



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Rumusan Konsep / Ide Bisnis

Bisnis toko roti (*Bakery*) merupakan bisnis yang sangat berkembang dan bisnis yang sangat menjanjikan karena makanan, terutama roti dikonsumsi oleh hampir semua orang. Sekarang industri makanan sedang berkembang pesat, dengan adanya produk - produk *pastry*, *bread* ataupun *cake* yang unik sekarang banyak kalangan muda-mudi yang tidak keberatan untuk mencoba produk roti terbaru.

Dalam industri roti dan kue, berbagai macam rasa, dan bentuk roti telah banyak sekali ditawarkan pada industri makanan yang satu ini, mulai dari *Chocochip Cookies*, *Sandwich*, *Hotdog*, *Burger* yang datang dari Amerika hingga *Choux* (kue soes), *Croissant*, *Macaron* yang datang dari Eropa. Seperti bolu dengan *cream* dan parutan keju yang banyak di atasnya, merupakan model bolu tradisional namun dapat menjadi *snack* yang terkenal di pasar dunia maya ataupun *Bazaar*.

Begitu pula dengan donat yang memiliki rasa unik seperti rasa *green tea*, *red velvet*, *taro*, *bacon* hingga donat dengan *salad*. Namun tidak seluruh perubahan yang ada sekarang dapat memberikan rasa produk yang benar - benar enak pada saat dimakan seperti *cake* yang berisikan bolu tipis dan sisanya berisikan cream yang sangat banyak, ataupun *cookies* dengan *icing sugar* (gula) yang banyak dan sangat lucu bentuknya namun rasanya hanya sebatas adonan tepung dan gula yang banyak. Dengan cara seperti itu akan memberikan rasa 'eneg' dan membuat konsumen jarang memesan kembali.



Banyak sekali jenis roti dan kue di Indonesia yang berasal dari kebudayaan Barat.

Tapi, banyak juga kue yang terlupakan yang berasal dari Indonesia seperti kue Lapis, Bika Ambon, kue Cubit, kue Pancong sangat kental dengan kebudayaan Indonesia dan juga salah satu roti yang juga kental dengan kebudayaan Indonesia, tepatnya kebudayaan Betawi yaitu roti buaya.

Dengan memberi perubahan, saya mengembangkan roti buaya melalui “*CrocoBread*” yang menyediakan roti buaya dengan berbagai macam rasa, yaitu *milktea*, *greentea*, *red velvet*, *salted eggolk*, dan *peperoni & cheese*. Namun ukuran yang ditawarkan pun tidak sebesar roti buaya seperti pada umumnya karena disesuaikan untuk konsumsi individual.

Roti buaya awalnya merupakan hidangan yang wajib di pesta pernikahan adat budaya Betawi yang menggunakan simbol buaya yang diartikan sebagai simbol kesetiaan. Menurut cerita budaya menyediakan roti buaya ini terinspirasi dari perilaku buaya yang hanya kawin sekali sepanjang hidupnya. Karena itulah, roti ini di jadikan sebagai simbol kesetiaan dengan maksud pasangan yang menikah akan saling setia sampai seumur hidup. Selain sebagai simbol kesetiaan Roti Buaya katanya juga memiliki arti sebagai simbol keamanan, biasanya roti buaya ini diberikan pada saudara yang belum menikah, agar cepat mendapatkan jodoh.

Mengapa mengembangkan roti buaya? Karena melihat keadaan dinamis yang sekarang telah banyak kebudayaan bangsa kita yang hanya tinggal sebagai memori karena kurangnya eksploitasi budaya terhadap negeri sendiri. Setelah maraknya penjualan kue cubit, martabak dan juga pancong dengan berbagai rasa, belum ada lagi inovasi - inovasi baru dalam industri roti tradisional di Tanah Air sehingga muncullah ide untuk mengembangkan roti buaya agar masyarakat dapat melihat kebudayaan Indonesia kembali yang dipadukan dengan zaman yang modern dan bisa memperluas pangsa pasar roti buaya agar dikenal oleh banyak kalangan.

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyutip 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 IBKKG.

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



Salah satu harapan penulis adalah untuk mengembangkan industri roti tradisional di Indonesia agar dapat dikenal lebih banyak orang dan membuat budaya kita bisa tetap bertahan dalam zaman yang dinamis ini. Tidak lupa roti buaya yang dijual di *CrocoBread* berbeda ukurannya dengan roti - roti buaya pada umumnya, dengan ukuran yang lebih kecil maka roti ini dapat dinikmati kapan saja sebagai cemilan ataupun pelengkap dalam acara - acara keluarga.

## B. Tujuan dan Bidang Usaha

*CrocoBread* memiliki konsep berjualan dengan cara mengikuti event Bazaar - Bazaar yang ada di mal - mal. Dengan cara seperti ini, maka aka menekan biaya sewa yang tinggi dan juga mendapat target pasar yang tepat yaitu kalangan muda - mudi dan juga orangtua muda yang senang berkunjung ke bazaar - bazaar di mal - mal ibukota. Berpindah tempat dari satu bazaar ke bazaar lainnya juga memberikan kita akses untuk mendapatkan pangsa pasar dari daerah yang berbeda - beda.

Karena segmen usia dari produk kami dapat menjangkau semua tingkat usia dan juga halal, maka semua orang dapat menikmati poduk yang kami sajikan. Dengan proses pembuatan roti yang dibuat di rumah, dan membawa produk setengah jadi untuk di olah selanjutnya pada saat bazaar dengan menggunakan oven kecil yang akan memberikan kesan “*fresh bake*” yang berguna sebagai penarik perhatian pelanggan.

Varian rasa seperti *green tea* (teh hijau), *red velvet*, *milk tea* (teh susu), *cheese & beef peperoni* (daging sapi bulat dan keju ) serta *salted egg yolk* (telur asin) *CrocoBread* ingin menciptakan citra “produk dengan variasi yang menarik” di mata pelanggan. *CrocoBread* juga menerima pesanan roti buaya untuk acara-acara tertentu dan juga menerima pesanan untuk acara pernikahan adat Betawi.



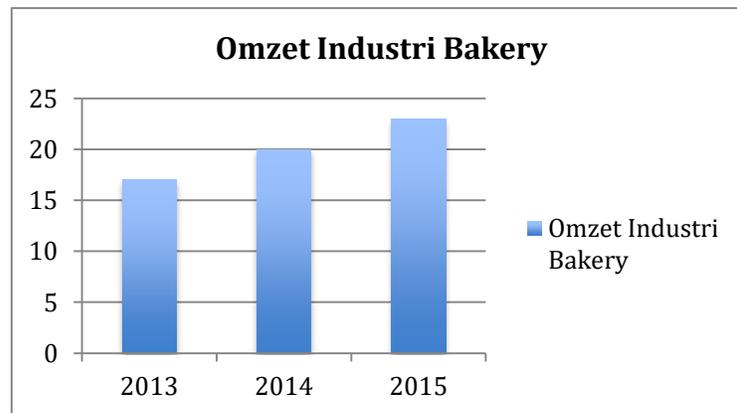
Mengapa *CrocoBread* memilih metode berjualan yang mengikuti bazaar? Karena menurut pengamatan pribadi di dalam bazaar - bazaar modern ini pelanggan yang kerap datang berkisar antara umur 15 hingga 35 tahun, pada saat ini Bazaar modern merupakan *marketplace* yang penuh dengan *potential buyer*. bahkan restoran atau kedai makan dan minuman yang terdapat di dalam mall telah banyak yang membuka booth di bazaar - bazaar seperti ini karena begitu banyak calon pelanggan yang datang pada acara - acara seperti ini.

Dengan adanya *CrocoBread*, saya berharap membawa sebuah perubahan baru pada industri roti dan mengembangkan budaya Indonesia juga yang memberikan *value added* lebih pada produk ini dan tentunya bentuk estetika yang didapat dari produk ini karena bentuknya yang unik dan lucu. Untuk standar harga yang dipatok untuk produk ini termasuk menengah keatas hal ini dikarenakan kerumitan pada pengerjaan dan kualitas dari bahan - bahan roti ini dan juga kemasan yang menarik perhatian pelanggan dengan desain yang efektif.

### C. Besarnya Peluang Usaha

Berikut merupakan **Tabel 1.1** yang menunjukkan perkembangan industri roti di Indonesia yang meningkat setiap tahunnya.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan industri roti di Indonesia**



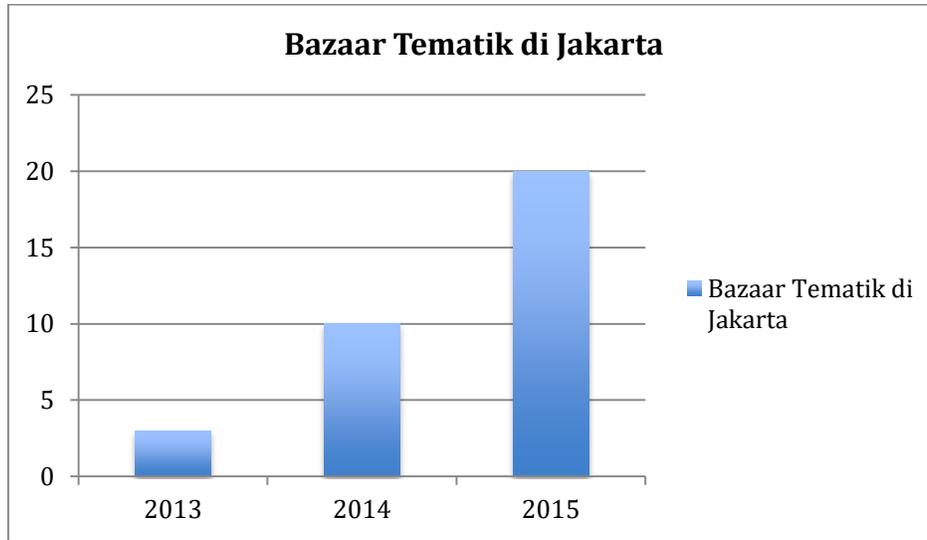
\*dalam triliyun rupiah

sumber: <http://bisnis.liputan6.com/read/2123566/pertumbuhan-omzet-industri-roti-di-atas-10> (diakses pada 5 Desember 2015)



Dari **Tabel 1.1** diatas dapat dilihat bahwa bisnis roti pada 2 tahun terakhir pun terus maju walaupun banyak hambatan seperti naiknya Bahan Bakar Minyak yang mengakibatkan naiknya sebagian besar bahan baku untuk membuat roti dan kue.

**Tabel 1**



\*jumlah banyaknya event  
sumber: *CrocoBread*

**Tabel 1.2** menunjukkan bahwa bazaar tematik di Jakarta dari tahun 2013 - 2015 mengalami kemajuan karena *bazaar – bazaar* ini menjadi perantara yang sempurna antara pengusaha kecil dan menengah dengan calon pembeli. Berdasarkan **Tabel 1.1** dan **Tabel 1.2** dengan semakin majunya industri roti serta semakin banyaknya infrastruktur bisnis seperti *Bazaar* Tematik yang berada di mall - mall atau pusat perbelanjaan di Jakarta akan merangsang pertumbuhan industri kecil dan menengah, karena semakin banyak partisipasi dari perusahaan maka persaingan akan semakin ketat sehingga banyak bermunculan inovasi dan strategi unik baru yang mereka gunakan untuk menampilkan perbedaan antara satu perusahaan dengan yang lainnya.



## D. Identitas Perusahaan



Hak cipta milik IBI KKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Gambar 1.1**  
**Logo CrocoBread**



1. Nama Usaha	: <i>CrocoBread</i>
2. Bidang Usaha	: Toko Roti/Bakery
3. Jenis Produk	: Roti Buaya Mini
4. Alamat	: Jl. Sunter Hijau Raya no 21
5. Instagram	: <i>Crocobread</i>
6. Facebook	: <i>Crocobread</i>
7. Email	: <i>crocobread@hotmail.com</i>
8. Bentuk Badan Hukum	: Perorangan
<b>Nama dan Alamat Pemilik Perusahaan</b>	
1. Nama	: Felyn Poe
2. Alamat	: Jl. Sunter hijau raya no 21
3. Telepon	: 08170783588
4. Email	: <i>f.private@hotmail.com</i>



*CrocoBread* merupakan perusahaan yang termasuk dalam industri roti yang memiliki tujuan untuk memperoleh laba dan menyediakan kebutuhan roti yang unik bagi konsumen. Menurut Kotler dan Gary Amstrong (2012:255) "*a Brand is a name, term, sign, symbol, or design, or a combination of these, that identifies the maker or seller of a product or service.*" yang artinya merek adalah sebuah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari hal - hal tersebut yang mengidentifikasi pembuat atau penjual dari produk atau jasa tersebut. Untuk nama yang dipilih, nama *CrocoBread* berasal dari bahasa Inggris yaitu *Croco* (buaya) dan *Bread* (roti) nama ini dipilih karena melambangkan jenis produk yang dijual secara jelas. *CrocoBread* merupakan perusahaan perseorangan yang melakukan kegiatan Produksi di Jl. Sunter Hijau Raya blok E2 no 21, Jakarta Utara dan menjual produknya pada saat *event - event bazaar* dan juga secara *online*.

**E. Besarnya Kebutuhan dan Rincian Penggunaan Modal/Dana**

Modal yang dibutuhkan untuk usaha ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
***CrocoBread***  
**Tabel Penggunaan Modal**

No	Keterangan	Total
1	Kas Awal	60.861.500
2	Bahan (relatif)	4.878.500
3	Biaya Sewa <i>Bazaar</i> (relatif)	4.000.000
4	Peralatan	101.690.000
5	Peralatan Elektronik	14.000.000
6	Perlengkapan	14.570.000
<b>Total Kebutuhan Dana</b>		<b>200.000.000</b>

Sumber: *CrocoBread*

\*perlengkapan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Modal usaha yang digunakan Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) yang seluruhnya di dapatkan dari orang tua penulis, dan untuk uang kas yang digunakan adalah sejumlah Rp 60.861.500 yang berasal dari kelebihan uang yang didapat. Untuk biaya bahan yang dicantumkan diatas senilai Rp 4.878.500 merupakan perkiraan biaya bahan yang dikeluarkan dalam seminggu, untuk biaya sewa tempat di dalam *bazaar* juga relatif tergantung jangka waktu dan biaya sewa di berbagai acara, yang penulis gunakan diatas merupakan asumsi harga sewa *booth* selama 3 hari dengan harga sewa Rp 4.000.000. Total biaya peralatan sebesar Rp 115.690.000 yaitu dari oven hingga showcase, total biaya perlengkapan Rp 14.570.000 yaitu plastik pembungkus, *paperbag* hingga alat tulis.

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.