



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Ide Bisnis

Dengan berkembangnya zaman, kehidupan manusia tidak terlepas dari berbagai kebutuhan, antara lain kebutuhan primer, kebutuhan dasar, dan kebutuhan sekunder dan tersier. Permintaan akan terus meningkat dengan meningkatnya tingkat konsumsi masyarakat, khususnya dari masyarakat Indonesia. Kebutuhan mutlak yang harus dipenuhi setiap orang adalah kebutuhan dasar, antara lain sandang, pangan, dan papan. Kita akan membahas kebutuhan akan makanan secara lebih mendalam, karena menyangkut kebutuhan manusia yang memerlukan makanan.

Di Indonesia, kebiasaan makan nasi selalu menjadi makanan pokok yang diprioritaskan. Namun, di era modern ini, budaya asing telah memasuki budaya kita, dan sejak itu, kita telah menemukan berbagai jenis makanan dari berbagai negara. Tren western food sedikit banyak telah mengubah kebiasaan makan orang Indonesia. Rasanya seperti Anda memiliki gengsi untuk mengkonsumsi makanan asing ini dengan harga yang terjangkau semua orang. Makanan ini dapat bersaing, bertahan dan mengambil tempat di hati masyarakat dalam berbagai rasa, bentuk, dan bentuk yang unik.

Kami tidak asing dengan hamburger. Makanan ini tidak hanya dapat ditemukan di kota-kota besar, tetapi di mana-mana. Hamburger adalah "makanan cepat saji" yang asalnya dari negeri Paman Sam, Dengan mengabungkan bahan seperti roti, sayuran segar, daging panggang, dan berbagai saus untuk menciptakan makanan lezat lainnya dan tampilan unik. Pada awalnya jenis makanan ini adalah makanan yang mahal, namun dengan berkembangnya zaman, kita bisa mendapatkan makanan tersebut dengan harga yang sangat murah.

Di berbagai negara, banyak orang akan mengubah burger sesuai selera mereka. Beberapa orang menggunakan nasi sebagai pengganti sanggul atau biasa disebut burger nasi pada hamburger. Beberapa orang menggunakan ramen sebagai pengganti roti atau biasa disebut *Ramen Burger House*/ hamburger ramen.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hakipta milik IBIKKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Ramen Burger House merupakan perpaduan dari dua budaya yang berbeda, yang menjadi keunikan utama dari makanan ini. *Ramen Burger House* terdiri dari dua tumpukan mie ramen goreng yang renyah. Tumpukan mie disajikan dengan daging sapi di tengahnya, ditaburi bawang hijau cincang, dan diolesi saus khusus.

Dalam business plan penulis mengambil tema bisnis kedai burger ramen. Walaupun dalam prakteknya banyak bisnis yang terkenal dan sejenis, penulis akan menghadirkan burger baru yang berbeda dengan burger yang sudah ada di pasaran dan tidak ada dipenjual lain. Penulis mengambil tema ini karena melihat peluang bisnis makanan tidak akan berhenti selama manusia masih membutuhkan makanan. Penulis menamakan restoran burger ini “*Ramen Burger House*”.

1.2 Gambaran Usaha

a. Bidang Usaha

Burger adalah roti bundar yang dipotong setengah dengan patty di tengahnya, biasanya daging, diikuti oleh sayuran seperti selada, tomat, dan bawang. Sebagai saus, burger datang dalam berbagai jenis saus seperti mayones, saus tomat, saus cabai, dan mustard.

Burger banyak dijual di rantai makanan cepat saji di berbagai negara. Burger sangat populer untuk dikonsumsi di seluruh dunia karena lezat dan kepraktisannya, dan burger juga bisa dimakan saat bepergian.

Ramen adalah makanan tradisional Jepang yang terbuat dari mie kuah. Ramen dicirikan oleh bentuknya yang tipis dan warnanya yang kuning. Sekilas, mie yang digunakan dalam ramen mirip dengan mie instan Indonesia, namun jika dilihat lebih dekat, diameter mie ramen ini lebih kecil.

Ramen Burger House merupakan perpaduan dua budaya yang berbeda, Jepang dan Amerika, yang memberikan keunikan utama pada makanan ini. Burger Ramen memberikan sensasi rasa burger yang baru kepada konsumen.

Penulis menamai perusahaan tersebut dengan *Ramen Burger House*. Produk dengan cita rasa yang khas, dipasarkan kepada masyarakat yang menyukai hal-hal yang berbau cepat saji (fast food), dan juga sebagai pengganti makanan lain jika bosan dengan

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

a. Penulisan 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.



menu sehari-hari.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

b. Visi dan Misi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. Visi: Menjadi perusahaan burger ramen terpercaya dan terkenal di Indonesia.
- b. Misi:
 1. Selalu berinovasi untuk menghadirkan menu makanan unik yang berbeda dari kompetitor.
 2. Bekerjasama dengan pemasok bahan baku dengan kualitas terbaik dan terjamin halal.
 3. Menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan.
 4. Mengutamakan etika dan kesopanan dalam melayani pelanggan.
 5. Membawa kegembiraan bagi pelanggan dalam bentuk makanan.

c. Tujuan

Untuk menetapkan tujuan dan menjaganya tetap berjalan seperti yang diharapkan, *Ramen Burger House*, telah menentukan tujuan jangka pendek, menengah, dan panjang berikut:

- a. Tujuan jangka pendek adalah untuk membawa konsumen ke dalam lingkungan dan lingkungan di mana bisnis beroperasi.
- b. Tujuan jangka menengah adalah untuk memulai promosi memperkenalkan produk asli yang dibuat oleh *Ramen Burger House House* secara pribadi.
- c. Tujuan jangka panjang adalah untuk memperkuat komunikasi dengan setiap klien dan memperluas bisnis di luar wilayah Pontianak dengan umpan balik positif dari masyarakat.

1.3 Besarnya Peluang Bisnis

Aneka mie instan tersebar di negara-negara Asia. Setiap jenismie pasti memiliki ciri

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.



khas tersendiri. Inilah perbedaan mie instan Korea, Jepang dan Indonesia. Mie instan telah menjadi pilihan masyarakat di banyak negara Asia yang ingin menikmati makanan yang praktis, cepat dan lezat. Di pasar Indonesia, Anda juga bisa menemukan produk mie instan dari negara lain. Seperti mie Korea, Jepang, Thailand dan Malaysia.

Mie instan sudah menjadi makanan favorit masyarakat Indonesia. Indonesia menempati urutan kedua di dunia dalam mengonsumsi mie instan. Bukan rahasia lagi kalau mie instan menjadi andalan makanan Indonesia. Menurut data Asosiasi Mie Instan Dunia (WINA) per 11 Mei 2021, Indonesia menempati urutan kedua dalam daftar negara pengonsumsi mi instan terbanyak di dunia. Pada tahun 2020, jumlah itu akan mencapai 12,64 miliar.

Dengan banyaknya pecinta mie di Indonesia, hal ini membuka peluang untuk berinovasi dengan bahan baku lainnya seperti daging ayam, ikan, udang, daging sapi, dll. Penulis menggabungkan mie dan daging untuk membuat burger, ditambah sayuran, rasanya enak dan memiliki rasa tersendiri saat makan, inilah burger ramen.

Bisnis burger ramen ini belum ada di Pontianak, sehingga akan menjadi yang pertama mempromosikan burger ramen. Bisnis burger ramen memiliki masa depan karena banyak hal yang mendukungnya, yang terpenting membuat produk inovatif dengan makanan favorit Indonesia, burger.

Ramen Burger House bisa menjadi salah satu pilihan untuk semua kalangan pelajar, mahasiswa, karyawan, pengusaha dan ibu rumah tangga. Ketika siswa tidak membawa bekal dari rumah, solusinya adalah dengan benar-benar menikmati *Ramen Burger House* dengan memesan takeout. Hal ini sering terjadi pada karyawan yang sibuk, terjebak dalam waktu dan sering melewatkan makan siang, sehingga produk ini adalah solusi yang tepat karena Anda dapat makan burger ramen saat bepergian. Tidak ada bisnis serupa di Pontianak, tidak ada pesaing di Pontianak, jadi ini adalah bisnis pertama di Pontianak, tepatnya Jalan Sumatra No.18, tempat kedai burger ramen ini akan dibuka.

Memperhatikan potensi di daerah Pontianak dan pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat dari tahun ke tahun, serta pesaing di bidang ini masih sangat terbatas, prospek usaha yang sangat mengesankan, penulis memilih daerah Pontianak untuk menjalankan usaha ini dengan didukung data sebagai berikut :

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

Penduduk Kota Pontianak Semester I Tahun 2021

Jumlah Penduduk Menurut jenis Kelamin Berdasarkan Kecamatan			
Kecamatan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
PONTIANAK SELATAN	46.464	47.263	93.727
PONTIANAK TIMUR	54.005	53.304	107.309
PONTIANAK BARAT	75.493	75.313	150.806
PONTIANAK UTARA	73.401	71.677	145.078
PONTIANAK KOTA	62.627	63.766	126.393
PONTIANAK TENGGARA	24.405	24.722	49.127
Jumlah	336.395	336.045	672.440

Sumber: Data Konsolidasi Berkala Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, Juni, 2021

Seperti terlihat pada Tabel 1.1, jumlah penduduk Kota Pontianak pada semester pertama tahun 2015 Jumlah penduduk pada tahun 2021 sebanyak 672.440 jiwa, terdiri dari 336.395 laki-laki dan 336.045 perempuan. Jumlah penduduk kepala rumah tangga adalah 196.653 orang, dan penduduk usia produksi 466.645 orang (69,40%).

Jumlah penduduk Kota Pontianak meningkat dalam 1 (satu) semester, dari 671.598 pada semester kedua tahun 2020 menjadi 672.440 pada semester pertama tahun 2021. Dengan penambahan 842 orang, pertumbuhan penduduk Kota Pontianak mengalami penurunan sebesar 0,13% dari semester II tahun 2020 ke semester I tahun 2021. Dapat disimpulkan bahwa dengan memperhatikan kebiasaan masyarakat Indonesia dan pertumbuhan penduduk serta perkembangan Kota Pontianak, maka terbuka peluang yang baik untuk membuka usaha kedai burger ramen dimana penulis akan membangun usaha ini.



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.



1.4 Kebutuhan Dana

Sumber Pendanaan *Ramen Burger House* didanai dari dana perorangan dan orang tua. Hal ini dilakukan atas dasar menyadari risiko pengembalian dana pihak lain dan biaya bunga. *Ramen Burger House* didirikan dengan total kebutuhan modal sebesar Rp 445.086.165. - Pendanaan usaha dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 1.3

Kebutuhan Dana *Ramen Burger House* (Rp) 2021

Nomor	Keterangan	Biaya
1	Sewa	50.000.000
2	Peralatan	94.859.947
3	Perlengkapan	21.296.310
4	Pemasaran	159.372.128
5	Tenaga kerja	27.900.000
6	Legalitas Usaha	5.163.800
7	Renovasi	37.704.500
8	Bahan baku	38.789.480
9	Kas awal	10.000.000
	Jumlah	445.086.165

Sumber: *Ramen Burger House*, 2021

Mengingat luas Pontianak kecil dan antar jarak nya tidak terlalu jauh, transportasi umum masih bisa digunakan, sehingga investasi awal kendaraan untuk sementara ditiadakan, bahkan jika membutuhkan kendaraan untuk digunakan pinjam mobil orang tua.



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

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.