



BAB I

PENDAHULUAN



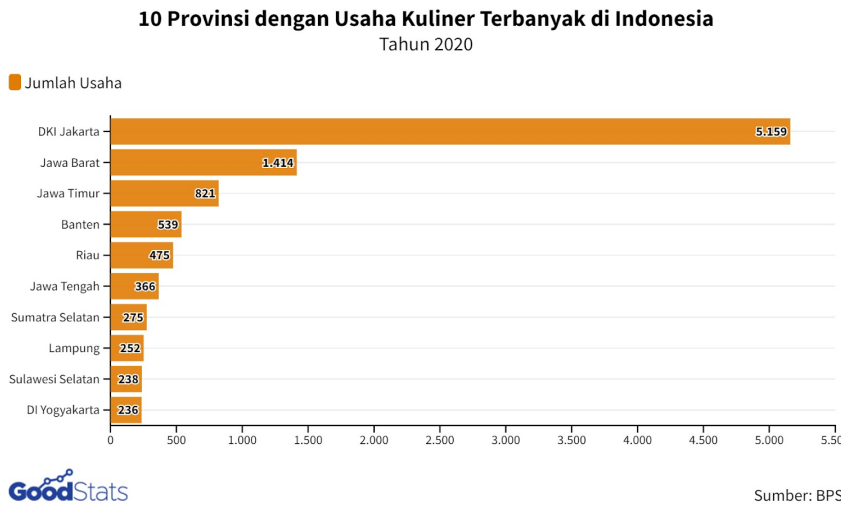
Hak cipta ini dilindungi undang-undang. Penyalinan tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1.1 Ide Bisnis

Jumlah kebutuhan dalam pemenuhan makanan penduduk di Indonesia dari tahun ke tahun bertambah seiring meningkatnya jumlah penduduk. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), hasil sensus penduduk pada September tahun 2022, jumlah penduduk Indonesia adalah sebanyak 270,2 juta penduduk. Angka tersebut meningkat sekitar 32,57 juta penduduk dari total penduduk Indonesia pada tahun 2010 yang sebanyak 237,63 juta penduduk. Dapat disimpulkan, jumlah meningkatnya penduduk Indonesia dalam waktu 10 tahun terakhir sebanyak 1,25%. Berkaitan dengan hal tersebut, menurut Badan Pusat Statistik (BPS) yang dirilis pada Juni 2022, terdapat 1.223 usaha kuliner yang tersebar di seluruh Indonesia pada tahun 2020. Sebanyak 8.042 usaha (71,65%) berbentuk restoran ataupun rumah makan, 269 usaha (2,40%) berbentuk katering, serta sisanya 2.912 usaha (25,95%) masuk dalam jenis yang lain.

Gambar 1.1 Data diagram usaha kuliner di 10 provinsi terbanyak di Indonesia



Sumber: GoodStats, 2022

Berdasarkan data di atas, DKI Jakarta menempati posisi pertama provinsi dengan jumlah usaha kuliner terbanyak. Diikuti dengan Jawa Barat, Jawa Timur, Banten, Riau, Jawa Tengah,

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.



Sumatera Selatan, Lampung, Sulawesi Selatan, dan DI Yogyakarta. Lebih lanjut, banyak bisnis yang terdampak pandemi COVID-19. Tidak terkecuali bisnis yang bergerak dalam industri kuliner. Akan tetapi, di saat yang bersamaan, muncul tren pola hidup sehat yang dijalankan oleh masyarakat. Mulai dari tren bersepeda, berolahraga, hingga mengkonsumsi makanan yang sehat dan menerapkan diet yang seimbang. Sesuatu yang diprediksi hanya menjadi tren sesaat, akan tetapi sebagian besar masyarakat menjadikan hal tersebut sebagai bagian dari pola hidupnya hingga saat ini. Atas dasar situasi tersebut, terciptalah ide bisnis Chriss Bun sebagai bentuk pemenuhan pola hidup masyarakat.

Penulis terinspirasi untuk membuat usaha makanan Chriss Bun untuk menjadi solusi hidup sehat. Di sisi lain, penulis juga menyukai *salad wrap* dikarenakan praktis dan sehat. Tetapi *salad wrap* yang banyak dijual dipasaran seperti Salad Stop, Salad Bar by Hadi Kitchen, Burgreens dan Greenly memiliki harga yang begitu mahal. Maka dari itu, penulis termotivasi untuk membuat bisnis *salad wrap* yang memiliki harga yang terjangkau dan juga mengenyangkan. *Salad wrap* dari Chriss Bun menggunakan bahan - bahan yang segar dan berkualitas seperti selada, tomat ceri, kol ungu, potongan jagung, makaroni, dada ayam tanpa tulang, puth telur dan juga saus khas dari Chriss Bun yang kemudian dibungkus dengan *tortilla*. Alasan Chriss bun menggunakan daging dada ayam tanpa tulang adalah karena pada daging dada ayam begitu tinggi protein yang bagus untuk memenuhi kebutuhan asupan protein kita. Selain itu, dengan menggunakan dada ayam tanpa tulang sangat memudahkan pada saat menikmati *salad wrap* tersebut sehingga makanan tersebut sangat praktis. Untuk kebutuhan karbohidrat, Chriss Bun memakai makaroni dan juga tortilla sehingga mengenyangkan. Sedangkan memenuhi kebutuhan serat Chriss Bun memakai selada, tomat ceri dan juga kol ungu, sayuran tersebut merupakan jenis sayuran yang sangat cocok digunakan kepada salad.



## 1.2 Gambaran Usaha

### A. Visi

Menjadi usaha yang selalu mementingkan kualitas bahan yang digunakan, kebersihan dan kepuasan para pelanggan serta dapat memenuhi kebutuhan para pelanggan akan asupan yang sehat.

### B. Misi

1. Selalu menggunakan bahan terbaik untuk menciptakan hidangan yang berkualitas
2. Berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pelanggan
3. Menyediakan menu yang sehat dan bergizi, yang mampu memenuhi asupan pelanggan sehari-hari
4. Mampu menciptakan lapangan pekerjaan yang baru untuk masyarakat Indonesia

### C. Tujuan Pelaku Bisnis

Tujuan dari mendirikan usaha bisnis ini merupakan untuk mendapatkan keuntungan dari penjualan makanan berupa *Salad Wrap*, dan juga agar bisa memperkenalkan kepada masyarakat sekitar daerah Bekasi tentang pola hidup yang sehat. Berikut adalah tujuan jangka pendek dan jangka panjang Chriss Bun ;

#### a) Jangka Pendek (1-2 tahun)

1. Dalam jangka waktu 1-2 tahun, Chriss Bun ingin membuat identitas kepada masyarakat agar dikenal khususnya pada daerah Bekasi dan balik modal dalam waktu kurang lebih dari 2 tahun.
2. Membangun hubungan yang baik dengan para pelanggan dengan memberikan kepuasan pelayan, kualitas yang terbaik dan menerima kritik atau saran dari para pelanggan agar Chriss Bun bisa menjadi lebih baik lagi sehingga pelanggan akan melakukan pembelian kembali
3. Bisnis dapat tumbuh secara efektif dan efisien

#### b) Jangka Menengah (di atas 3 - 5 tahun)

1. Masyarakat sudah familiar dan mengetahui produk Chriss Bun
2. Chriss Bun sudah memiliki konsumen tetap
3. Adanya peningkatan penjualan dari Chriss Bun sudah meningkat dari tahun sebelumnya

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.



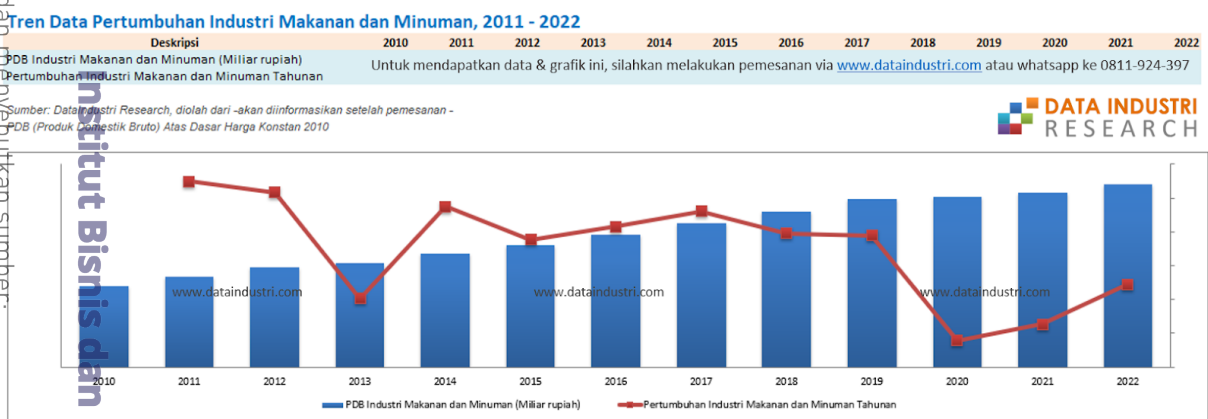
**c) Jangka Panjang (di atas 5 tahun)**

1. Dapat meningkatkan penjualan dengan cara menerima pesanan di JABODETABEK dengan cara dikirim.
2. Menjadi *Top of mind* dalam industri kuliner *Salad Wrap*
3. Mampu menguasai pangsa pasar usaha sejenis

**1.3 Besarnya Peluang Bisnis**

Suatu peluang dalam bisnis dapat menentukan mau kemana arah bisnis tersebut. Semakin besar peluang suatu usaha semakin besar juga tingkat keberhasilan dalam suatu bisnis tersebut. Peluang bisnis yang besar akan memberikan kesempatan bisnis untuk dapat berkembang dengan begitu dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Adapun faktor yang harus diperhatikan dengan baik dari segi kualitas produk, pelayanan terhadap konsumen, kreativitas dan inovasi dari suatu bisnis tersebut agar bisa bersaing dengan kompetitor lainnya. Penulis melihat peluang dalam bisnis kuliner, dalam data grafik pada tahun 2010- 2022, bisnis kuliner mempunyai kestabilan pada setiap tahunnya, namun sempat mengalami penurunan karena adanya pandemic COVID-19. Berikut merupakan grafik data jumlah pertumbuhan industri di bidang kuliner pada tahun 2010-2022.

**Gambar 1.2 Jumlah Pertumbuhan Industri di Bidang Kuliner**



Sumber: Dataindustri.com, 2022

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyertakan sumber. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 1.4 Kebutuhan Dana

Modal awal yang diperlukan penulis untuk membuka usaha bisnis Chriss Bun, penulis memutuskan untuk menggunakan modal dari orang tua dan tabungan sendiri. Karena dengan mempertimbangkan resiko yang mungkin timbul dan apabila melakukan pinjaman ke bank akan dikenakan bunga sekian persen.

**Tabel 1.1 Rincian Kebutuhan Dana Awal**

<b>Penggunaan Dana</b>	<b>Harga</b>
Kas Awal	Rp13,180,000
Biaya Pemasaran	Rp3,000,000
Biaya Peralatan	Rp11,609,087
Biaya perlengkapan	Rp416,860
Biaya Bahan Baku	Rp15,840,800
<b>Total</b>	<b>Rp44,046,747</b>

Sumber: Chriss Bun, 2023

Tabel di atas merupakan rincian kebutuhan dana awal Chriss Bun yang meliputi kas awal, biaya pemasaran, biaya peralatan, biaya perlengkapan dan biaya bahan baku. Kas awal merupakan modal awal yang dimiliki Chriss Bun sebagai sebuah bisnis. Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan Chriss Bun untuk kegiatan pemasaran seperti iklan di media sosial dan lain sebagainya. Biaya peralatan, perlengkapan, dan bahan baku merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk membeli peralatan, perlengkapan, dan juga bahan baku yang menunjang kegiatan operasional Chriss Bun.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber. Penyalinan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, dan penyusunan laporan, tanpa izin IBIKKG.

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