



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Ide Bisnis

Makanan dapat didefinisikan sebagai suatu pemenuh kebutuhan dasar bagi semua makhluk hidup untuk dapat bertahan hidup. Namun, seiring dengan berjalannya waktu, pola perilaku konsumsi manusia telah berubah. Hal ini ditandai dengan pergeseran fungsi dasar makanan dari yang hanya sekedar memenuhi kebutuhan menjadi suatu hal yang dipengaruhi oleh faktor cita rasa. Pengertian cita rasa menurut Drummond dan Brefere dalam Nopika Indrasari (2017:3) diartikan sebagai cara seseorang memilih makanan yang dibedakan dari rasa makanan itu sendiri. Konsumen dapat menyukai makanan dengan melihat berbagai atribut seperti kenampakan, bau, sifat, aroma, rasa, dan tekstur.

Adanya faktor cita rasa dan terbukanya preferensi masyarakat akan makanan yang dapat memuaskan kebutuhan sekaligus keinginannya, maka hal ini dapat menjadi peluang bagi para pebisnis bahwa industry di bidang kuliner sangat dibutuhkan dan diminati dengan pangsa pasar yang luas dan menjanjikan, sehingga bisnis kuliner berkembang dengan sangat cepat. Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia juga membuat para pebisnis menjadikan beragam jenis makanan sebagai lading bisnis. Salah satu jenis makanan yang diminati oleh masyarakat di Indonesia ialah makanan cemilan atau biasa disebut snack.

Cemilan atau snack adalah makanan ringan yang dikonsumsi diantara waktu makan utama. Booth (1990) menjelaskan produk yang termasuk dalam kategori snack food antara lain: permen dan produk konfeksioneri; cookies/cracker dan produk asal tepung lainnya; meat snack; snack dengan basis susu; fish snacks dan shellfish snacks, extruded snacks, snack berbasis buah; kacang-kacangan; potato based textured snacks; dan health food snacks. Snack

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber; ber-
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.

food juga sering disebut sebagai savory snack karena sebagai besar snack memiliki rasa asin, berbumbu, maupun gurih.

Lumpia Semarang adalah makanan semacam rollade yang berisi rebung, ayam, udang, dan telur. Cita rasa lumpia semarang adalah perpaduan rasa antara Tionghoa dan Indonesia karena pertama kali dibuat oleh seorang keturunan Tionghoa yang menikah dengan orang Indonesia dan menetap di Semarang, Jawa Tengah.

Melihat peluang yang ada, maka penulis menjadikan lumpia sebagai produk utama dari usaha bisnis LUMPIASEMARANG.BGR. Usaha ini digambarkan sebagai usaha kuliner yang berfokus pada snack, yaitu lumpia. Penulis memberikan nama brand dengan nama LUMPIASEMARANG.BGR karena merupakan bisnis yang dibuat oleh penulis dan ibu dari penulis. Resep yang dibuat pun diciptakan oleh ibu dari penulis.

1.2 Gambaran Usaha

Bidang usaha yang digeluti oleh LUMPIASEMARANG.BGR adalah usaha kuliner online yang menyediakan makanan snack terutama lumpia. LUMPIASEMARANG.BGR menjual dua variant lumpia yaitu lumpia goreng dan lumpia basah, dan memiliki dua ukuran besar dan kecil. Yang terbuat dari bahan-bahan asli dari Semarang. Dalam memulai usaha ini, penulis memiliki berbagai visi, misi, dan tujuan antara lain :

a. Visi Perusahaan

Visi adalah suatu pandangan jauh tentang perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang . (Freddy Rangku, 2017: XV).

Visi LUMPIASEMARANG.BGR adalah menjadi usaha snack ternama dan dikenal di Bogor maupun seluruh Indonesia dengan kualitasnya yang mampu bersaing di pasar kuliner





Indonesia. LUMPIASEMARANG.BGR juga berorientasi atau memprioritaskan pencapaian kepuasan pelanggan sehingga loyalitas pelanggan dapat terjamin.

b. Misi Perusahaan

Misi adalah pernyataan tentang apa saja yang harus dikerjakan oleh perusahaan dalam usahanya mewujudkan visi. (Freddy Rangkuti,2017:XV) berikut misi dari LUMPIASEMARANG.BGR :

1. Mengutamakan mutu dan kualitas produk.
2. Menciptakan rasa,bentuk yang menarik dan bervariasi sehingga dapat menarik minat pembeli.
3. Memberikan pelayanan yang terpercaya,terjamin,cepat tanggap terhadap pelanggan sehingga dapat menciptakan customer value yang baik sehingga loyalitas pelanggan dapat dipertahankan.
4. Selalu berinovasi dalam mengembangkan lini produk dan pendekatan terhadap konsumen.
5. Membuat suatu mekanisme wirausaha yang berkualitas sehingga dapat bersaing di pasar dengan menerapkan standar kerja.

c. Tujuan Perusahaan

Tujuan perusahaan adalah sesuatu yang ingin dicapai oleh perusahaan. Adanya tujuan perusahaan membuat bisnis lebih terarah dan mencegah atau meminimalkan adanya kesalahan dalam bertindak atau keputusan yang diambil yang dapat berpengaruh pada masa depan perusahaan. Tujuan usaha LUMPIASEMARANG.BGR dibagi dalam tujuan jangka pendek dan Panjang,antara lain :

1. Jangka Pendek :

- a. Memberikan kepuasan dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan serta memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen.



