



BAB I

PENDAHULUAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Ide Bisnis

Rencana pendirian bisnis *Hungry Bowl* berasal dari hobi penulis yaitu memasak dan pengamatan penulis terhadap industri makanan dan minuman. Makanan cepat saji memiliki banyak peminat dan biasanya dinilai sebagai makanan yang tidak baik bagi kesehatan tubuh atau memiliki kandungan gizi yang buruk / tidak seimbang. Oleh karena itu, penulis ingin menciptakan produk makanan cepat saji yang enak, lebih menyehatkan, dan dengan harga yang terjangkau. “*Hungry Bowl*” merupakan bisnis di bidang kuliner yang menyajikan *rice bowl* dengan lauk utama yaitu ayam crispy dengan potongan kecil – kecil (*ayam popcorn*) yang dikreasikan dengan berbagai varian rasa untuk menambah kelezatan serta tumisan sayur dan telur sebagai pelengkap. Berbagai varian rasa yang tersedia yaitu sambal balado, *curry*, *salted egg*, *gochujang*, teriyaki, *black pepper*, dan *soy honey garlic*. Bisnis ini dijalankan dengan sistem *cloud kitchen*. Produk “*Hungry Bowl*” diproduksi dalam waktu yang singkat dan dikemas secara praktis dengan design kemasan yang menarik. Pengemasan yang ringkas membuat produk ini mudah dibawa dan dapat di nikmati dimana saja dan kapan saja. Besar harapan saya, “*Hungry Bowl*” dapat berkembang dan sukses.

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.



B. Gambaran Usaha

C *Hungry Bowl* merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman (kuliner), yang menyajikan makanan cepat saji *rice bowl* dengan komposisi menu yang lengkap. *Rice bowl* yang disajikan memiliki menu utama ayam popcorn dengan berbagai inovasi varian rasa yang menarik untuk menambah kelezatan dan dilengkapi dengan tumis sayuran dan telur. *Hungry Bowl* akan menjadi salah satu restoran cepat saji yang memiliki cita rasa tinggi, serta mengikuti trend masa kini yang sedang berkembang. Usaha ini akan dijalankan dengan konsep *cloud kitchen* yang hanya melayani layanan pesan-antar. Kemasan yang digunakan akan dibuat secara praktis dan semenarik mungkin agar berkesan bagi pelanggan kami. Produk ini dapat dinikmati mulai dari anak-anak hingga orang tua, namun target pasar yang ingin dicapai terutama adalah masyarakat kelas menengah hingga keatas, pengguna social media dan aplikasi layanan pesan - antar, orang dengan keterbatasan waktu atau keterbatasan untuk memasak, dan menyukai hal yang praktis karena bisnis ini akan dilakukan secara *online* melalui aplikasi seperti *GoFood*, *GrabFood*, dan *ShopeeFood*.

Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan

1. Visi

Pernyataan visi sebaiknya menjawab pertanyaan dasar “kita ingin menjadi apa?”. Visi yang jelas memberikan fondasi dalam mengembangkan pernyataan misi yang kompherensif. Pernyataan visi sebaiknya singkat, lebih baik hanya satu kalimat, dan sebanyak mungkin manajer harus turut serta dalam mengembangkan pernyataan. (David & David, 2019).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

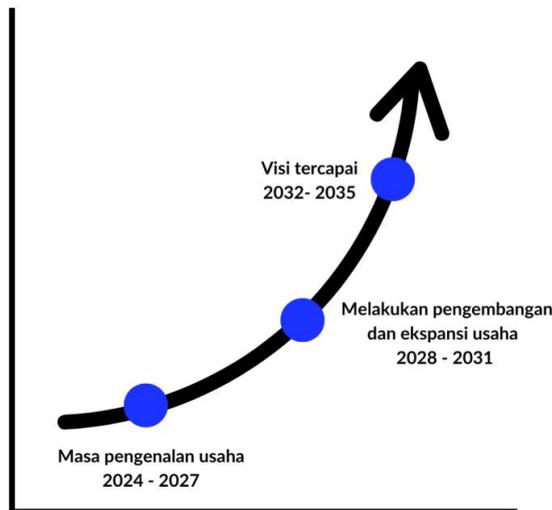
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hungry Bowl memiliki visi 2035 yaitu menjadi penyedia makanan cepat saji nomor satu di Indonesia dengan kualitas cita rasa tinggi dan bergizi yang dapat di nikmati oleh semua orang.

Dalam mencapai sebuah visi yang telah ditetapkan, berikut ini adalah tahapannya :

Gambar 1.1

Milestone Visi



Sumber :*Hungry Bowl*, 2022

Dengan rincian sebagai berikut :

© 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.



Tabel 1.1

Proses Pencapaian Visi

Tahun	Kegiatan
2024 - 2027	- Memperkenalkan bisnis ke masyarakat
	- Melakukan promosi yang menarik
2028 - 2031	- Fokus dalam mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk
	- Meningkatkan Sumber Daya Manusia yang dimiliki
	- Membuka sistem franchise untuk ekspansi usaha ke seluruh Indonesia
	- Melakukan pengembangan produk mengikuti tren
2032 - 2035	- Memperkuat posisi bisnis pada persaingan pasar
	- Visi tercapai

Sumber : *Hungry Bowl*, 2022

2. Misi

Setelah menetapkan visi, maka selanjutnya perusahaan harus merumuskan pernyataan misi untuk mendukung visi yang telah ditetapkan. Pernyataan misi adalah deklarasi organisasi dalam hal “alasan keberadaan”. Hal tersebut menjawab pertanyaan penting “Apakah bisnis kita?”. Pernyataan misi yang jelas penting untuk menetapkan tujuan dan formulasi strategi secara efektif. Pernyataan misi mengungkapkan ingin menjadi apa organisasi dan siapa yang ingin dilayaninya (David & David, 2019).

Hungry Bowl memiliki misi yaitu :

- a. Menghasilkan produk yang berkualitas dengan cita rasa tinggi.
- b. Memberikan penawaran harga yang menarik melalui promo atau *discount* di *marketplace*.
- c. Memberikan pelayanan terbaik untuk menjaga tingkat kepuasan dan kepercayaan konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KGG (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 IBIKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



d. Terus berinovasi mengembangkan variasi menu makanan yang dapat disukai oleh banyak orang.

3. Tujuan Perusahaan :

Tujuan perusahaan dibagi menjadi 3 kategori yakni tujuan jangka pendek (1-2 tahun), tujuan jangka menengah (3-4 tahun), dan tujuan jangka panjang (tahun ke 5 – dan seterusnya). Berikut merupakan tujuan perusahaan *Hungry Bowl* :

Tabel 1.2

Tujuan Perusahaan

Kategori	Jangka Pendek	Jangka Menengah	Jangka Panjang
Penjualan produk	Mengalami peningkatan penjualan per tahun sebesar 3-5%	Mengalami peningkatan penjualan per tahun sebesar 5-8%	Mengalami peningkatan penjualan per tahun sebesar 8-10%
Pengembangan Variasi Produk		Melakukan pengembangan produk dengan menambah varian rasa <i>rice bowl</i> .	Melakukan pengembangan produk dengan menambah variasi jenis lauk <i>rice bowl</i> .
Perluasan Pasar			Melakukan ekspansi bisnis melalui sistem waralaba dengan target pembukaan sebanyak 500 gerai di seluruh wilayah Indonesia.

Sumber : *Hungry Bowl*, 2022



C. Besarnya Peluang Bisnis

Meningkatnya mobilitas dan kepadatan aktivitas masyarakat di perkotaan seperti Jakarta membuat kebutuhan akan makanan cepat saji meningkat. Makanan cepat saji menjadi salah satu alternatif pilihan masyarakat perkotaan karena tuntutan kesibukan mereka sehingga memiliki keterbatasan waktu. Kemudahan mendapatkan makanan cepat saji sejalan dengan aktivitas manusia saat ini yang efisien dan memaksimalkan produktivitas. Gaya hidup yang instan, menjadikan masyarakat lebih tertarik mengonsumsi makanan dengan penyajian cepat, praktis, dan nikmat, serta diyakini dapat meningkatkan status sosial. Layanan pemesanan yang terbilang mudah menjadi salah satu pertimbangan konsumen (Sanjaya, Rumzil Maynisa, 2020). Karena sifatnya yang praktis, maka *rice bowl* sebagai makanan cepat saji cocok untuk orang yang sibuk, memiliki keterbatasan waktu, atau keterbatasan untuk memasak. Hal ini dapat menjadi faktor bahwa bisnis ini dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang terlebih jika makanan yang disajikan memiliki cita rasa tinggi dengan komponen lengkap, porsi mengenyangkan, dan harga yang terjangkau. Wakil ketua umum Bidang Restoran Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia Sudrajat (2019) menyatakan bahwa restoran cepat saji merupakan salah satu subsector industri kuliner dengan kinerja yang cukup stabil dan akan semakin baik. Restoran cepat saji selalu mengalami pertumbuhan di kisaran 10% hingga 15% setiap tahunnya.

Salah satu jenis kuliner yang diminati masyarakat dan memiliki pertumbuhan positif adalah *rice bowl*. *Rice bowl* diminati masyarakat karena menawarkan kecepatan dan kepraktisan dalam penyajiannya. Berikut ini merupakan grafik tren *rice bowl* pada November 2021 – Oktober 2022.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

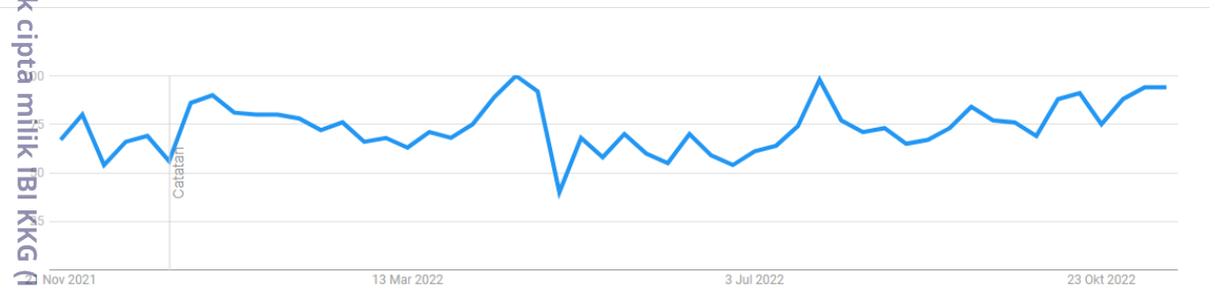
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Grafik 1.1

© **Tren Rice bowl di Indonesia pada November 2021 – Oktober 2022**



Sumber : Google Trends, 2022

Grafik 3.1 di atas menunjukkan bahwa tren *rice bowl* cenderung mengalami peningkatan yang positif. Walaupun sempat mengalami penurunan pada Mei 2022, namun minat terhadap *rice bowl* kembali mengalami peningkatan positif dengan stabil dan terus tumbuh hingga pada 19 November 2022 dengan nilai angka 95. Angka tersebut menyatakan bahwa minat terhadap *rice bowl* sangat tinggi sehingga memberikan peluang yang baik bagi keberlangsungan bisnis.

Pemilihan lauk utama ayam dalam bisnis *Hungry Bowl* memiliki peluang bisnis yang besar walaupun bisnis makanan dan minuman terutama dengan bahan baku ayam sudah sangat banyak. Masyarakat Indonesia pada umumnya menggemari ayam. Ayam merupakan makanan yang mudah dijumpai, memiliki harga yang terjangkau, lezat dan bergizi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

