



BAB I

PENDAHULUAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Ide Bisnis

Masyarakat di Indonesia khususnya di Jakarta merupakan tipe masyarakat yang memiliki tingkat konsumsi yang tinggi di dunia bisnis kuliner. Membangun bisnis kuliner sangat sulit mati/gagal karena dengan berbagai inovasi dan kreatifitas bisnis kuliner dapat terus bertahan dalam bidang kuliner tertentu yang punya cara tersendiri dalam proses pelayanan dan pengolahannya. Dunia bisnis kuliner tidak lepas dengan target pasar yang di kelompokkan dari berbagai macam konsumen, target pasar dalam bisnis kuliner tidak menentukan kalangan masyarakat bawah atau kalangan masyarakat atas tetapi lebih banyak menargetkan kalangan pelajar dan anak muda yang hobby mencoba varian produk makanan baru yang sedang trend/viral dan banyak di cari. Maka dari itu jika pengusaha bisnis kuliner terus menggeluti dan fokus dalam bidang kuliner tertentu maka merupakan hal mudah bagi dia untuk menciptakan trend terbaru untuk menarik pelanggan baru dari golongan pelajar dan anak muda.

Kuliner merupakan suatu yang penting bagi bangsa Indonesia, karena dengan adanya bisnis kuliner Indonesia dapat menemukan sektor baru kegiatan bisnis yang dapat dijadikan tolak ukur suatu perkembangan ekonomi di suatu wilayah. Bisnis kuliner juga tidak lepas dari persaingan usaha yang ketat, sehingga sejak awal berdirinya usaha harus siap untuk terus melakukan inovasi dan terus mengeksekusi kreativitas mereka kedalam bisnis kuliner mereka mulai dari cara pengolahan produk hingga penyajian produk kepada konsumen. Bisnis kuliner tidak selalu

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.



berfokus pada rasa hidangan yang disajikan, tetapi juga fokus pada tampilan hidangan atau tampilan kemasan bagi produk makanan siap saji, karena tampilan hidangan dan kemasan dapat menjadi nilai jual yang membantu meningkatkan eksistensi, pamor, branding dan menarik minat pembeli yang membuat jumlah transaksi semakin meningkat. Kebutuhan pokok manusia saat ini adalah makanan, makanan yang salah satu hal terpenting dalam kegiatan manusia sering kali kita hanya makan nasi, roti itu sebagai makanan pokok yang sedang dikembangkan. Adapun makanan ringan yang sering disebut sebagai cemilan hingga saat ini hal terbiasa dalam makanan pokok yang untuk bertumbuh dimasyarakat dari tingkat umur, yang terjadi dimasyarakat banyak produk cemilan yang sudah ditawarkan mulai dari skala nasional maupun para *UMKM*.

Cakwe merupakan salah satu produk cemilan yang sedang tumbuh berkembang hingga saat ini serta cakwe juga salah satu jajanan pasar yang ada di Indonesia termasuk di Jakarta. Masyarakat di Indonesia khususnya di Jakarta, Jakarta sendiri juga merupakan banyak kuliner yang sedang dikembangkan salah satu alasan adalah masyarakat pencinta kuliner, sehingga cakwe ini merupakan jajanan pasar yang sejak dulu ada namun kurang bervariasi macam item pada di saus. Hal ini juga sebagai potensi bisnis pada khusus di cakwe karena banyak sekali penggemar mulai anak-anak, remaja hingga dewasa.

