



## BAB I

### PENDAHULUAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Ide Bisnis

Pangan, atau yang sering disebut dengan makanan, merupakan salah satu dari 3 kebutuhan pokok manusia, selain sandang dan papan. Bahkan, dapat dikatakan bahwa keberlangsungan hidup manusia tanpa makanan adalah sesuatu yang mustahil. Manusia membutuhkan makanan sebagai sumber energi agar dapat melakukan aktivitas kesehariannya, seperti belajar, berolah raga, dan bekerja. Sumber energi yang lengkap dapat diperoleh dari makanan 4 sehat 5 sempurna, yang antara lain terdiri dari makanan pokok, lauk-pauk, sayur-sayuran, buah-buahan, dan susu. Makanan pokok penduduk Indonesia biasanya terdiri dari nasi, gandum, jagung, dan kentang. Lauk-pauk sebagai pendamping utama makanan pokok mengandung zat pembangun yang berfungsi untuk membentuk tubuh. Vitamin, serat, dan protein yang sangat baik bagi kesehatan tubuh terkandung dalam sayur-mayur.

Selain menu makanan 4 sehat 5 sempurna yang telah banyak dikenal manfaatnya, ada pula makanan asli daerah yang dapat menjadi sumber energi, meskipun porsi gizinya tidak selengkap 4 sehat 5 sempurna. Contoh makanan yang termasuk jenis makanan berat adalah gado-gado, nasi uduk, sate padang dengan lontong, cwie mie, dan tahu telur. Makanan yang tergolong ringan seperti tahu gejrot, tempe mendoan, kue pukis, surabi solo, dan lumpia semarang dikenal dengan sebutan jajanan daerah. Berbagai daerah di Indonesia memiliki makanan tradisionalnya sendiri yang selama ini telah dijadikan sebagai mata pencaharian.

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.



Mereka memasak makanan tersebut dan menjualnya kembali untuk menghasilkan keuntungan. Tidak jarang pula bahwa banyak yang memodifikasi makanan tradisional atau berinovasi dalam menciptakan makanan.

Seiring dengan berjalannya waktu ke era yang lebih modern ini, banyak inovasi dilakukan pada berbagai jajanan tradisional untuk menawarkan keunikan tersendiri bagi konsumen. Mengambil contoh makanan bernama bakpia yang berasal dari Tiongkok atau Cina. Nama asli bakpia di Tiongkok adalah Tou Luk Pia yang mempunyai arti sebuah kue atau makanan berisi daging. Di Indonesia, bakpia telah mengalami modifikasi dari segi isi. Isi bakpia tidak lagi menggunakan daging, tetapi diganti menjadi kacang hijau, coklat, keju, sampai durian. Bakpia yang dimodifikasi sedemikian rupa dari segi isi berubah menjadi tren bagi penggemar makanan atau kuliner.

Kata ‘kuliner’ saat ini sedang sangat populer di kalangan konsumen. Para konsumen berlomba-lomba untuk merasakan pengalaman baru dalam menyantap suatu makanan. Bahkan, sering kita temui pembeli yang rela mengeluarkan uangnya untuk sebuah makanan yang otentik dan menarik untuk difoto, meskipun ia telah mendengar rumor bahwa makanan tersebut kurang enak atau tidak sebanding dengan harga yang dibayarnya.

Makanan yang penataannya menarik memang penting, tetapi bila tidak memiliki rasa yang sepadan dengan penampilannya, maka konsumen tidak akan puas. Melihat hal ini, muncul tekad untuk menumbuhkan kembali persepsi yang telah lama hilang, yakni persepsi bahwa makanan tidak hanya untuk difoto dan dipajang di sosial media, melainkan mementingkan cita rasa yang dapat

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.



‘menggoyang lidah’ konsumennya. Ngohyang Yuk merupakan rencana yang dapat mewujudkan kembali persepsi tersebut.

Makanan yang penampilannya menarik diharapkan memiliki rasa yang lezat. Jangan sampai ekspektasi konsumen jatuh karena rasa makanan yang tidak sepadan dengan penampilannya. Ngohyang Yuk ingin mengingatkan kembali kalangan dewasa ini, bahwa selain jajanan-jajanan yang ada di luar sana, terdapat pula salah satu masakan Cina yang telah banyak dijual di Indonesia. Masakan ini dikenal dengan nama ngohiong, dan sering juga disebut ngohiang, atau hekkeng. Ngohiong merupakan masakan Cina yang sangat lezat dan sangat menonjolkan cita rasa. Penampilannya juga dapat ditata sedemikian rupa supaya sebanding dengan rasanya yang menggugah selera.

Sesuai dengan nama produknya, Ngohyang Yuk menjual makanan berjenis ngohiong yang tidak jarang ditawarkan di rumah makan Cina. Yang membuat Ngohyang Yuk berbeda dari ngohiong lainnya ialah kelezatan, aroma, dan bahan-bahan atau *ingredients* yang berkualitas karena merupakan buatan sendiri. Ngohiong yang hendak dijual dapat dinikmati sebagai makanan ringan atau *snack*, maupun penambah lauk-pauk di rumah. Tester juga disediakan untuk dicoba oleh para calon pembeli, sehingga lezatnya Ngohyang Yuk dapat dijamin 100%.

Rencana untuk membuka bisnis Ngohyang Yuk ingin diimplementasikan melalui bazaar yang saat ini sedang tren di mal, seperti Mal Kelapa Gading. Ngohyang Yuk direncanakan akan dibuka pada bazaar di koridor Mal Kelapa Gading 5. Lokasi tersebut memiliki potensi yang sangat bagus untuk membuka bazaar karena pengunjungnya sangat ramai. Rata-rata pengunjung yang melewati koridor tersebut juga berpenghasilan menengah ke atas, sesuai dengan target pasar

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



usaha ini. Mal Kelapa Gading 5 memiliki prospek yang bagus bagi bazaar karena memiliki penerangan yang cukup, sirkulasi udara yang baik, dan kebersihannya selalu terjaga. Hal ini tentunya menarik Ngohyang Yuk untuk membuka usahanya di lokasi tersebut.

## B. Tujuan dan Bidang Usaha

Setiap usaha pasti memiliki tujuan, begitu juga dengan Ngohyang Yuk memiliki tujuan usaha sebagai berikut:

1. Mengembangkan budaya makanan Cina
2. Menciptakan kuliner yang sehat
3. Mengurangi rasa lapar target pasar
4. Menghasilkan inovasi yang murah
5. Menumbuhkan kembali persepsi yang mementingkan cita rasa

Ngohyang Yuk yang bergerak di bidang makanan ringan memiliki tanggung jawab untuk menciptakan makanan yang tidak terlalu mengenyangkan, tetapi tetap sehat dengan tidak menggunakan bahan pengawet. Kualitas harus menjadi nomor satu bagi standarisasi usaha, terutama dari segi rasa.

## C. Besarnya Peluang Usaha

Peluang usaha terdiri dari dua kata, yakni "peluang" dan "usaha". Peluang yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *opportunity* memiliki arti sesuai dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kesempatan. Secara sederhana, peluang dapat diartikan sebagai kesempatan yang muncul atau yang terjadi pada suatu peristiwa. Sementara itu, usaha memiliki pengertian berbagai daya untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Sehingga secara terminologis, pengertian peluang usaha adalah

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



kesempatan yang dapat dimanfaatkan seseorang untuk mendapatkan apa yang diinginkannya dengan memanfaatkan berbagai faktor, baik faktor eksternal maupun internal.

Bisnis Ngohyang Yuk memiliki beberapa peluang sebagai berikut:

1. Bisnis baru memiliki potensi untuk bertumbuh, begitu juga dengan Ngohyang Yuk.
2. Tren kuliner yang sedang berkembang.
3. Penjualan di mal besar aman dan nyaman bagi pelanggan untuk datang dan membeli.
4. Belum ada pesaing yang menjual produk yang secara spesifik sama dengan Ngohyang Yuk.

#### D. Identitas Perusahaan

##### 1. Nama dan Alamat Perusahaan

- |                       |   |  |
|-----------------------|---|--|
| a. Nama Usaha         | : | Ngohyang Yuk   |
| b. Bidang Usaha       | : | Makanan / Snack  |
| c. Jenis Produk       | : | Ngohiong   |
| d. Alamat             | : | Bazaar di Mal Kelapa Gading                                      |
| e. Email              | : | <a href="mailto:ngohyangyuk@gmail.com">ngohyangyuk@gmail.com</a> |
| f. Facebook           | : | Ngohyang Yuk   |
| g. Instagram          | : | ngohyangyuk  |
| h. Status Badan Hukum | : | Perorangan   |

Nama usaha “Ngohyang Yuk” memiliki makna yang unik. Suku kata “Ngoh” dari kata “Ngohyang” berasal dari nama makanan yang akan dijual, yakni ngohiong, yang juga dikenal dengan nama ngohiang. Suku kata selanjutnya, yaitu



“yang” diambil dari kata “goyang”. Maksudnya, ngohiong buatan Ngohyang Yuk dapat menggoyang lidah konsumennya karena sangat lezat. Kata “Yuk” berarti mengajak semua orang untuk menyantap ngohiong buatan Ngohyang Yuk. Maka, apabila dapat disimpulkan, Ngohyang Yuk berarti “mari menggoyang lidah dengan lezatnya ngohiong buatan Ngohyang Yuk”.

## 2. Nama dan Alamat Pemilik Perusahaan

- a. Nama : Sylvie Haryani
- b. Jabatan : Pemilik
- c. Alamat : Jl. Gading Mas Barat IV B 8 No. 15, Kelapa Gading, Jakarta Utara 14240
- d. Telepon : 08999875747
- e. Email : [sylvie.soundofmusic@gmail.com](mailto:sylvie.soundofmusic@gmail.com)
- f. Pendidikan : kandidat Sarjana Strata Satu Administrasi Bisnis

## E. Kebutuhan Dana

Dana yang dibutuhkan untuk mendirikan suatu bisnis baru relatif pada proses manajemennya, begitu pula Ngohyang Yuk. Untuk mengimplementasikan usaha ngohiong ini dibutuhkan dana kurang lebih sebesar Rp. 600.000.000,- (enam ratus juta rupiah) dengan menggunakan 100% modal sendiri yang diberikan oleh orang tua. Di bawah ini adalah tabel rencana penggolongan dana untuk periode selama setahun:

**Tabel 1.1**  
**Ngohyang Yuk**

**Perencanaan Dana Setahun**

No.	Nama	Besar Dana (Rp.)
1	Kas Awal	74.760.352
2	Sewa Booth	144.000.000
3	Bahan Baku	349.034.400
4	Peralatan	12.806.898
5	Perlengkapan	19.398.350
<b>TOTAL</b>		<b>600.000.000</b>

Sumber : Ngohyang Yuk

Dana tersebut nantinya akan digunakan sebagai kas awal sebesar 12,46%, sewa booth pada bazaar sebesar 24% untuk perhitungan penjualan pada bazaar per bulan di Mal Kelapa Gading selama setahun, biaya bahan baku sebesar 58,17%, membeli peralatan sebesar 2,14% serta membeli perlengkapan sebesar 3,23%.

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

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.