



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Ide Bisnis

Membangun bisnis di bidang kuliner memiliki potensi keberhasilan yang tinggi karena memiliki pasar yang besar serta makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok yang dibutuhkan manusia setiap harinya. Tingkat kesibukan masyarakat yang terus meningkat yang menjadikan masyarakat di Indonesia lebih memilih untuk membeli makanan dari luar dibandingkan memasaknya sendiri.

Usaha yang akan penulis jalankan bergerak di industri makanan dan minuman, yaitu bubur manis yang menyediakan beberapa varian menu yaitu : Bubur sumsum, ketan hitam, kacang hijau, asinan buah, asinan sayur, sagu rangi, biji salak, dan pacar cina.

Bubur manis merupakan makanan ringan yang menyehatkan yang biasanya dijadikan makanan untuk sarapan ataupun makanan penutup. Bubur Sum - Sum merupakan sajian tradisional di Indonesia yang lebih tepatnya berasal dari Jawa Tengah, bubur sum - sum yang memiliki tekstur lembut dan memiliki rasa yang manis ini bagi masyarakat di pulau Jawa tidak hanya sebagai makanan saja tetapi juga memiliki makna yang lainnya sebagai jamuan ritual upacara tradisional di pulau Jawa.

Kemajuan teknologi yang telah mempengaruhi gaya hidup masyarakat khususnya dalam mencari makanan, dengan kemajuan teknologi mereka dapat menemukan makanan yang diinginkan oleh mereka melalui aplikasi *Gojek* dan *Grab*. Yang didalamnya terdapat banyak fitur yang memudahkan masyarakat, salah satu fiturnya adalah fitur *Gofood* dan *Grabfood* yang dapat membantu konsumen dalam mencari dan memesan makanan atau minuman yang diinginkan tanpa harus datang langsung ke tempat makanan atau minuman tersebut karena



pesanan akan langsung diantarkan oleh layanan pesan antar dari *Gofood* dan *Grabfood* sendiri. Kemajuan teknologi ini sangat membantu pelaku usaha khususnya di bidang makanan dan minuman untuk lebih mudah terhubung dengan konsumen.

1.2 Gambaran Usaha

Gambaran usaha menjelaskan tentang bidang usaha yang ingin didirikan, visi, misi, dan tujuan perusahaan dalam jangka pendek dan jangka panjang. Berikut adalah gambaran usaha dari Bubur Manis BM :

1.2.1 Bidang Usaha

Bubur Manis BM merupakan usaha kecil yang bergerak di bidang makanan & minuman. Bubur Manis BM menyediakan berbagai macam menu seperti : Ketan hitam, kacang hijau, asinan buah, asinan sayur, sagu rangi, biji salak, pacar cina, dan bubur sum-sum. Banyaknya varian menu yang akan membuat konsumen tertarik untuk membeli produk dari Bubur Manis BM. Bubur Manis BM memiliki harga yang terjangkau mulai dari Rp. 10.000 sampai dengan Rp. 15.000 sehingga dengan harga yang relatif murah akan membuat calon konsumen tidak sulit dalam membuat keputusan untuk membeli produk dari Bubur Manis BM.

1.2.2 Visi

Menurut David (2017:158) visi merupakan sebuah pernyataan yang menjelaskan “ingin menjadi apa” perusahaan kedepannya. Visi yang baik akan membuat fondasi suatu usaha dengan kuat untuk dapat mengembangkan usaha tersebut. Visi yang dibuat harus singkat, jelas dan lebih baik satu kalimat.



Dalam pembuatan visi, perusahaan bisa menentukan batas waktu visi yang ingin dicapai. Oleh karena itu, untuk membuat pernyataan visi yang baik sebaiknya memenuhi persyaratan visi, yaitu :

- a. Berorientasi pada masa depan
- b. Menggambarkan keunikan yang dimiliki
- c. Memiliki tujuan yang jelas
- d. Menjelaskan kreativitas
- e. Tidak dibuat berdasarkan tren atau kondisi yang terjadi saat ini

Berdasarkan teori diatas, maka visi dari Bubur Manis BM adalah “Menyediakan bubur manis di seluruh Indonesia dengan harga yang terjangkau serta tetap menjaga kualitas rasa yang baik agar dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat”

1.2.3 Misi

Menurut David (2017:160) misi merupakan sebuah pernyataan jelas dari organisasi yang bisa membedakan suatu organisasi dengan organisasi lainnya, misi harus bisa menjelaskan nilai dan prioritas dari organisasi. Misi yang baik sangat penting dalam merumuskan strategi dan penetapan tujuan organisasi.

Misi merupakan daftar kegiatan yang perlu dilakukan oleh perusahaan dalam proses usahanya agar visi yang telah dibuat sebelumnya dapat tercapai.

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.



Melihat dari teori diatas, maka misi dari Bubur Manis BM yaitu :

- a. Menyediakan makanan yang sehat dan higienis
- b. Menjaga kualitas produk dengan mengutamakan cita rasa dan kualitas bahan baku
- c. Memberikan pelayanan yang terbaik untuk menjaga kepuasan konsumen
- d. Terus melakukan inovasi produk untuk dapat membuat menu baru yang unik

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1.2.4 Tujuan Perusahaan

Dalam menjalankan perusahaan atau suatu bisnis pastinya pelaku bisnis memiliki tujuan. Dengan adanya tujuan ini perusahaan atau bisnis bisa memiliki kejelasan dalam menjalani kegiatan usahanya tentang apa yang menjadi target dari suatu bisnis tersebut.

Terdapat 2 tujuan perusahaan : tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang.

Tujuan jangka pendek merupakan daftar tujuan perusahaan yang ingin dicapai secara jangka pendek biasanya kurang dari 1 tahun sedangkan tujuan jangka panjang adalah daftar tujuan yang ditentukan perusahaan untuk jangka waktu yang lebih panjang umumnya lebih dari 5 tahun. Berikut adalah tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang dari Bubur Manis BM :

Tujuan jangka pendek dari Bubur Manis BM adalah :

- a. Bubur Manis BM dikenali oleh masyarakat dan menjadi tujuan konsumen jika ingin membeli bubur manis.
- b. Membangun citra merek Bubur Manis BM yang baik.
- c. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.

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.



Tujuan jangka panjang dari Bubur Manis BM adalah :

- a. Memperluas pasar Bubur Manis BM dengan cara membuka cabang di daerah – daerah lainnya di Indonesia
- b. Mengembangkan terus usaha Bubur Manis BM sampai bisa memiliki *Franchise*

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

1.2. Besarnya Peluang Bisnis

Besarnya peluang bisnis dapat menjadi faktor yang penting dalam memulai usaha karena dapat menentukan keberhasilan dan keberlangsungan suatu usaha. Suatu usaha memiliki kesempatan yang besar untuk berhasil jika terdapat peluang bisnis yang besar dalam industri yang akan dijalankan dan memiliki kesempatan untuk mencapai tujuan dari usaha tersebut.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan besarnya peluang bisnis antara lain : dari banyaknya permintaan, perilaku konsumen, pesaing yang ada di dalam bidang usaha, dan kualitas produk.

Peluang dalam usaha Bubur Manis BM ini terbilang sangat prospektif, karena masyarakat sudah mengenal dengan produk yang akan ditawarkan oleh Bubur Manis BM. Bubur Manis BM berpeluang bisa menjadi pilihan sarapan atau makanan ringan yang dapat mengganjal perut atau hanya sekedar ingin makan makanan yang manis.

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

Rata – Rata Pengeluaran Masyarakat Bekasi Untuk Produk Komoditas

Jenis Pengeluaran Produk Komoditas	Rata - Rata Pengeluaran Per Kapita dalam 1 Bulan		
	2018	2019	2020
Padi-padian	Rp59.256	Rp64.417	Rp62.706
Umbi-umbian	Rp8.892	Rp9.411	Rp10.500
Ikan/udang/cumi/kerang	Rp66.764	Rp75.322	Rp88.334
Daging	Rp46.644	Rp51.567	Rp54.092
Telur dan Susu	Rp57.922	Rp59.895	Rp64.356
Sayur-sayuran	Rp53.281	Rp60.041	Rp76.022
Kacang-kacangan	Rp13.886	Rp16.334	Rp17.817
Buah-buahan	Rp47.656	Rp49.850	Rp59.342
Minyak dan Kelapa	Rp13.818	Rp15.958	Rp15.631
Bahan Minuman	Rp18.146	Rp18.928	Rp22.371
Bumbu-bumbuan	Rp12.413	Rp14.572	Rp16.533
Konsumsi lainnya	Rp14.683	Rp14.355	Rp17.435
Makanan dan minuman jadi	Rp348.945	Rp388.104	Rp412.504
Rokok	Rp61.624	Rp75.246	Rp87.880
Jumlah makanan	Rp823.930	Rp914.000	Rp1.005.523

Sumber: <https://bekasikota.bps.go.id/indicator/5/81/1/rata-rata-pengeluaran-perkapita-sebulan-.html>

Pada tabel 1.1, dapat dilihat berdasarkan data BPS, masyarakat bekasi melakukan pengeluaran sebesar 41,02 persen untuk makanan dan minuman siap saji. Masyarakat Bekasi lebih sering membeli makanan dan minuman siap saji dibandingkan dengan membeli sayur-

© Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Ditaring 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.



sayuran dan daging dengan persentase 7,56 persen dan 5,38 persen dari total pengeluaran rata-rata per-kapita sebulan di Kota Bekasi yang sebesar Rp. 1.005.523.

Dengan perkembangan teknologi yang pesat juga menjadi peran penting yang menjadikan industri kuliner ikut menjadi berkembang. Dengan adanya *Gopay, Ovo, Qris, Dana, ShopeePay, Gojek, dan Grab* yang membantu usaha kuliner dalam menjalankan usahanya mendekati penjual dengan konsumen.

Tabel 1.2
Jumlah Penduduk kecamatan Bekasi Tahun 2020

Kecamatan	Laki - Laki	Perempuan	Total
Pondok Gede	126.231	124.964	251.195
Jati Sampurna	62.348	61.576	123.924
Pondok Melati	66.060	65.062	131.122
Jati Asih	124.353	123.009	247.362
Bantar Gebang	54.932	52.284	107.216
Mustika Jaya	108.227	105.288	213.515
Bekasi Timur	128.820	128.205	257.025
Rawalumbu	111.051	109.598	220.699
Bekasi Selatan	105.207	105.598	210.805
Bekasi Barat	141.391	140.290	281.681
Medan Satria	82.426	79.693	162.119
Bekasi Utara	170.464	166.367	337.013
Jumlah Penduduk Hasil Sensus Penduduk September 2020			2.543.676

Sumber: <https://bekasikota.bps.go.id/indicator/12/56/1/jumlah-penduduk-hasil-sp2020.html>



Pada tabel 1.2, dapat dilihat bahwa populasi penduduk di Bekasi cukup besar berada di 2,5 juta jiwa. Berdasarkan data tersebut, dapat dikatakan bahwa potensi untuk membuka usaha masih terbuka lebar khususnya usaha kuliner yang merupakan kebutuhan pokok dari masyarakat serta terus meningkatnya tingkat kesibukan masyarakat yang menjadikan masyarakat lebih memilih membeli makanan dan minuman jadi.

1.4 Kebutuhan Dana

Dalam membangun suatu usaha diperlukan adanya sejumlah dana sebagai modal awal untuk mendirikan usaha. Berikut adalah kebutuhan dana untuk Bubur Manis BM :

*Tabel 1.3
Kebutuhan dana Bubur Manis BM*

Keterangan	Jumlah
Kas Awal	Rp. 2.000.000
Peralatan	Rp. 6.038.000
Perlengkapan	Rp. 558.000
Biaya Sewa Stand	Rp. 18.000.000
Biaya Bahan Baku	Rp. 17.831.250
Biaya Pemasaran	Rp. 3.000.000
Total Biaya	Rp. 47.427.250

Sumber : Data diolah

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie