



BAB I

PENDAHULUAN



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

A. Ide Bisnis

Industri kuliner merupakan hal yang erat dengan kehidupan manusia, Kebutuhan dasar manusia adalah sandang, pangan dan papan. Kuliner yang merupakan bagian dari pangan dibutuhkan setiap manusia untuk bertahan hidup. Perkembangan zaman yang semakin maju dan berkembang seiring pada perkembangan jenis usaha dan bisnis yang ada. Berbagai macam kuliner muncul seiring berkembangnya kreativitas manusia. Kuliner bukan lagi produk konsumsi yang hanya untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia semata, saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pertumbuhan kuliner sangat berkembang pesat dan semakin diminati oleh masyarakat, selain karena dibutuhkan setiap harinya oleh manusia, kuliner memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk berkunjung ke suatu daerah atau tempat makan untuk melakukan wisata kuliner. Para pelaku usaha di bidang kuliner semakin bertambah dengan variasi produk yang semakin beragam, kreatif, inovatif dan unik. Oleh karena itu, usaha dibidang kuliner dipilih karena dinilai cukup menjanjikan.

Ide bisnis ini menawarkan produk kebab sushi. Kebab dan Sushi merupakan sebagian kecil dari menu makanan yang tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia. Kebab merupakan makanan yang terbuat dari daging panggang yang diolah dengan bumbu-bumbu khusus yang disajikan dengan Tortila, roti khas Meksiko, dicampur dengan sayuran dan aneka saus pilihan, kemudian digulung dan dipanggang. Sushi adalah adalah makanan khas Jepang yang terdiri dari nasi yang dibentuk bersama lauk berupa makanan laut, daging, sayuran mentah atau yang sudah dimasak. Kedua menu makanan ini cukup populer

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.



di Indonesia dan sudah banyak restoran yang menawarkan menu menu tersebut, namun belum ada yang menggabungkan kebab dengan sushi.

Bisnis kuliner ini dipilih dengan nama Kebab Sushi *Bash*. Kebab Sushi *Bash* merupakan bisnis yang bergerak di bidang makanan. Nama *Bash* sendiri diambil dari huruf ketiga dan keempat dari masing-masing kata kebab (ba) dan sushi (sh). Selain itu *bash* juga merupakan Bahasa Inggris yang memiliki arti *a giant party* atau pesta besar sehingga memberikan kesan yang meriah pada produk kebab sushi tersebut. Kebab Sushi *Bash* melakukan penggabungan antara kuliner khas Turki yaitu kebab dengan kuliner khas Jepang yaitu sushi menjadi suatu produk kebab sushi. Kebab Sushi *Bash* merupakan produk makanan yang unik yaitu kebab dengan rasa sushi. Biasanya kebab memiliki rasa daging ayam, sapi atau domba, namun *Bash* menyediakan rasa khas Jepang dengan memberikan tambahan pilihan daging salmon dan tuna yang dicampur dengan bumbu-bumbu seperti mayonnaise, rumput laut, keju dan lain-lain.

Kebab Sushi *Bash* menawarkan produknya dengan konsep *food truck*. *Food truck* merupakan salah satu cara kreatif para pelaku usaha kuliner untuk menarik minat masyarakat. *Food truck* sendiri adalah konsep penjualan makanan dengan menggunakan sebuah kendaraan (umumnya truk modifikasi) sebagai tempat usahanya. Jadi pemesanan, makan dan pelayanannya semuanya dilakukan di dalam kendaraan yang telah didesain sedemikian rupa untuk menarik para konsumen. *Food truck* dipilih menjadi konsep penjualan Kebab Sushi *Bash* karena merupakan peluang bisnis yang potensial di Indonesia karena pelaku bisnis *Food truck* ini belum banyak. Dari segi permodalan pun masih rasional dan tidak terlalu tinggi untuk memulai bisnis ini dibandingkan dengan menyewa ruko atau di mall.



Kebab Sushi Bash merupakan pelopor pertama Kebab Sushi di Indonesia. Sushi merupakan makanan yang digemari masyarakat Indonesia. Kebab juga merupakan makanan yang cukup dikenal dan mulai digemari masyarakat Indonesia. Dengan menggabungkan kedua kuliner yang berbeda ini merupakan suatu keunikan tersendiri bagi Bash.

