KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Ide Bisnis

Seiring berjalannya waktu dan bertambahnya jumlah penduduk, maka akan bertambah juga kebutuhan penduduk terutama dalam pemenuhan makanan. Setiap tahunnya Negara Indonesia selalu mengalami peningkatan jumlah penduduk, Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan hasil sensus penduduk pada September tahun 2020 mengumumkan bahwa jumlah penduduk Indonesia ada sekitar 270,2 juta penduduk, angka ini meningkat sekitar 32,57 juta jiwa dari total penduduk Indonesia pada tahun 2010 yang sebanyak 237,63 juta jiwa, jadi rata-rata jumlah pertumbuhan penduduk dalam waktu 10 tahun terakhir adalah 1.25%.

Melihat dari hal ini, penulis melihat adanya peluang besar untuk membuka bisnis kedai makanan dan juga karena untuk mendapatkan bahan baku terbilang cukup mudah maka tercetus ide penulis untuk membuka usaha “Bakmie Bangka Ko Hiung”. Masyarakat yang tinggal di daerah bekasi masih banyak yang belum pernah mencoba Bakmie khas Bangka, karena kebanyakan kedai disekitar daerah Bekasi jarang yang menggunakan resep asli khas dari Bangka. Maka dari itu, hal inilah yang membuat penulis ingin mendirikan kedai Bakmie dengan resep khas Bangka.

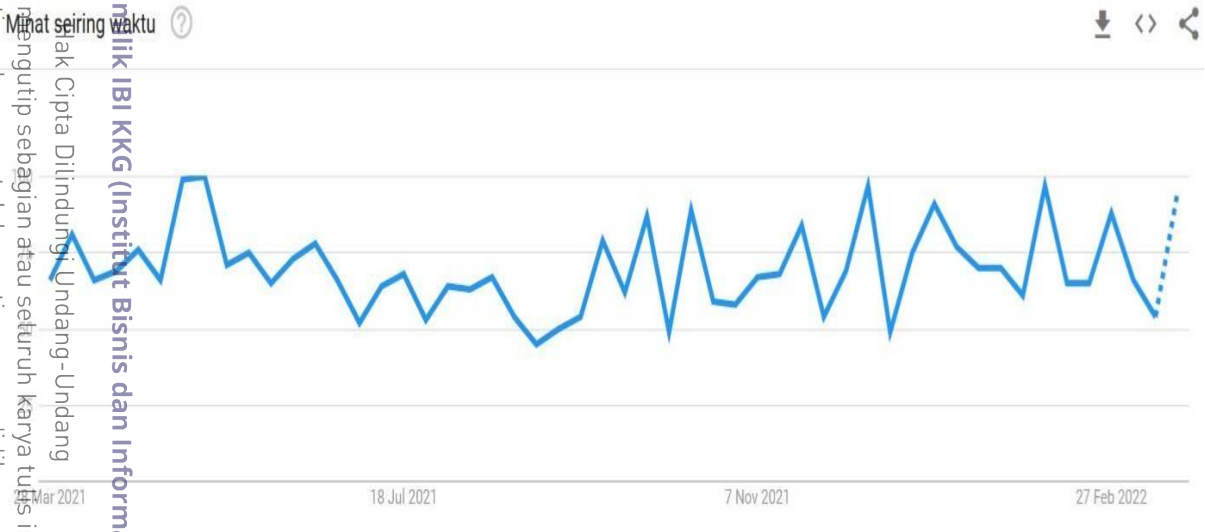
Ide bisnis bakmie bangka muncul karena penulis berasal dari daerah Bangka dan sangat menyukai bakmie khas daerah Bangka itu sendiri. Penulis selalu mencari tahu dan mempelajari tentang tips-tips untuk membuat bakmie dengan cita rasa khas daerah asli Bangka dengan baik.

Menurut data dari google *trends*, tingkat minat masyarakat Indonesia terhadap bakmie dalam satu tahun terakhir mengalami peningkatan sejak Maret 2021. Maka dari itu, penulis juga merasa mempunyai peluang yang cukup baik untuk memulai UMKM dibidang kuliner

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

khususnya makanan jenis bakmie. Berikut adalah gambar grafik pertumbuhan minat masyarakat Indonesia terhadap bakmie.

Gambar 1.1
Grafik Pertumbuhan Minat Masyarakat Indonesia Terhadap Bakmie



Sumber: Google Trends, 2022

1.2 Gambaran Usaha

Usaha yang ingin dijalankan adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang kuliner yang menjual makanan dengan jenis bakmie. Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung adalah sebuah usaha yang menyediakan dan menjual bakmie dengan cita rasa yang khas dari daerah Bangka asli dengan memakai daging yang mempunyai kualitas yang tinggi. Dalam menjalankan usaha ini, penulis mengerti bahwa sebuah perusahaan yang baik membutuhkan visi, misi dan tujuan dari perusahaan. Untuk itu, berikut akan dijelaskan visi, misi dan tujuan dari Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung.

a. Visi:

Menurut Fred David dan Forest David (2017 : 158,159) mengatakan bahwa *"A vision Statement should be answer the basic question, "What do we want to become?". The vision statement should be short, preferably one sentence, and as many manager*

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

as possible should have input into developing statement". Dengan melihat pernyataan menurut Fred David dan Forest David ini, dapat dikatakan bahwa visi adalah bentuk pernyataan yang mengandung jawaban dan gambaran tentang suatu kondisi dan citra perusahaan yang ingin diwujudkan dimasa depan atau secara singkatnya visi harus menjawab pertanyaan "kita ingin menjadi apa?" dan visi harus dibuat dengan menggunakan kalimat yang singkat, padat namun jelas dalam menyatakan pernyataan dari visi tersebut.

Berikut ini adalah visi dari Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung yaitu "ingin memperkenalkan bakmie khas daerah Bangka kepada masyarakat yang belum pernah mencoba sama sekali dan membuatnya menjadi dapat diterima oleh masyarakat."

b. Misi:

Menurut Fred David dan Forest David (2017 : 161) misi merupakan landasan bagi prioritas, strategi, rencana, dan penugasan kerja dan misi adalah titik awal untuk desain pekerjaan dan struktur organisasi.

Misi dari Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung adalah tentang apa saja yang harus dilakukan oleh perusahaan agar dapat menghasilkan keuntungan serta mewujudkan visinya. Berikut adalah misi dari Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung:

1) Memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan mengandalkan pelayanan yang ramah serta cita rasa khas daerah Bangka yang sangat enak.
2) Menjaga cita rasa resep khas daerah Bangka.
3) Ingin menciptakan lapangan pekerjaan yang baru.

c. Tujuan:

Tujuan merupakan hal yang ingin digapai oleh sebuah perusahaan. Dengan menentukan arah tujuan yang tepat, perusahaan dapat menjadi lebih terarah. Tujuan dari mendirikan usaha bisnis ini adalah untuk mendapatkan keuntungan dari penjualan

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

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

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)

makanan berupa bakmie, dan juga agar dapat memperkenalkan kepada masyarakat terutama didaerah Bekasi tentang cita rasa bakmie khas daerah Bangka. Berikut adalah tujuan dari Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung yang dibagi menjadi 2 bagian:

1) Jangka pendek (1-2 Tahun)
    a) Dalam jangka waktu ini, Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung ingin melakukan pemasaran khususnya pada daerah Bekasi dan mendapatkan keuntungan sekitar 25% dari penjualan.
    b) Membangun hubungan serta citra yang baik dengan para pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik dan kualitas yang terbaik.
    c) Kedai Bakmie Bangka Ko Hiung dapat diingat oleh para pelanggan dengan kualitas tinggi, cita rasa khas dari daerah Bangka serta pelayanan yang memuaskan.
2) Jangka Panjang (diatas 5 tahun)
    a) Dapat meningkatkan penjualan dengan pemasaran keseluruh Indonesia.
    b) Setiap tahunnya penjualan dapat meningkat sebesar 10%

1.3 Besarnya Peluang Bisnis

Semakin besar peluang dari suatu usaha, maka semakin menentukan juga keberlangsungan hidup dan keberhasilan dari usaha tersebut. Jika suatu usaha mempunyai peluang bisnis yang besar maka akan semakin berkesempatan untuk semakin berkembang dan mencapai target yang sudah ditentukan. Namun, ada beberapa aspek yang wajib diperhatikan dari kualitas produk itu sendiri, pelayanan yang diberikan terhadap konsumen, dan cita rasa khas yang tidak dimiliki oleh para pesaing. Penulis melihat grafik yang menunjukan peluang dalam usaha dibidang kuliner yang mempunyai kestabilan setiap tahunnya namun sedikit

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

mengalami penurunan pada tahun 2020 diakibatkan kondisi pandemik COVID-19. Berikut grafik data jumlah pertumbuhan industri dibidang kuliner dari tahun 2010-2020.

Gambar 1.2
Jumlah Pertumbuhan Industri Dibidang Kuliner

Sumber: Dataindustri.com, 2022

1.4 Kebutuhan Dana

Modal awal yang diperlukan penulis untuk membuka usaha Kedai Bakmi Bangka Ko Hiung ini adalah sebesar Rp. 105.065.500,00 yang berasal dari tabungan sendiri dan juga bantuan tambahan dari orang tua. Penulis meminta bantuan kepada orang tua karena lebih mudah daripada harus melakukan pinjaman kepada bank. Berikut ini adalah rincian kebutuhan dana dari usaha Bakmi Bangka Ko Hiung.

Tabel 1.1 Rincian Kebutuhan Dana Awal

Penggunaan Dana	Harga
Kas Awal	Rp15.000.000,00
Biaya Pemasaran	Rp16.332.000,00
Biaya Peralatan	Rp37.015.000,00
Biaya Perlengkapan	Rp1.633.000,00
Biaya Sewa Gedung	Rp25.000.000,00
Biaya Bahan Baku	Rp10.085.500,00
TOTAL	**Rp105.065.500,00**

Sumber: Bakmie Bangka Ko Hiung, 2022

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 IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie