



BAB I

PENDAHULUAN

A. Ide Bisnis

Ide awal pemilihan bisnis ini adalah berawal dari melihat peluang dan permasalahan yang saya sadari pada kondisi gaya hidup masyarakat sekarang ini. Masyarakat di perkotaan besar khususnya Jakarta ini mulai menyadari akan kesehatan dan mulai banyak dijalankan oleh banyak orang, akan tetapi dengan kepadatan aktivitas dan kesibukan mereka, seringkali mereka mengalami kesulitan untuk menjalankan pola makan hidup sehat dengan kandungan gizi yang mencukupi. Meningkatnya masalah kesehatan dan meningkatkan kesadaran tentang obesitas dan penyakit terkait telah menyebabkan peralihan gaya hidup masyarakat.

Dapat kita akui bahwa makanan tinggi serat serta mengandung nutrisi dan sayur serta protein yang cukup akan sangat baik bagi kesehatan dan kebutuhan nutrisi harian tubuh. Rutin mengonsumsi makanan yang memiliki gizi dan serat yang tinggi setiap hari bisa menjauhkan kita dari berbagai penyakit dan gangguan kesehatan, membuat badan lebih sehat, serta bisa membantu mencapai berat badan ideal.

Tidak dapat dipungkiri bahwa Kementerian Kesehatan RI Sudah memberikan Pedoman pola makan gizi seimbang kepada masyarakat luas baik lewat iklan di televisi maupun secara lisan. Badan Kesehatan Dunia pun juga mengamini anjuran ini.

Dengan melihat peluang yang ada, saya mendapat ide bisnis yaitu *Healthy Wrap*. Sesuai dengan asal katanya yaitu *Wrap* yang berarti membungkus. *Healthy wrap* adalah hidangan kaya serat, nutrisi, dan protein yang seimbang yang dimana terbuat dari bahan sayur sayuran hijau serta protein berupa daging rendah lemak yang dipotong sampai ukuran tertentu, dan ditaburi dengan berbagai banyak pilihan *sauce* yang lezat dan rendah calorie, serta dibungkus oleh tortilla. Menjadi sebuah makanan



sehat dengan penampilan menarik, praktis, dan sehat karena perpaduan warna-warna dan sayuran hijau dan praktis mudah dibawa kemana mana. Healthy wrap ini menggunakan 100% sayur sayuran tanpa adanya tambahan *bahan* kimia dan memiliki kandungan nutrisi yang seimbang untuk diet yang sehat.

Sayur sayuran hijau terkenal akan manfaatnya, karena memiliki kandungan serat yang tinggi serta memiliki banyak vitamin yang dibutuhkan oleh tubuh dimana membantu untuk proses detoxifikasi tubuh dan proses penurunan berat badan. Protein juga dibutuhkan oleh tubuh dimana manusia harus mencukupi kebutuhan protein hariannya setiap hari yang baik untuk pembentukan otot, beberapa penelitian juga menyebut kan protein dapat membantu membuat tubuh tidak merasa lapar lebih lama. Hal ini membuat penulis untuk ingin menggunakan protein yang cukup baik dari sumber hewani maupun nabati sebagai bahan baku pembuatan *Healthy wrap*.

Healthy wrap ini termasuk jenis makanan sehat yang kekinian. Saya menyadari kesibukan masyarakat yang hidup di kota besar sangat membutuhkan nutrisi dan vitamin serta mencukupi kebutah protein yang tinggi dari berbagai sumber, dimana masyarakat kota umumnya harus beraktifitas mulai pagi hari sampai sore hari, sangat sedikit dari masyarakat kota besar yang bisa memenuhi kebutuhan nutrisi vitamin, dan protein dari makanan mereka, karena masyarakat kota sudah disibukan oleh pekerjaan dan aktivitas masing-masing. Kondisi masyarakat perkotaan dengan mobilitas yang sangat tinggi yang mana sering menuntut kepraktisan atau dapat dikatakan tidak mau repot juga menjadi latar belakang pembentukan usaha ini. Sehingga dengan adanya produk Healthy Wrap ini permintaan akan kebutuhan pola hidup sehat masyarakat perkotaan akan dapat terpenuhi. Maka dari itu saya melihat adanya peluang untuk masuk kedalam industri jenis *healthy food* ini di Indonesia khususnya di wilayah perkotaan seperti Jakarta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Bisnis *food and beverages* dapat dikatakan sebagai bisnis yang tidak pernah mati, memiliki prospek yang luas dan bagus, dan kebutuhan pangan merupakan salah satu kebutuhan primer manusia yang selalu dibutuhkan.. Salah satu bagian dari industri *food and beverages* ini adalah industri tata boga dimana didalamnya terdapat restoran, rumah makan dan café. Munculnya berbagai makanan yang unik, adanya wisata kuliner, dan tren kuliner sebagai gaya hidup masyarakat, menjadi bukti bahwa bisnis ini tak akan pernah surut.

Di Indonesia, khususnya di Jakarta tempat makan tidak hanya dari makanannya saja tetapi juga harus mempunyai packaging dan tempat yang meyakinkan calon customer terutama bagi kaum muda yang suka menggunakan social media. Kaum muda yang senang untuk mengupload di social media membuat banyak bisnis makanan berlomba lomba membuat packaging makanan semenarik mungkin. Packaging makanan dengan box makanan dan design tempat makan yang sebagian besar menggunakan esentrik kayu dengan *design panel dominan hijau* dengan nuansa taman akan memberikan tema yang dirasa menyehatkan dan *healthy food* perkembangannya belum memarak di kota besar ini, tidak seperti *coffee shop* yang merajalela dimana-mana.

Kondisi inilah yang membangkitkan semangat penulis untuk menjalankan usaha ini dengan melihat adanya propek yang tinggi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Gambaran Usaha

Green Garden Kitchen merupakan bisnis kuliner yang bergerak dibidang *café healthy food* yang menawarkan produk berupa *Healthy wrap* dengan aneka varian yang sehat , serta konsep *café* yang menawarkan konsep interior esentrik Alam hijau dengan *design* panel multiwarna dengan nuansa taman perkebunan dengan melantunkan lagu kekinian yang menenangkan telinga dan hati. Sehingga membuat pengunjung tidak hanya datang hanya untuk mengonsumsi produk, tetapi juga memberikan kenyamanan akan konsep *café* yang cocok untuk beristirahat. Konsep ruangan yang menggunakan penggabungan warna dasar dari putih dan warna coklat kayu ,dan Hijau yang dihiasi oleh berbagai aksesoris-aksesoris yang berhubungan dengan Taman, menambah arti dan makna yang ingin didapat dari sebuah nuansa di Taman hijau . *Green Garden Kitchen* direncanakan akan didirikan di Ruko Wisma Gading Permai Utara unit B No 3 Kelapa Gading, JL Gading Elok Barat III, Wisma Gading Permai, Jakarta Utara, Kelapa Gading Timur. Dengan pemilihan lokasi tersebut, Dengan pemilihan lokasi ini, penulis melihat belum ada pesaing terdekat di lokasi sekitarnya. Harapannya, *Green Garden Kitchen* bisa menjadi tempat berkumpul masyarakat dan menjadi salah satu pertimbangan bagi mereka ketika hendak memilih tempat untuk sekedar “meet up” sambil menikmati makanan sehat.

Target pasar *Green Garden Kitchen* adalah masyarakat yang memiliki gaya hidup sehat atau yang ingin berfokus diet serta suka berkumpul dan bercengkrama di daerah Jakarta.

Dalam mendirikan usaha, setiap pebisnis pasti memiliki visi, misi, dan tujuan bisnis baik jangka panjang maupun jangka pendek dan sebuah bisnis akan mudah hancur ketika dihadapkan pada situasi yang sulit apabila tidak memiliki ketiga hal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tersebut sebagai pondasi. Oleh karena itu, visi, misi dari *Green Garden Kitchen* adalah sebagai berikut:

1. Visi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Pengetahuan akan pentingnya pernyataan visi dan misi untuk kelangsungan hidup suatu bisnis dimasa depan. Semua organisasi maupun instansi dalam dunia bisnis pasti mempunyai visi untuk nantinya akan mendukung pernyataan misi dan tujuan perusahaan. Persepsi visi yang baik akan membawa perusahaan ke arah yang sudah direncanakan dan sesuai dengan tujuan bersama. Visi dapat diekspresikan seperti apa yang ingin dicapai dari suatu perusahaan atau bisnis. Visi menurut David R. Fred (2017:158), adalah sebuah pernyataan yang harus dapat menjawab pertanyaan “*What do we want to become?*” Sebuah visi yang jelas memberikan fondasi untuk mengembangkan pernyataan misi yang komprehensif. Banyak organisasi yang memiliki pernyataan visi dan misi, tetapi pernyataan visi seharusnya dibuat terlebih dahulu. Pernyataan visi harus singkat, lebih baik satu kalimat, dan harus memiliki input dari sebanyak mungkin manajer untuk mengembangkan pernyataan visi tersebut.

Visi dari *Green Garden Kitchen* adalah menjadikan *Green Garden Kitchen* sebagai salah satu pilihan utama *healthy food* bagi masyarakat.

2. Misi

Misi adalah langkah untuk mendukung tercapainya suatu visi dari sebuah perusahaan, organisasi, ataupun instansi manapun. Misi menurut David R. Fred (2017:160), adalah menanyakan “*What is our business?*” memiliki arti

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang sama seperti menanyakan “*What is our mission?*” Sebuah pernyataan tujuan yang membedakan satu organisasi dengan organisasi lain yang sejenisnya, pernyataan misi tersebut adalah sebuah deklarasi dari “alasan sebuah organisasi itu ada.” Pernyataan misi itu menjawab pertanyaan “*What is our business?*” Sebuah pernyataan misi sangat penting untuk dapat mengembangkan objektif dan memformulasi strategi secara efektif. Maka misi *Café Green Garden Kitchen* adalah sebagai berikut:

- a. Menyajikan *Healthy Wrap* dengan bahan - bahan baku yang *fresh* dan berkualitas
- b. Menjaga kesegaran dan konsistensi setiap produk yang dibuat
- c. Mengutamakan kepuasan konsumen dan memberikan pelayanan yang prima
- d. Menjadi *café Healthy food* yang memberikan pengaruh untuk memenuhi nutrisi Masyarakat di Jakarta.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Tujuan

Pernyataan visi dan misi perusahaan adalah untuk mendukung tujuan perusahaan yang akan dicapai. Tujuan dibagi menjadi dua, yaitu tujuan jangka panjang dan tujuan jangka pendek. Tujuan jangka pendek adalah tujuan perusahaan dalam waktu dekat, biasanya dalam kurun waktu kurang dari setahun agar perusahaan dapat melakukan aktivitas perusahaan dengan efektif dan efisien. Tujuan jangka pendek *Green Garden Kitchen* sebagai berikut:

- a. Membangun *Nama atau Brand yang mudah di ingat* konsumen
- b. Memprioritaskan Pelayanan dan kepuasan konsumen agar ada dampak *repurchase*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- c. Bisnis beroperasi secara efektif, efisien, dan terstruktur
- d. Mencapai target penjualan setiap bulannya

Tujuan jangka panjang adalah tujuan perusahaan dalam waktu lama, biasanya untuk lima tahun yang akan datang dan selebihnya. Berikut adalah tujuan jangka panjang *Green Garden Kitchen* adalah sebagai berikut.

- a. Mengembangkan bisnis kedalam bisnis *franchise*
- b. Memasuki Pasar Nasional dan Internasional
- c. Memberikan pengaruh besar di pangsa pasar sejenis
- d. Inovasi terus menerus yang sesuai dengan perkembangan zaman
- e. Menjalin hubungan kerja baik dengan rekan kerja, maupun dengan customer

C. Besarnya Peluang Usaha

Green Garden Kitchen lini sendiri memiliki prospek bisnis ke depannya karena seperti yang sudah dibahas pada latar belakang, mayoritas masyarakat sekarang adalah mulai menyadari akan gaya hidup yang sehat dengan menerapkan pola makanan yang sehat, dan di era sekarang ini café dengan konsep *healthy food* dapat dijadikan masyarakat sebagai tempat untuk hangout dan berkumpul dengan kerabat, teman, maupun pasangan dan bahkan dijadikan tempat untuk urusan pekerjaan.

Selain itu, *Green Garden Kitchen* melihat peluang ini sangat bagus karena belum banyak usaha yang sejenis. Kesempatan ini dapat digunakan untuk menarik konsumen dari kompetitor yang sudah lebih dulu ada.

Menu yang disajikan *Green Garden Kitchen* menggunakan bahan baku Sayur Mayur seperti : tomat, selada air, dan timun jepang. Dengan kemudahan bahan baku yang didapat, maka biaya pun lebih ringan.



Green Garden Kitchen memberikan harga dengan kisaran Rp45.000 hingga Rp65.000, dimana dengan kisaran harga tersebut target yang dituju ialah masyarakat dengan segmentasi menengah sampai menengah ke atas. Dengan laju pertumbuhan penduduk DKI Jakarta yang semakin meningkat, memberi peluang yang menarik bagi *Green Garden Kitchen* untuk menjangkau banyak konsumen, berikut adalah data pendapatan PDRB Perkapita DKI Jakarta.

Tabel 1.1

Rata rata PDRB Perkapita DKI Jakarta

Date	PDRB Per Kapita DKI Jakarta	
2010	IDR	111,528,860.00
2011	IDR	125,533,820.00
2012	IDR	138,858,290.00
2013	IDR	155,153,920.00
2014	IDR	174,914,360.00
2015	IDR	195,431,680.00
2016	IDR	210,075,090.00
2017	IDR	228,002,700.00
2018	IDR	247,678,500.00

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/30/berapa-pdrb-per-kapita-dki-jakarta>

Dari tabel 1.1 menjelaskan adanya kenaikan PDRB perkapita DKI Jakarta dari tahun ke tahun dan di tahun 2018 mencapai rata rata pendapatan per tahun Rp.247,678,500.00, yang artinya PDRB rata rata perbulannya Rp.20,639,875.00

Café Green Garden Kitchen memiliki rentang harga kisaran RP.45.000 sampai Rp.65.000. Berdasarkan pada tabel 1.1, Harga produk *Green Garden Kitchen* ini masih dapat dijangkau oleh masyarakat.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 1.2

**Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan
Jenis Kelamin di Provinsi DKI Jakarta, 2015**

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	2	3	4
0-4	461 794	444 147	905 941
5-9	472 159	455 206	927 365
10-14	394 643	370 999	765 642
15-19	355 617	354 567	710 184
20-24	372 793	411 459	784 252
25-29	468 262	497 588	965 850
30-34	523 215	508 986	1 032 201
35-39	495 643	475 638	971 281
Lanjutan dari Tabel 1.2			
40-44	429 869	412 091	841 960
45-49	362 091	349 920	712 011
50-54	296 955	293 992	590 947
55-59	230 049	236 745	466 794
60-64	167 221	173 024	340 245
65+	214 379	238 577	452 956
Jumlah	5244690	5222939	10467629

Sumber: <https://jakarta.bps.go.id/dynamictable/2019/09/16/58/jumlah-penduduk-provinsi-dki-jakarta-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-2018-.html>

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dari tabel 1.2 dapat dilihat kelompok umur yang menjadi target pasar *Green Garden*

Kitchen memiliki jumlah yang diatas 300.000 jiwa, yaitu berada di umur 20-24 dengan 784.252 jiwa, umur 25-29 dengan 965.850 jiwa, umur 30-34 dengan 1.032.201 jiwa, umur 35-39 dengan 971.281 jiwa, dan umur 40 – 44 dengan 841.960 jiwa.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik perkiraan total konsumsi buah nasional tiap tahun mengalami kenaikan. Konsumsi buah-buahan rata-rata mengalami kenaikan yang signifikan.

D. Kebutuhan Dana

Untuk merealisasikan sebuah bisnis kebutuhan dana adalah hal yang sangat utama bagi awal pendirian usaha. Modal usaha sangat diperlukan untuk menjalankan bisnis agar berjalan efektif dan efisien. Modal dibagi atas tiga jenis, yang pertama adalah modal pribadi, kedua adalah modal pinjaman, dan terakhir adalah hibah. Kebutuhan dana yang dibutuhkan *Green Garden Kitchen* berasal dari hibah orang tua. Berikut adalah kebutuhan dana yang diperlukan *Green Garden Kitchen*.

Tabel 1.3

Kebutuhan Dana Green Garden Kitchen

Kebutuhan Dana	
Kas awal	Rp 10,000,000.00
Peralatan	Rp 70,813,000.00
Sewa Bangunan	Rp 120,000,000.00
Bahan Baku	Rp 211,119,704.41
Perlengkapan	Rp 21,108,000.00
Renovasi Bangunan	Rp 23,983,300.00
Gaji Karyawan	Rp 203,700,000.00
Utilitas	Rp 39,124,635.36
Promosi	Rp 3,011,150.00
Total	Rp 702,859,789.77

Sumber: *Green Garden Kitchen*