Potensi usaha cakwe ini berbagai macam jenis bahan pada saus, sehingga penulis dapat berinovasi untuk konsep cakwe. Pada konsep cakwe ini panduan gaya tradisional dengan gaya modern yang menghasilkan *Konsep Fusion Food*. *Konsep Fusion Food* dengan memberikan menu yang unik serta perpaduan tekstur pada cakwe ini terasa gurih, manis, lembut dan juga perpaduan varian rasa pada dipping itu akan berbeda dengan yang lain seperti Kaya Dipping, Choco Dipping, Taro Dipping, Thai Tea Dipping, Pandan Dipping. Cakwe dihidang melalui *Gable Box* tahan panas dan masing-masing di potong dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.



ukuran kecil dilumuri dengan saus sesuai dengan pesanan. Selain itu penulis melihat peluang dari sisi tempat tinggal penulis terdapat banyak kegemaran masyarakat kota khususnya anak muda, dan para pencinta kuliner selain itu lokasi tempat penulis belum adapesaing yang menjual cakwe dan terdapat pada lokasi strategis seperti perumahan, apartemen, Tempat sekolah untuk menjual produk cakwe, sehingga memiliki ciri khas produk kami. Produk yang saya buat diberi nama *Mikul Dhuwur*. *Mikul* sendiri yang diambil bahasa Jawa yaitu memikul sedangkan *Dhuwur* sendiri diartikan dalam bahasa Jawa yaitu tinggi, Jadi *Mikul Dhuwur* dalam Bahasa Jawa artinya menonjolkan kelebihan atau meninggikan, serta *Mikul Dhuwur* dalam bahasa Indonesia memiliki makna tersendiri yaitu menunjung tinggi kehormatan, penulis berharap dengan nama Mikul Dhuwur sebagai membawa kesuksesan bagi usaha yang sedang dijalankan di dalam Kedai.

Jakarta yang merupakan kota sibuk, tentu saja menjadi peluang untuk pelaku usaha kecil terutama penyedia makanan baik makanan berat atau makanan cemilan. Sehingga mudah sekali kita menemukan berbagai pedagang yang menjual makanan, baik di warung, toko, grobak, kantin hingga kaki lima. Dan juga tidak jarang kita temukan penjual yang memanfaatkan teknologi “Online Shop” untuk melariskan usahanya. Seiring perkembangan zaman yang semakin maju dan berkembang berdampak pada perkembangan dibidang makanan yang digunakan dalam keseharian dan aktivitas yang dilakukan. Ditambah lagi dengan adanya trend makanan yang sangat booming di setiap tahun ke tahun, persaingan dalam dunia bisnis saat ini semakin ketat. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya perusahaan atau pelaku usaha yang mencoba mengeluarkan ide-ide yang inovatif yang tak lain merupakan suatu strategi untuk dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Persaingan yang terjadi tidak hanya antar perusahaan besar tetapi bahkan dalam bidang usaha kecil.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.



Dalam berkembangnya teknologi semakin cepat sehingga dapat dipengaruhi gaya hidup masyarakat yang terbelah pencinta kuliner dalam mencari atau menentukan informasi yang mereka butuhkan, Contoh *GO-Ojek* dan *GRAB*.

Dalam aplikasi *GO-FOOD* dan *GRAB FOOD* terdapat banyak fitur-fitur makanan dalam aplikasi tersebut dalam memesan makanan yang mereka memperoleh sehingga tanpa harus buang-buang waktu untuk berkunjung ke restoran yang dijual.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Gambaran Usaha

Mikul Dhuwur merupakan sebuah kedai yang kategori bidang kuliner dan berfokus pada pengelolaan makanan ringan, dengan produk utamanya adalah Cakwe. Produk cakwe yang diproduksi merupakan inovasi cakwe pada umumnya yang ada dipasaran perbandingan antara tekstur cakwe dengan saus dipping sehingga variasi rasa yang kekinian. Adapun menawarkan tambahan sajian makanan cemilan yang lainnya yang terdapat pada bab 4 juga memberikan para pembeli atau konsumen sebuah menu yang unik serta memberikan tekstur yang bergaya modern. Selain dengan tekstur yang bergaya modern *Mikul Dhuwur* juga memberikan inovasi yang membedakan dari para pesaing yaitu mempunyai ciri khas sebuah kemasan yang unik dan membuat para masyarakat mulai dari anak-anak hingga dewasa menjadi tertarik dengan adanya hal ini. Sehingga Penghasilan yang di hasilkan oleh *Mikul Dhuwur* mendapat keuntungan yang melebihi target dan memiliki banyak penggemar. *Mikul Dhuwur* menjual berbagai macam rasa seperti Kaya Dipping, Choco Dipping, Taro Dipping, Thai Tea Dipping dan Pandan Dipping.

Mikul Dhuwur dengan kemasan menarik dengan menggunakan *Paper Box* sehingga mempermudah untuk digunakan agar lebih fleksibel baik dari segi estetika ataupun fungsional. Kemasan bukanlah sekedar untuk percantik produk

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.



agar di Tarik oleh para calon konsumen, tetapi bisa membuat nilai jual produk meningkat. Hal itu lah menjadikan distribusi dalam produk supaya dipermudahakan di tangan konsumen. *Mikul Dhuwur* ini direncanakan didirikan di salah satu kawasan daerah PIK(Pantai Indah Kapuk) yang sedang gencar dalam melakukan kuliner.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Penulis menyadari dalam mencapai *Mikul Dhuwur* terdapat proses kompleks dan berkesinambungan yang membutuhkan disiplin dan teliti dalam pengoperasiannya. Dalam menjalankan bisnis juga sangat penting untuk dimengerti bahwa keberlangsungan hidup suatu bisnis di masa depan membutuhkan dasar visi dan misi perusahaan. Berikut visi, misi dan tujuan dari perusahaan:

1. Visi *Mikul Dhuwur* yakni Menjadikan brand kuliner “*Mikul Dhuwur*” sebagai kedai pilihan utama

Terkemuka : Menjadi menu favorit untuk sekitar jabodetabek.

Kualitas : Menjadi makanan cemilan sebagai standar operasional didalam standar operasional didalam standar internasional serta penyajian rasa yang berkualitas yang bermutu dan mampu bersaing dengan kedai lainnya.

2. Misi Mikul Dhuwur adalah sebagai berikut :

a. Memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik kepada konsumen

b. Memperluas cabang di daerah Jabodetabek dan wilayah sekitar nya

c. Menyediakan berbagai variasi produk hidangan makanan cemilan yang halal dan unik serta menjaga citra rasa produk yang dihasilkan dalam bisnis makanan cemilan yang mempunyai ciri khas berbeda dari yang lain pada dalam bisnis cemilan.

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.



- d. Terus mengikuti perkembangan terutama informasi mengenai industri makanan dan secara aktif serta mengikuti trend.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Tujuan jangka pendek *Mikul Dhuwur* adalah sebagai berikut
 - a) Memaksimalkan dan memprioritaskan tingkat kepuasan pembeli dengan selalu memberikan kualitas yang baik dalam menjaga ciri khas dalam sajian makanan terutama menjalin hubungan baik dengan para pelanggan.
 - b.) Mikul Dhuwur dapat dikenal oleh seluruh masyarakat khusus yang berada di Jakarta Utara dan sekitarnya.
 - c.) Membentuk sebuah tim yang dapat berkomunikasi yang baik agar tercipta atmosfer yang dapat menjaga kedamai antar para karyawan.
 - d) Membuat dan menambah outlet shop (gerai) yang dapat memudahkan konsumen membeli produk kami.
 - e) Meningkatkan Kualitas Service (Pelayanan) terhadap konsumen.
4. Tujuan jangka panjang merupakan serangkaian tujuan yang ditetapkan untuk kurun waktu yang panjang, biasanya lima tahun mendatang atau lebih. Tujuan jangka Panjang *Mikul Dhuwur*:
 - a) Menambahkan jumlah dalam industri makanan partner kerja/ mitra kerja didalam negeri maupun diluar negeri.
 - b) Melakukan pemasaran intensif agar *Mikul Dhuwur* semakin dikenal oleh masyarakat luas.
 - c) Menjadikan industri makanan sebagai objek percontohan standarisasi kualitas produksi skala nasional.

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.



- d) Memberikan sebuah inovasi dalam menyajikan hidangan makanan terutama pada kemasan produk yang dapat memiliki banyak peminat.
- e) Mampu mengendalikan pangsa pasar dengan usaha yang memiliki kesamaan jenis .



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C. Besarnya Peluang Bisnis

Besarnya peluang bisnis yang sangat menentukan keberlangsungan hidup suatu bisnis. Peluang bisnis yang besar akan membuat bisnis memiliki kemampuan untuk berkembang dan mencapai target yang ingin dicapai. Beberapa hal yang harus diperhatikan juga dari segi kualitas produk, perilaku konsumen dan kreativitas serta inovasi dalam produk agar dapat terlihat berbeda dari para pesaing.

Keberlangsungannya peluang bisnis memerlukan lokasi strategis serta langkah-langkah strategis dalam melakukan inovasi serta letak lokasi strategis yang sangat penting bagi keberlangsungan ruang lingkup suatu bisnis untuk peluang terbesar mencapai target (Goals) yang akan dicapai serta mempunyai kesempatan untuk berkembang suatu bisnis melalui market-market yang akan menjadi sasaran seperti *Shopee, Tokopedia, Amazon*, dll serta pangsa pasar seperti demografi dan geografis.

Dalam Besarnya suatu peluang dalam bisnis makanan cemilan semakin peluang besar apalagi market pasar nya di Indonesia lumayan cukup pesat untuk berkembangnya. Sisi lain memahami kebiasaan konsumen guna merancang strategi pemasaran yang tepat. Menurut hasil penelitian *Mondelez* terhadap 1.500 konsumen dewasa di Indonesia, dan 500 orang ibu rumah tangga dengan usia anak antara 3-12 menunjukkan, 72% responden mengonsumsi makanan sebanyak tiga kali sehari. 85% diantaranya mengaku tidak pernah

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.

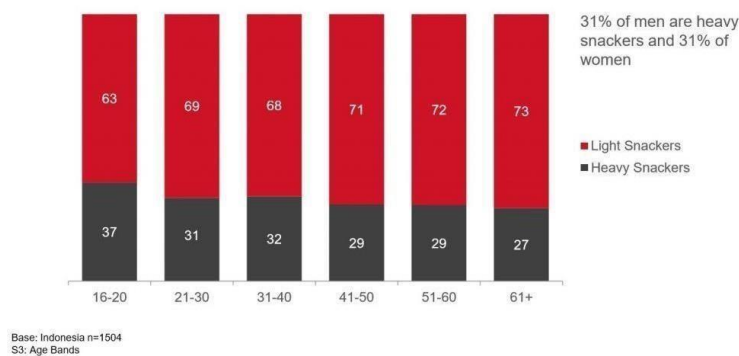


melewatkan makan pokok tiga kali dalam sehari. Yang artinya “Satu dari tiga orang Indonesia suka ngemil sebanyak tiga kali sehari di luar makan besar atau jika ditotal mencapai enam kali konsumsi makanan dalam sehari,” Berikut data *Heavy Snackers* Data Sebagai Berikut :

Gambar 1.1

Heavy Snackers

16-20 YEAR OLDS ARE MOST LIKELY TO BE HEAVY SNACKERS



Sumber : Mondelez, 2017

Data yang diteliti oleh Mondelez Indonesia menunjukkan bahwa jumlah konsumsi *heavy snackers* dan *light snackers* tertinggi jatuh pada usia 16-20 tahun dengan kategori konsumen dengan hobi mengemil tertinggi. Presentasi *heavy snackers* di usia ini mencapai 37% dan 63% *light snackers* (Mondelez, 2017).

Head of Corporate and Government Affairs Mondelez Indonesia mengatakan bahwa satu dari tiga orang Indonesia ngemil sebanyak tiga kali sehari di luar makan besar atau jika ditotal mencapai enam kali konsumsi makanan dalam sehari. *Mondelez* juga menemukan bahwa mayoritas konsumen yang memiliki hobi nyemil didominasi oleh kaum muda (Mondelez, 2017).

Oleh karena itu penulis dapat melihat sebuah prospek peluang pada dalam bisnis terutama pada bisnis cemilan yang akan mejadi target kami berdasarkan data

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



diatas yang sudah dijelaskan maka penulis memilih target bisnis yang akan dijalankan yaitu target sasaran kalangan masyarakat muda yang berusia anak-anak (16 – 20 tahun) remaja dan dewasa (21-30 tahun) terdapat adanya heavy snackers. Selain itu juga adapun target penulis dalam menjalankan bisnis cemilan terdapat adanya melalui platform seperti *Tokopedia, Shoppe, Tokkoku, Amazon*.

Dalam pertumbuhan ekonomi bagi suatu bisnis sangat penting bagi mempengaruhi adanya besarnya peluang bisnis di Indonesia apalagi dalam menjalankan sebuah bisnis itu sangat mempengaruhi untuk berkembangnya apakah bisnis itu tersebut dapat berjalan atau sebaliknya. Dibalik pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat bertumbuh adanya pertumbuhan dunia industri makanan dan minuman semakin berkembang disetiap tahun ke tahun. Adapun pendapatan perkapita (PBD) di Indonesia sangatlah mempengaruhi bagi pertumbuhan ekonomi yang sedang dijalankan secara mengupayakan memperkirakan pendapatan perkapita di Indonesia dari tahun ke tahun. Berikut data pendapatan perkapita di Indonesia :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

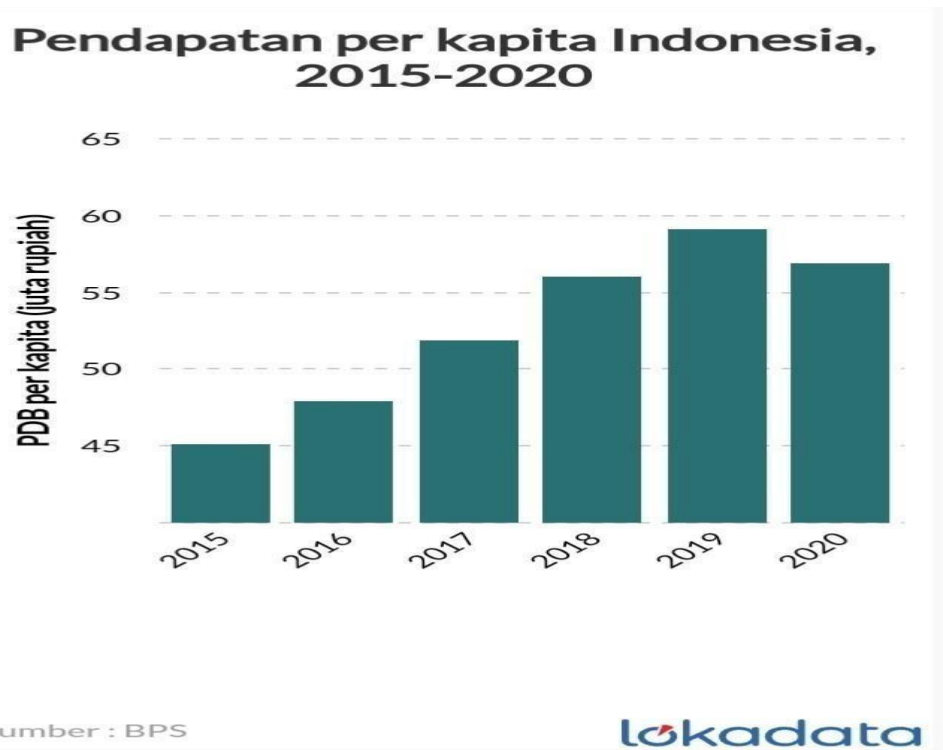
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Gambar 1.2

Pendapatan Per kapita Indonesia



Sumber : lokadata (<https://lokadata.id/data/pendapatan-per-kapita-indonesia-2015-2020-612762226>)

Berdasarkan gambar 1.2 PDB Per kapita sendiri pendapatan rata-rata penduduk yang diperoleh dari hasil pembagian pendapatan nasional dibagi dengan jumlah penduduk. PDB per kapita dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam kesejahteraan masyarakat dari tahun ke tahun. Semakin besar pendapatan perkapita mengindikasikan bahwa di tahun tersebut keadaan masyarakat semakin makmur. Sebaliknya, semakin kecil PDB perkapita mengindikasikan bahwa di tahun tersebut kurang makmur.

Berdasarkan struktur PDB dalam 5 tahun terakhir yang dapat dilihat selalu ada peningkatan dari tahun 2015 hingga 2019. Yang dimana pada tahun 2015 pendapatan per kapita sebesar 45 juta, pada tahun 2016 sebesar 48 juta, pada tahun

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



2017 sebesar 53 juta, pada tahun 2018 sebesar 56 juta dan pada tahun 2019 sebesar 59 juta yang kemudian terjadi penurunan pada tahun 2020 menjadi 57 juta.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Analisis diatas dapat disimpulkan bahwa tiap tahun Indonesia mengalami peningkatan pendapatan masyarakat pada tiap tahunnya walaupun pada 2020 mengalami penurunan. Pada tahun 2020 PDB masih lebih tinggi dari pada tahun 2018 sehingga masih ada peluang besar jika kita membuka suatu bisnis baru ditahun 2020 dan ditahun berikutnya seperti bisnis kuliner, mengingat bisnis kulinersangat digemari oleh masyarakat segala usia dan segala golongan di Indonesia serta berpengaruh terhadap dunia perindustrian makanan semakin naik dari tahun ketahun.

D. Kebutuhan Dana

Untuk direalisasikan sebuah bisnis yang membutuhkan dana untuk mendirikan sebuah usaha yaitu kedai sebagai modal awal usaha ini sangatdiperlukan untuk menjalankan bisnis agar berjalan efektif dan efisien. Kebutuhandana adalah hal yang sangat penting bagi awal pendirian usaha, modal ini dibagimenjadi tiga jenis yaitu modal pribadi, modal pinjaman, modal hibah. Oleh karena itu selaku pemilik kedai dalam mendirikan sebuah kedai sangat dibutuhkan kebutuhan dana untuk sebagai modal awal terutama dan modal tersebut berasal dari tabungan pribadi pemilik yang ditambah dengan dukungan dari hibah orang tua. Berikut adalah kebutuhan dana yang diperlukan kedai *MikulDhuwur* pada tabel 1.1 :

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.



Tabel 1.1

Rincian Kebutuhan Dana

Keterangan	Jumlah
Kas Awal	Rp 30.000.000
Biaya Peralatan	Rp 52.291.400
Biaya Perlengkapan	Rp 5.335.000
Biaya Sewa Toko	Rp 43.200.000
Biaya Bahan Baku	Rp 20.007.455
TOTAL	Rp 150.833.855

Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

Dapat dilihat tabel 1.1 dapat disimpulkan modal awal yang dibutuhkan untuk memulai usaha kedai *Mikul Dhuwur* adalah sebesar Rp 150.083.855. Yang termasuk sebagai usaha dengan golongan bisnis kecil, *Kedai Mikul Dhuwur* akan memulai dengan modal dan lokasi kecil namun kedepannya penulis memiliki harapan agar *Kedai Mikul Dhuwur* dapat semakin besar, berkembang dan memiliki cabang yang banyak kedepannya.

© 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.



© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.