. Media cetak (brosur)</li> <li>3. Kartu nama</li> <li>4. Mulut ke mulut</li> </ol>						
Menu Tambahan	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">1. <i>Tea (hot/ice)</i></td> <td style="width: 50%;">4. <i>Coffee float</i></td> </tr> <tr> <td>2. <i>Milk tea float</i></td> <td>5. <i>Strawberry juice float</i></td> </tr> <tr> <td>3. <i>Oreo milkshake float</i></td> <td>6. <i>Green tea float</i></td> </tr> </table>	1. <i>Tea (hot/ice)</i>	4. <i>Coffee float</i>	2. <i>Milk tea float</i>	5. <i>Strawberry juice float</i>	3. <i>Oreo milkshake float</i>	6. <i>Green tea float</i>
1. <i>Tea (hot/ice)</i>	4. <i>Coffee float</i>						
2. <i>Milk tea float</i>	5. <i>Strawberry juice float</i>						
3. <i>Oreo milkshake float</i>	6. <i>Green tea float</i>						

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

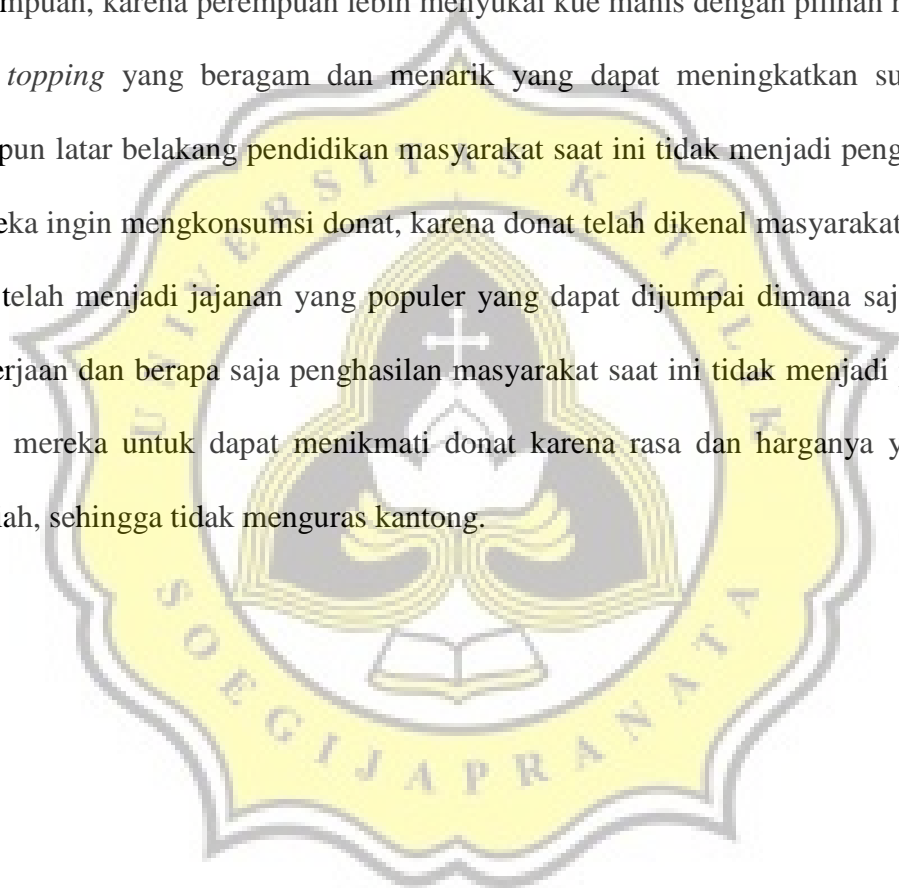
Berdasarkan pra survei yang telah dilakukan kepada 30 orang di Semarang secara acak, ternyata masih banyak masyarakat yang gemar mengonsumsi makanan manis seperti donat sebagai jajan atau camilan. Apalagi jika donat yang dijual memiliki pilihan rasa dan *topping* yang beragam. Dibawah ini adalah tabel mengenai hasil kuesioner :

**Tabel 1.3. Gambaran Umum Karakteristik Responden**

Karakteristik Responden	Pilihan Jawaban	Jumlah Peminat
Umur	a. < 20 tahun	3
	<b>b. 20 – 29 tahun</b>	<b>19</b>
	c. 30 – 39 tahun	4
	d. 40 – 49 tahun	3
	e. 50 – 59 tahun	1
	f. > 60 tahun	-
Jenis kelamin	a. Laki – laki	13
	<b>b. Perempuan</b>	<b>17</b>
Pendidikan	a. Tidak tamat SD	-
	b. Tamat SD	1
	c. Tamat SMP	-
	<b>d. Tamat SMA</b>	<b>17</b>
	e. DIII / S1	12
Pekerjaan	a. Petani	-
	b. Buruh	1
	c. PNS	2
	d. TNI / Polri	-
	e. Wiraswasta	11
	<b>f. Lainnya</b>	<b>16</b>
Pendapatan	a. ≤ Rp 1.909.000	8
	<b>b. ≥ Rp 1.909.000</b>	<b>14</b>
	c. Belum memiliki penghasilan	8

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

Dari tabel 3 mengenai Gambaran Umum Karakteristik Responden di atas dapat disimpulkan bahwa donat digemari oleh seluruh kalangan usia khususnya usia produktif karena donat dapat mengganjal rasa lapar, harga yang ditawarkan terjangkau, dan dapat dijumpai dimana saja, sehingga mereka tidak perlu kerepotan jika ingin mengonsumsi donat. Mayoritas penggemar donat adalah pada segmen perempuan, karena perempuan lebih menyukai kue manis dengan pilihan rasa, bentuk dan *topping* yang beragam dan menarik yang dapat meningkatkan suasana hati. Apapun latar belakang pendidikan masyarakat saat ini tidak menjadi penghalang jika mereka ingin mengonsumsi donat, karena donat telah dikenal masyarakat sejak lama dan telah menjadi jajanan yang populer yang dapat dijumpai dimana saja. Apa saja pekerjaan dan berapa saja penghasilan masyarakat saat ini tidak menjadi penghalang bagi mereka untuk dapat menikmati donat karena rasa dan harganya yang murah meriah, sehingga tidak menguras kantong.



**Tabel 1.4. Daftar Pertanyaan Responden**

<b>Daftar Pertanyaan</b>	<b>Pilihan Jawaban</b>	<b>Jumlah Peminat</b>
Apakah rutin mengkonsumsi donat setiap hari ?	a. Ya b. Tidak c. <b>Jarang</b>	5 12 <b>13</b>
Seberapa sering mengkonsumsi donat ?	a. Setiap hari b. Seminggu sekali c. Sebulan sekali d. <b>Tidak tentu</b>	3 7 5 <b>15</b>
Donat yang disukai	a. <b>Donat Madu</b> b. Donat Unyil c. Donat Bakar d. Lainnya	<b>21</b> 2 1 6
Apakah harga yang terjangkau menjadi pertimbangan saat membeli donat ?	a. <b>Ya</b> b. Tidak	<b>25</b> 5
Harga donat yang sering dibeli	a. Rp 500 – Rp 1.000 b. Rp 2.000 – Rp 3.000 c. Rp 4.000 – Rp 5.000 d. <b>&gt; Rp 5.000</b>	4 8 8 <b>10</b>
Informasi yang diperoleh saat membeli donat	a. Koran b. Televisi c. Radio d. Media sosial e. <b>Teman</b> f. Lainnya	- - 1 4 <b>20</b> 5

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

Dari tabel 4 mengenai Daftar Pertanyaan Responden di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden jarang mengkonsumsi donat setiap hari karena donat bukan merupakan makanan utama, tetapi mereka menjadikan donat sebagai jajanan atau camilan. Harga yang terjangkau menjadi pertimbangan saat hendak membeli jajanan seperti donat, sehingga donat dirasa sangat cocok dijadikan sebagai pilihan dalam mendirikan suatu bisnis usaha. Responden mendapatkan informasi saat

membeli donat dari teman, hal tersebut menjadikan kualitas dan pelayanan sebagai prioritas utama saat mendirikan bisnis usaha, agar bisnis usaha dapat terus berkembang dan bertahan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masih banyak masyarakat yang menjadi pelanggan potensial bagi bisnis usaha donat mengingat masih banyak masyarakat yang masih gemar mengkonsumsi donat sebagai jajanan atau camilan.

Ternyata donat memiliki kandungan gizi yang tidak diketahui oleh semua orang pada umumnya dan baik bagi tubuh jika dikonsumsi sesuai dengan porsi. Apalagi saat ini banyak masyarakat yang memiliki kesadaran mengenai nilai gizi suatu pangan. Berikut tabel komposisi kandungan pada donat :

**Tabel 1.5. Komponen Gizi Donat**  
**(Donat dengan gula, ukuran porsi sedang, diameter ±7 cm)**

Komposisi	Per Porsi
Kalori (kilokalori)	192
Lemak (gram)	10,3
Kolesterol (milligram)	14
Protein (gram)	2,34
Karbohidrat (gram)	22,86
Serat (gram)	0,7
Sodium (milligram)	181
Kalium (milligram)	46

Sumber : <http://www.fatsecret.co.id/kalori-gizi/umum/donat-dilapisi-gula>), diakses pada hari Senin, tanggal 1 Agustus 2016.

Di kota Semarang hampir seluruh outlet kue atau roti juga menyediakan donat tetapi hanya sebagai menu tambahan saja, bukan sebagai menu utama, sehingga donat yang ditawarkan kurang bervariasi. Ada juga *outlet* khusus donat didalam sebuah mal tetapi harga yang ditawarkan cukup mahal sehingga tidak semua orang dapat



menikmatinya. Dan juga ada outlet donat yang hanya menjual donat untuk dibungkus atau dibawa pulang saja, atau menyediakan tempat seadanya tanpa fasilitas yang mendukung.

Dari hal tersebut penulis melihat peluang untuk mendirikan *cafe* yang menawarkan donat sebagai menu utama atau menu unggulan karena masih jarang sekali donat yang dapat dinikmati di sebuah *cafe* khususnya di kota Semarang yang dilengkapi dengan fasilitas yang mendukung dan harga yang terjangkau. Donat yang ditawarkan memiliki bentuk, rasa dan *topping* yang lebih bervariasi. Harga yang ditawarkan pun juga terjangkau sehingga dapat dinikmati oleh seluruh kalangan. Donat dapat dinikmati kapan saja dan dapat dipesan di acara – acara tertentu seperti arisan, ulang tahun, *valentine* dan natal. Pelanggan dapat memesan donat sesuai keinginan mereka dengan minimum *order* tertentu. Pesanan dapat diambil di *cafe* maupun diantar oleh pihak *cafe* sampai ke tempat tujuan.

Mengingat pada saat ini *cafe* cukup digemari oleh semua orang karena *cafe* dapat dijadikan sebagai tempat nongkrong bagi masyarakat khususnya anak muda. Dimana saat ini nongkrong telah menjadi gaya hidup bagi masyarakat. Banyak masyarakat dari segala usia, jenis kelamin, dan kelas ekonomi yang senang menghabiskan waktunya untuk nongkrong dan berkumpul bersama dengan keluarga, teman atau pasangan. Tidak hanya pada akhir pekan saja *cafe* dipadati oleh pengunjung, tetapi hampir setiap hari. Kebanyakan dari mereka lebih memilih *cafe* sebagai tempat favorit karena tempatnya yang nyaman, suasana yang santai, makanan

dan minuman yang ditawarkan enak, harganya terjangkau, dan lokasinya strategis, serta adanya fasilitas yang mendukung.

*Cafe* yang akan didirikan diberi nama Cafe Doughnut Gemez “Dugem” karena donat yang ditawarkan memiliki berbagai bentuk yang menggemaskan atau lucu, seperti bundar, segitiga, persegi, dan bunga. Rasa dan *topping* yang disediakan juga bermacam-macam dan memiliki rasa yang lezat, manis, dan gurih yang membuat orang senang dan gemas saat menikmatinya seperti *chocolate glazed* (donat dengan *topping* cokelat leleh dan taburan *sprinkles*), *chocolate peanut glazed* (donat dengan *topping* kacang tanah dan cokelat), *vanilla oreo* (donat dengan *topping* *vanilla* dan taburan biskuit oreo), *cheese* (donat dengan *topping* krim keju dan ditaburi parutan keju), *strawberry* (donat dengan *topping* *strawberry*, potongan buah *strawberry*, dan taburan *sprinkles*), *green tea* (donat dengan *topping* *green tea* dan krim *vanilla*), burger (donat dengan isi daging sapi cincang yang dipanggang dengan saus barbekyu, dilengkapi dengan selada, timun, tomat, tumisan bawang bombay, saus sambal, saus tomat, keju dan mayonnaise), dan piza (donat dengan *topping* taburan daging sapi cincang yang dipanggang, potongan sosis sapi, bawang bombay, saus sambal, saus tomat, keju dan mayonnaise). Dan disediakan juga pilihan menu minuman yang beragam seperti *tea*, *milk tea*, *oreo milkshake float*, *coffee float*, *strawberry juice float*, dan *green tea float*.

Konsep dari Cafe Doughnut Gemez “Dugem” adalah dimana *cafe* donat tidak lagi hanya sebagai tempat untuk membeli donat saja, tetapi juga sebagai tempat untuk nongkrong dan bersantai bersama keluarga, teman maupun pasangan. Cafe Doughnut

Gemez “Dugem” didesain dengan model minimalis modern namun tetap memberikan kenyamanan. Fasilitas yang disediakan juga cukup mendukung, seperti sofa untuk menunjang kenyamanan konsumen, musik, ruangan *indoor* dengan AC (*no smoking area*) dan ruangan *outdoor* tanpa AC (*smoking area*), serta berbagai macam pilihan permainan (*board games*) seperti monopoli, ular tangga, halma, *scrabble*, karambol, kartu remi, kartu uno, uno stacko, dan pilihan buku-buku dan majalah untuk dibaca. Pada Cafe Doughnut Gemez “Dugem” disediakan buku-buku dan majalah serta berbagai macam pilihan permainan agar ketika konsumen sedang nongkrong beramai-ramai mereka dapat menggunakan permainan tersebut untuk menghilangkan kejenuhan dan menikmati *quality time* mereka dengan cara berinteraksi satu sama lain. Pada dapur Cafe Doughnut Gemez “Dugem” menggunakan konsep *open kitchen* dimana konsumen dapat melihat proses pembuatan donat secara langsung dan untuk memperlihatkan kepada konsumen bahwa bahan baku yang digunakan berkualitas, proses pembuatannya higienis, dan koki yang bekerja menggunakan seragam khusus agar donat dan minuman yang diproduksi higienis. Dinding – dinding *cafe* didesain dengan aksesoris yang dapat menunjang keindahan sehingga dapat dijadikan sebagai tempat yang menarik untuk pengunjung yang ingin berfoto *selfie* maupun berfoto bersama. Donat – donat yang siap dijual ditempatkan didalam *display* kaca sehingga kebersihan donat tetap terjaga dan membuat donat semakin lebih menarik.

Aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam menyusun sebuah perencanaan bisnis, diantaranya adalah :

1. Aspek Pemasaran

1.1 *Segmenting*

1.2 *Targeting*

1.3 *Positioning*

1.4 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) :

- a. *Product* (Produk)
- b. *Price* (Harga)
- c. *Place* (Distribusi)
- d. *Promotion* (Promosi)
- e. *People* (Orang)
- f. *Process* (Proses)
- g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

1.5 Permintaan dan Penawaran

2. Aspek Produksi / Operasi

Beberapa unsur dari aspek produksi / operasi yang harus dianalisis, yaitu mencakup hal – hal sebagai berikut :

- a. Lokasi Usaha
- b. Volume Operasi
- c. Mesin dan Peralatan

- d. Bahan Baku dan Bahan Penolong
  - e. Tenaga Kerja
  - f. Tata Letak (*Layout*)
  - g. Harga Pokok Produksi (HPP)
3. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Analisis aspek sumber daya manusia meliputi komponen-komponen sebagai berikut:

- a. Perencanaan Sumber Daya Manusia
  - b. Rekrutmen dan Seleksi
  - c. *Job Description* dan *Job Specification*
  - d. Orientasi, Pelatihan, dan Evaluasi
  - e. Kompensasi
  - f. Tunjangan Karyawan
  - g. Memberhentikan Karyawan
  - h. Memotivasi Karyawan
4. Aspek Keuangan

Analisis aspek keuangan meliputi komponen-komponen sebagai berikut :

- a. Kebutuhan Dana
- b. Sumber Dana
- c. Proyeksi Laba Rugi
- d. Proyeksi Aliran Kas

- e. Proyeksi Neraca
- f. Kriteria Investasi
  - a. Nilai Sekarang Bersih (*Net Present Value*)
  - b. PI (Profitability Index)
  - c. Periode Pembayaran Kembali (*Payback Period*)
  - d. Kriteria Tingkat Imbal Hasil Internal (*Internal Rate of Return*)

#### 5. Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL)

Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) pada dasarnya berangkat dari pemikiran mengenai pembangunan yang berwawasan lingkungan atau pembangunan berkelanjutan. Didalam UU No. 23 tahun 1997 (UUPH) dan PP No. 27 tahun 1999 (PPAMDAL) telah ditentukan bahwa setiap orang atau badan hukum berkewajiban untuk memelihara kelestarian fungsi lingkungan, mencegah dan menanggulangi pencemaran dan kerusakan lingkungan. Amdal dapat dipergunakan sebagai sarana untuk menganalisis dampak yang telah dialami oleh lingkungan dan untuk mengkaji suatu dampak / perubahan maupun kondisi lingkungan tertentu.

#### 6. Aspek Hukum

Aspek hukum memuat peraturan hukum yang berlaku sesuai dengan bisnis yang dijalankan sebagai kepastian hukum (legalitas). Setiap kegiatan usaha yang dilakukan oleh perorangan ataupun secara kelompok perlu mendapatkan

persetujuan atau izin dari pemerintah melalui departemen yang sesuai dengan bidang usahanya tersebut.

Jenis surat izin usaha yang tepat bagi usaha kecil digolongkan menjadi 3 jenis, yaitu :

- a. Izin H. O. (Surat Izin Lokasi Usaha)
- b. SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)
- c. TDP (Tanda Daftar Perusahaan)

#### 7. Aspek Sosial

Tujuan utama perusahaan adalah mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun demikian, perusahaan tidak dapat hidup sendirian. Perusahaan hidup bersama-sama dengan komponen lain dalam satu tatanan kehidupan yang pluralistik dan kompleks, walau hendaknya selalu berada dalam keseimbangan.

Salah satu komponen yang dimaksud adalah lembaga sosial, sehingga dalam rangka keseimbangan tadi, hendaknya perusahaan memiliki tanggung jawab sosial, seperti :

- a. Perusahaan sebagai Lembaga Sosial
- b. Perubahan Kondisi Sosial yang Kompleks
- c. Perusahaan dalam Masyarakat yang Pluralistik

Manfaat-manfaat sosial yang hendaknya diterima oleh masyarakat, seperti:

- a. Membuka lapangan kerja baru
- b. Melaksanakan alih teknologi
- c. Meningkatkan mutu hidup
- d. Pengaruh positif

8. Aspek Risiko

Setiap usaha yang didirikan dan dijalankan pasti dapat mengalami risiko di masa mendatang. Oleh karena itu setiap wirausaha harus selalu siap untuk dapat menghadapi dan mengatasi risiko tersebut sewaktu – waktu. Karena apabila risiko tersebut di abaikan begitu saja maka perusahaan dapat mengalami dampak kerugian yang besar.

Risiko bisnis dibagi menjadi empat, yaitu :

- a. Risiko antarfungsi
- b. Risiko intern
- c. Risiko ekstern
- d. Kondisi force major

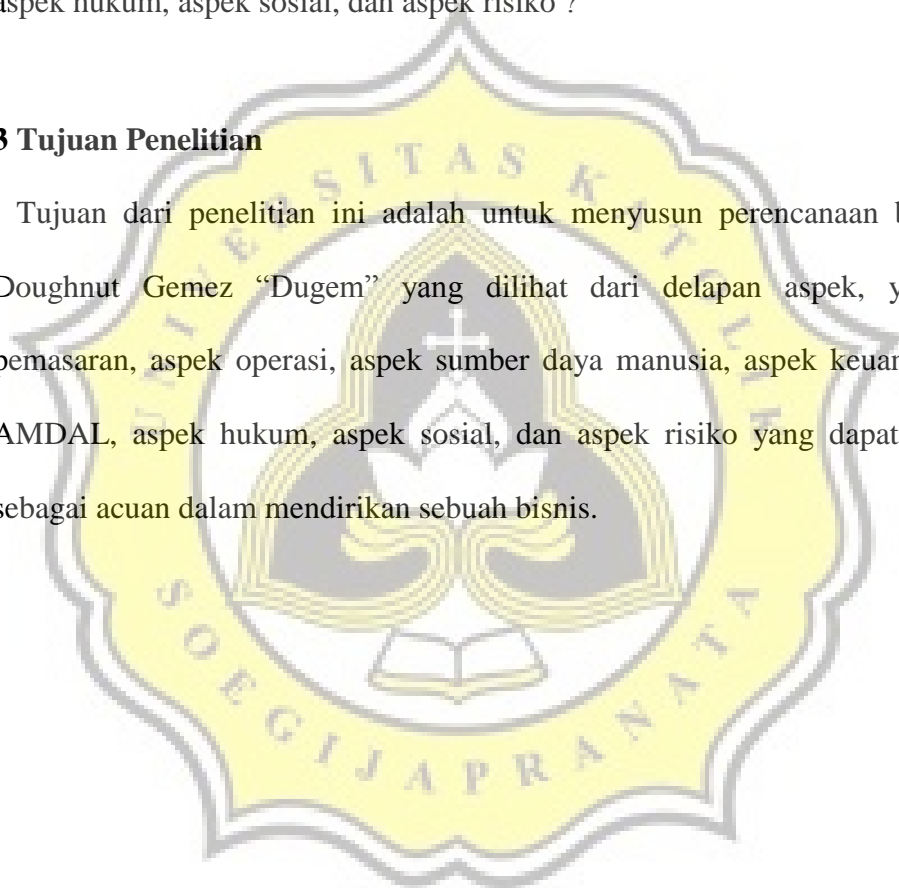


## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada di atas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana membuat perencanaan bisnis Cafe Doughnut Gemez “Dugem” dilihat dari delapan aspek, yaitu aspek pemasaran, aspek operasi, aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek AMDAL, aspek hukum, aspek sosial, dan aspek risiko ?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyusun perencanaan bisnis Cafe Doughnut Gemez “Dugem” yang dilihat dari delapan aspek, yaitu aspek pemasaran, aspek operasi, aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek AMDAL, aspek hukum, aspek sosial, dan aspek risiko yang dapat digunakan sebagai acuan dalam mendirikan sebuah bisnis.



## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

a. Bagi Universitas

Manfaat penelitian ini bagi universitas adalah sebagai bahan untuk menambah informasi dan meningkatkan motivasi bagi mahasiswa yang berencana mendirikan suatu usaha.

b. Bagi Penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah sebagai suatu perencanaan atau persiapan dalam mendirikan usaha Doughnut Gemez “Dugem”.

c. Bagi Pembaca

Manfaat penelitian ini bagi pembaca adalah sebagai suatu sumber atau informasi jika pembaca berencana untuk mendirikan suatu usaha yang sama atau sejenis.