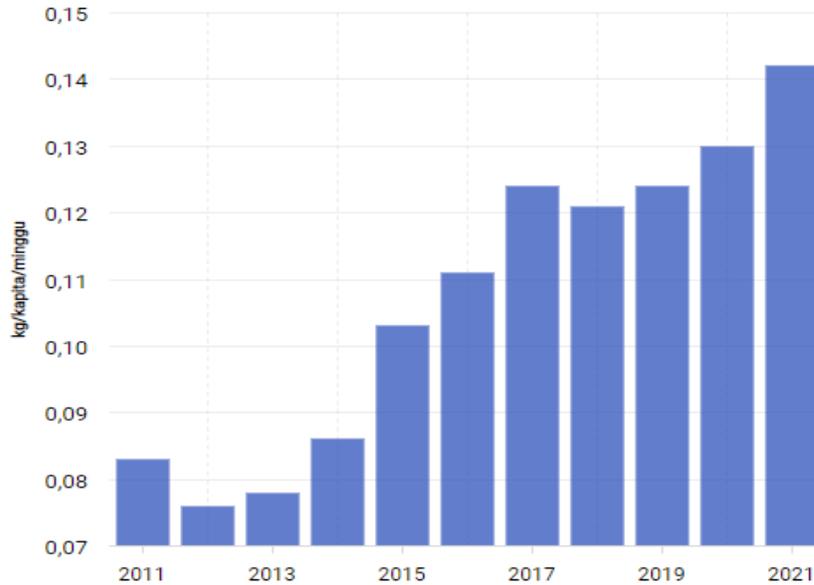
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.



Grafik 1.2

Rata-rata Kosumsi Daging Ayam per Kapita per Minggu di Indonesia (2011-2021)



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 2021

Berdasarkan Grafik 1.1 di atas menunjukkan bahwa pada tahun 2021 rata-rata konsumsi daging ayam di Indonesia mencapai 0,14 kilogram (kg) per kapita per minggu, meningkat sebanyak 7,69% dibanding tahun sebelumnya. Secara tren, konsumsi daging ayam per kapita di Indonesia cenderung meningkat selama periode 2011-2021. Rata – rata konsumsi daging ayam nasional pun tercatat lebih tinggi dari pada daging sapi atau kerbau. Beberapa faktor penyebab tingginya minat masyarakat Indonesia untuk mengonsumsi daging ayam yaitu karena harganya lebih terjangkau dan produksinya melimpah. BPS mencatat, produksi daging ayam di Indonesia mencapai 3,42 juta ton pada 2021. Sementara, produksi daging sapi dan kerbau masing-masing 437,78 ribu ton dan 20,97 ribu ton sepanjang tahun lalu.

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.



Seiring dengan berkembangnya teknologi, bisnis kuliner pun turut mengalami perubahan. Salah satunya adalah dalam bidang pelayanan. Selain itu, adanya pandemi COVID-19 dimana masyarakat tidak dapat beraktivitas di luar ruangan, telah membentuk suatu kebiasaan baru dalam masyarakat. Berbagai aktivitas dilakukan secara *online* seperti meeting atau kegiatan berbelanja. Di era sekarang, dengan perkembangan teknologi yang pesat, masyarakat mengandalkan teknologi dalam berbagai aktivitasnya. Bisnis kuliner pun mengalami perkembangan. Dahulu, orang yang ingin makan harus datang ke restoran, namun saat ini masyarakat sudah bisa memesan makanan melalui ponselnya. Masyarakat dapat dengan mudah menggunakan layanan pesan-antar makanan lewat ponsel dan aplikasi yang menawarkan kemudahan konsumen untuk menghemat waktu, tenaga, dan memberi kepraktisan dalam membeli makanan atau minuman. Sejak munculnya perusahaan seperti Gojek dan Grab, pengunjung restoran mengalami penurunan. Banyak pelanggan yang memilih layanan pesan antar karena lebih praktis. Menurut riset Nielsen Singapura pada Mei 2019, sekitar 58% masyarakat Indonesia membeli makanan cepat saji melalui aplikasi secara *online* melalui smartphone dan memiliki rata-rata pembelian makanan cepat saji sebanyak 2,6 kali. Riset dari Tenggara Strategics dan Universitas Prasetya Mulya menunjukkan bahwa layanan pesan-antar makanan akan tetap diminati masyarakat Indonesia walaupun pandemi Covid-19 usai. Layanan pesan-antar makanan digunakan oleh hampir seluruh lapisan masyarakat dengan mayoritas pengguna generasi Z (43%) dan milenial (39%) dan lebih dari setengah konsumen menggunakan layanan pesan-antar minimal sekali dalam seminggu. Mayoritas konsumen (99%) berniat untuk terus menggunakan layanan pesan-antar makanan dan meningkatkan penggunaannya pada masa mendatang karena kenyamanan dan kemudahan yang

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.



ditawarkan oleh layanan pesan-antar (Burhan, Fahmi Ahmad, 2022). Penelitian tersebut didukung oleh pernyataan dari Direktur Eksekutif Tenggara Strategics Riyadi Suparno (2022) bahwa layanan pesan-antar makanan terbukti menjadi penyelamat masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya selama pandemic dan masyarakat tetap meminati layanan pesan-antar makanan karena kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan. Oleh karena perubahan perilaku tersebut, konsep *cloud kitchen* yaitu restoran yang hanya berupa dapur untuk menyiapkan makanan dari pesanan layanan pesan – antar cocok untuk diterapkan.

Berdasarkan data di atas, maka dapat disimpulkan bahwa usaha kuliner berupa makanan cepat saji *rice bowl* dengan olahan ayam berkonsep *cloud kitchen* memiliki peluang yang cukup besar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI RKG (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.



D. Kebutuhan Dana

Untuk mendirikan suatu usaha tentunya kita memerlukan sumber dana yang digunakan sebagai modal usaha untuk operasional bisnis. Dana tersebut akan dialokasikan untuk kebutuhan awal usaha seperti kas, perlengkapan, peralatan, persediaan, sewa tempat usaha, dan biaya pra-operasi dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 1.3
Kebutuhan Dana

(Dalam Rupiah)

Kebutuhan Dana	
Keterangan	Jumlah
Kas	2.000.000
Persediaan	35.059.045
Peralatan	16.942.926
Tempat Usaha	150.000.000
Biaya Pra Operasi	
Hak Paten	500.000
Promo Launching	2.100.000
	206.601.971

Sumber : *Hungry Bowl*, 2023

Kas diperlukan untuk menjaga likuiditas perusahaan. Semakin besar jumlah kas maka semakin tinggi tingkat likuiditasnya yang artinya perusahaan memiliki resiko yang lebih kecil untuk tidak dapat memenuhi kewajiban finansialnya. Tetapi, tidak berarti perusahaan harus mempertahankan kas yang sangat besar. Semakin banyak uang kas maka semakin banyak uang yang menganggur sehingga akan memperkecil profitabilitasnya. Oleh karena itu, sebaiknya perusahaan menetapkan kas minimum untuk menjaga agar tidak terjadi kesulitan kas baik kelebihan atau kekurangan. Besarnya kas minimum ditentukan oleh besar kecilnya kegiatan atau kebutuhan yang diperlukan perusahaan. Kas yang diperlukan perusahaan baik digunakan untuk membiayai perusahaan sehari – hari ataupun pembelian aktiva

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tetap seperti pembelian bahan baku, pembayaran gaji, pembelian perlengkapan habis pakai, pembayaran utang, dan lain lain (Sulindawati, Yuniarta, & Purnamawati, 2021). *Hungry Bowl* menetapkan kas minimum sebesar Rp 2.000.000 yang akan dipergunakan untuk biaya tidak terduga dan kebutuhan transaksi operasional bisnis sehari – hari. Berdasarkan Tabel 1.2, Modal yang diperlukan untuk pendirian usaha *Hungry Bowl* adalah sebesar Rp 206.601.971. Sumber dana yang akan digunakan berasal dari dana pribadi. Biaya pra operasi meliputi biaya untuk penetapan hak paten dan promo launching untuk memperkenalkan produk dan membangun *brand image* terhadap masyarakat.

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.