B. Tujuan dan Bidang Usaha

Tujuan merupakan hal yang ingin dicapai oleh setiap usaha yang dilakukan, tujuan dirumuskan pada awal perintisan sebuah usaha sebagai parameter kesuksesan pelaku usaha dalam menjalankan bisnis nya. Tujuan ada dua macam yaitu jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek Kebab Sushi Bash adalah menjadi salah satu kuliner yang dikenal masyarakat luas. Tujuan jangka panjang dari Kebab Sushi Bash adalah menjadi produk kuliner nomor satu dan membuka berbagai cabang di seluruh Indonesia.

C. Besarnya Peluang Bisnis

Mengetahui besarnya peluang bisnis sangat penting untuk menentukan bagaimana berlangsungnya hidup perusahaan termasuk mengetahui ramalan penjualan industri. Dengan mengetahui besarnya peluang bisnis membuat perusahaan lebih mudah mengambil langkah-langkah strategis agar dapat mencapai target yang diinginkan. Banyak hal yang harus diamati, seperti memprediksi perilaku konsumen, daya beli, persaingan, dan lainnya serta melakukan tindakan kreatif dan inovatif agar perusahaan mudah berkembang dan tidak ditinggalkan oleh pelanggannya.

Industri makanan mengalami perkembangan yang terus menerus, karena makanan merupakan salah satu dari kebutuhan pokok masyarakat. Pertumbuhan di industri makanan juga didukung oleh data yang didapat dari Badan Pusat Statistik berikut tabelnya:



Tabel 1.1

Indeks Tendensi Konsumen Menurut Variabel Pembentuknya

No	Variabel Pembentuk	Triwulan IV 2016	Triwulan I 2017
1	Pendapatan rumah tangga	105,54	99,94
2	Pengaruh inflasi terhadap total pengeluaran rumah tangga	102,97	98,91
3	Tingkat konsumsi bahan makanan/minuman, makanan/minuman jadi, rokok, tembakau, makan di restoran/rumah makan, dan bukan makanan (pakaian, pulsa HP, rekreasi/hiburan, akomodasi, transportasi, perawatan kesehatan dan kecantikan)	102,95	105,45
	Indeks Tendensi Konsumen (ITK)	104,28	100,84

Sumber: Jakarta.bps.go.id

Indeks Tendensi Konsumen di DKI Jakarta pada Triwulan I-2017 adalah sebesar 100,84 yang artinya kondisi ekonomi konsumen pada triwulan tersebut secara umum dikatakan meningkat dibandingkan triwulan terakhir tahun 2016. Sementara, bila besaran ITK Triwulan I-2017 dibandingkan dengan ITK Triwulan IV-2016, maka terlihat adanya penurunan tingkat optimise konsumen di triwulan pertama 2017.

Berdasarkan variabel pembentuknya, yang membuat nilai indeks masih berada pada posisi di atas nilai 100 adalah komponen tingkat konsumsi dengan nilai indeks sebesar 105,45. Nilai indeks komponen tersebut juga ternyata lebih tinggi dibandingkan nilai komponen yang sama pada triwulan sebelumnya yaitu sebesar 102,95. Sehingga, secara rata-rata, telah terjadi peningkatan konsumsi di triwulan pertama 2017 yang dilakukan oleh konsumen di DKI Jakarta. Namun peningkatan pada komponen konsumsi tersebut tidak diikuti oleh dua komponen lainnya. Konsumen di DKI Jakarta merasakan bahwa inflasi yang terjadi sepanjang Januari sampai Maret 2017 cukup mempengaruhi pengeluaran mereka. Akan tetapi, dengan nilai indeks sebesar 98,91 atau hanya sedikit lebih rendah dari angka 100, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh inflasi hanya dirasakan oleh beberapa rumah tangga saja dan dapat dikatakan cenderung kondisinya sama dengan triwulan

© Hak Cipta milik IBIKGG (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 IBIKGG.

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



sebelumnya. Nilai indeks pada komponen tersebut di triwulan pertama 2017 lebih rendah dibandingkan triwulan terakhir tahun 2016. Sementara, nilai indeks untuk komponen pendapatan cenderung stagnan atau tidak berubah. Dengan nilai indeks sebesar 99,94 maka dapat dikatakan bahwa secara rata-rata, konusmen di DKI Jakarta merasakan bahwa pendapatan mereka pada periode triwulan pertama 2017 cenderung sama dengan yang mereka peroleh pada triwulan terakhir tahun 2016. Bila nilai indeksnya kita bandingkan, maka dalam dua triwulan terakhir terjadi penurunan yaitu dari 105,54 di triwulan keempat tahun 2016 menjadi 99,94 pada triwulan pertama tahun 2017. Seperti diketahui bahwa pada setiap akhir tahun, bagi beberapa pekerja atau karyawan, mereka biasanya akan mendapatkan tambahan pendapatan dari tempat mereka bekerja sebagai bonus akhir tahun. Sementara bagi para wirausaha juga mendapatkan pendapatan yang tidak seperti biasanya yaitu untuk momen perayaan natal dan tahun baru di DKI Jakarta.

Tabel 1.2

Indeks Tendensi Konsumen Menurut Kelompok Barang dan Jasa

No	Kelompok Barang dan Jasa	Triwulan IV 2016	Triwulan I 2017
1	Indeks Makanan	120,48	129,00
2	Bahan Makanan	129,97	137,99
3	Makanan jadi di restoran/rumah makan	110,99	120,02
4	Indeks Non Makanan	97,95	98,72
5	Pakaian	95,39	104,77
6	Komunikasi (Pembelian Pulsa HP)	123,34	115,35
7	Pendidikan	107,77	105,44
8	Rekreasi/Hiburan	82,41	83,82
9	Akomodasi (Hotel/Penginapan)	74,03	81,95
10	Transportasi	117,22	107,11
11	Perawatan Kesehatan dan Kecantikan	84,80	92,60
	Indeks Konsumsi Total	102,96	105,45

Sumber: Jakarta.bps.go.id

Pada tabel 1.2 di atas, angka indeks pada kelompok Makanan di triwulan I-2017 cukup tinggi yaitu sebesar 129,00. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat di DKI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. IBI KKG (Asosiasi Bisnis dan Informata Kwik Kian Gie) 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.



Jakarta sebagian besar sangat optimis dalam membelanjakan uangnya untuk membeli makanan. Nilai indeks pada triwulan pertama tersebut lebih tinggi dibandingkan indeks yang sama pada triwulan sebelumnya yang hanya sebesar 120,48. Konsumsi bahan makanan masih menjadi pendorong utama tingginya optimisme konsumen di DKI Jakarta dengan nilai indeks sebesar 137,99 dan meningkat dibandingkan periode sebelumnya. Demikian pula halnya dengan nilai indeks pada komponen makanan jadi di restoran atau rumah makan, juga menunjukkan peningkatan optimisme dibandingkan periode sebelumnya. Sementara itu, pada kelompok Indeks Non-Makanan di triwulan pertama 2017 adalah sebesar 98,72 atau dibawah angka 100. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar konsumen di DKI Jakarta cenderung stagnan dalam mengkonsumsi uangnya untuk kelompok barang tersebut. Nilai indeks tersebut walupun terlihat sedikit lebih tinggi dibandingkan triwulan terakhir tahun 2016 namun dapat dikatakan stagnan. Artinya dalam satu semester terakhir, konsumen di DKI Jakarta cenderung stagnan dalam membelanjakan uangnya untuk barang kebutuhan Non-Makanan. Sementara bila dilihat lebih dalam menurut komponennya, maka ada beberapa peningkatan yang cukup signifikan terhadap perbaikan optimisme dalam melakukan pembelian khususnya pada komponen Pakaian. Pada triwulan pertama 2017 nilai indeksnya berhasil menembus nilai di atas 100 dimana dalam beberapa triwulan belakangan ini nilainya cenderung di bawah 100. Artinya konsumsi pakaian pada triwulan pertama 2017 lebih banyak bila dibandingkan triwulan sebelumnya.

Menurut Griselda Valentina, pemilik Loco Mama, salah satu merek food truck yang menjajakan masakan ala Meksiko, Jakarta dinilai sangat cocok dijadikan embrio pertumbuhan bisnis food truck di Indonesia. Gaya hidup warga ibu kota yang selalu ingin mencicipi sesuatu hal yang baru, membuat keberadaan truk penjaja makanan khas mancanegara bisa berkembang. Perkembangan Food Truck cukup cepat sejak pertama kali

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Ditulis dan Diterbitkan oleh: Hana Cipta Dili

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian tanpa izin IBIKKG.

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.



ada yang buka di akhir 2013. Data terakhir 2015 sudah ada 70 merek food truck di seluruh Indonesia, sementara di Jakarta saja ada sekitar 30-an.

D. Identitas Perusahaan & Latar Belakang Pemilik

Dalam menyusun suatu rencana bisnis, pemilihan nama merupakan salah satu langkah yang penting karena nama akan dikenal sebagai merek (brand). Menurut Kotler dan Keller (2016: 322) Merek (Brand) merupakan nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya (membedakan) dari barang atau jasa pesaing. Dengan demikian, sebuah merek adalah produk atau jasa penambah dimensi yang dengan cara tertentu mendiferensiasikannya dari produk atau jasa lain yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan yang sama. Brand dari usaha ini adalah *Kebab Sushi Bash*. Nama *Bash* sendiri diambil dari huruf ketiga dan keempat dari masing-masing kata *kebab* (ba) dan *sushi* (sh). Selain itu *bash* juga merupakan Bahasa Inggris yang memiliki arti *a giant party* atau pesta besar sehingga memberikan kesan yang meriah pada produk *kebab sushi* tersebut.

Penentuan lokasi usaha juga merupakan faktor penting dalam membangun usaha. Menurut Kotler dan Keller (2016:563) "Kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dan lokasi".

Beberapa lokasi yang direkomendasikan yaitu:

- Central business districts*; pusat bisnis
- Regional shopping centers*; pusat perbelanjaan regional seperti mall dengan 40-200 toko
- Community shopping centers*; pusat perbelanjaan yang lebih kecil dengan sekitar 20-40 toko



d. *Shopping strips*; toko model cluster yang biasanya terdapat di bangunan yang panjang pada satu jalan

e. *A location within a larger store*; terdapat di area toko yang lebih besar dan terkenal

f. *Stand-alone stores*; tempat yang berdiri sendiri jauh dari toko lainnya

Berdasarkan analisis di atas, maka ditetapkan data perusahaan adalah sebagai berikut:

Nama perusahaan	: Kebab Sushi Bash
Bidang Usaha	: Makanan
Jenis Produk	: Kebab
Alamat Usaha	: Wisma Gading Permai
Instagram	: Kebab Sushi Bash
Email	: kebabsushibash@gmail.com
Kepemilikan Usaha	: Perseorangan

Wisma Gading Permai dipilih sebagai lokasi usaha karena

Dekat dengan apartemen dan perumahan.

Berada di daerah Kelapa Gading yang dikenal sebagai pusat kuliner.

Berikut adalah data pribadi pemilik usaha

Nama Pemilik	: William
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Tempat / Tanggal Lahir	: Jakarta, 14 April 1995
Alamat	: Jalan Duri Raya No 72

Duri Selatan, Tambora, Jakarta Barat

No Telp : 081297886672

E-Mail : williamtjhang@gmail.com

Pendidikan Terakhir : Strata Satu Ilmu Administrasi Bisnis

E. Kebutuhan Dana

Untuk merealisasikan sebuah rencana bisnis dibutuhkan dana sebagai investasi awal. Dana tersebut diklasifikasikan atas dasar aktiva tetap berwujud seperti tanah, bangunan, peralatan, dan lain sebagainya, aktiva tetap tidak berwujud seperti hak paten, lisensi, biaya pendahuluan dan biaya sebelum bisnis beroperasi, dan selain aktiva berwujud dan tidak berwujud dana kebutuhan juga termasuk di dalamnya adalah modal kerja atau semua investasi yang diperlukan untuk aktiva lancar seperti kas, dan persediaan.

Berikut adalah rincian dari kebutuhan dana yang dibutuhkan bash

Tabel 1.3
Kebutuhan Dana Kebab Sushi Bash
(Dalam Rupiah)

No	Keterangan	Kebutuhan Dana
1	Kas Awal	50.000.000,00
2	Pembelaaian Kendaraan	90.000.000,00
3	Biaya Renovasi <i>Food Truck</i>	135.000.000,00
4	Biaya Peralatan	26.042.000,00
5	Biaya Perlengkapan	24.849.600,00
6	Biaya Bahan Baku	94.180.800,00
Total Kebutuhan Dana		420.072.400,00

Sumber: Kebab Sushi Bash

Sumber pendanaan Kebab Sushi Bash adalah pinjaman dari orang tua dikarenakan dari segi pertimbangan peminjaman dan pengembalian, pinjaman ini merupakan jenis yang paling mudah dan murah. Mudah karena tidak diperlukan tata cara rumit dan murah karena tidak ada ketentuan bunga.