- b. Memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan makanan/cemilan yang berciri khas.
Lumpia Semarang.BGR dapat dikenal akan kualitas rasa yang tinggi.
Membua Lumpia Semarang.BGR dikenal di Bogor melalui promosi media sosial.
- Jangka Panjang :
- Menjadikan Lumpia menjadi cemilan utama pilihan masyarakat dalam berbagai acara sebagai pengganti kue.
 - Memperluas pasar dengan membuka restoran offline.
 - Menjadi brand yang berkualitas.
 - Membuat Lumpia Semarang.BGR populer di Indonesia dengan seluruh menunya yang memiliki cita rasa tinggi.

1.3 Besarnya Peluang Bisnis

Peluang bisnis adalah suatu dasar dari pen dirian suatu bisnis, yang mana dapat merangsang pertumbuhan bisnis. Oleh karena itu, sangat penting bagi pelaku bisnis untuk mengetahui seberapa besar peluang bisnis demi kemajuan bisnisnya. Penulis menggunakan proyeksi pertumbuhan penduduk Kota Bogor, data konsumsi per kapita nasional, dan peramalan permintaan dengan metode linier untuk melihat besaran peluang bisnis LUMPIA SEMARANG.BGR.

Proyeksi pertumbuhan penduduk Kota Bogor tahun 2020-2035 Pada tabel 1.1 akan diberi gambaran mengenai proyeksi penduduk kota Bogor tahun 2014 dan 2021.



Tabel 1.1 Proyeksi Penduduk Kota Bogor Tahun 2020-2035

Kelompok Umur	PENDUDUK KOTA BOGOR BERDASARKAN KELOMPOK UMUR DAN JENIS KELAMIN (JIWA)					
	Laki-Laki		Perempuan		Laki-Laki dan Perempuan	
	2014	2021	2014	2021	2014	2021
0-4	43.086	43.625	42.316	41.648	85.402	85.273
5-9	45.767	42.158	44.216	39.746	89.983	81.904
10-14	46.880	44.345	45.367	41.613	92.247	85.958
15-19	43.268	44.681	41.867	41.894	85.135	86.575
20-24	46.333	43.983	44.971	42.403	88.704	86.386
25-29	45.080	44.963	43.624	43.109	95.549	88.072
30-34	48.561	44.265	46.988	42.100	84.576	86.365
35-39	42.981	41.901	41.595	40.293	79.305	82.194
40-44	40.289	40.425	39.016	39.148	64.372	79.573
45-49	32.707	36.780	31.665	35.858	53.481	72.638
50-54	27.161	31.817	26.320	31.727	41.401	63.544
55-59	21.025	25.913	20.376	25.900	29.817	51.8633
60-64	15.144	20.000	14.673	20.504	18.023	40.504
65-69	9.147	14.563	8.876	15.220	14.276	29.783
70-75	7.253	7.929	7.021	8.427	14.274	16.536
75+	8.797	6.426	8.350	8.945	17.147	15.371
JUMLAH	523.479	533.774	507.241	518.585	1.030.720	1.052.359

Sumber : BPS Bogor Kota, 2022

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa penduduk di Kota Bogor memiliki peningkatan total jumlah jiwa yang signifikan dan teratur dari tahun 2014 dan 2021, yang menandakan bahwa jumlah jiwa atau penduduk akan terus bertambah seiring dengan berjalannya waktu. Dengan adanya peningkatan penduduk yang akan terjadi, menandakan bahwa tingkat konsumsi masyarakat dan tingkat permintaannya terutama atas makanan dan minuman juga akan bertambah sehingga hal ini menjadi peluang yang besar untuk penulis dapat membuat rencana usaha di kota Bogor dan merealisasikannya.

b. Pasar Potensial

Pasar Potensial bagi LUMPIASEMARANG.BGR dapat dilihat dari produk yang dijual itu sendiri yaitu Lumpia. Lumpia merupakan golongan produk snack atau makanan ringan. Maka untuk melihat pasar potensial akan menggunakan jenis makanan snack/makanan ringan untuk mengidentifikasi nilai konsumsi snack.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



Data rata-rata konsumsi dan pengeluaran per Kapita Setahun menurut jenis makanan snack/makanan ringan produk di daerah perkotaan (Rupiah) tahun 2019,2020, dan 2021 adalah

sebagai berikut :

Tabel 1.2 Data Rata-Rata Konsumsi dan Pengeluaran per Kapita Menurut Jenis

Makanan Snack/Makanan Ringan

Tahun	Nilai Konsumsi dalam Rupiah/Kapita/Tahun
2019	13.832
2020	14.300
2021	16.744

Sumber : Data diolah

Menurut tabel diatas, Penilaian konsumsi masyarakat di Indonesia mengalami laju pertumbuhan di tahun 2020 sebesar 3,38% dan di tahun 2021 sebesar 17,09%. Peningkatan ini dapat menjadi potensi pasar yang baik.

b. Pertumbuhan Permintaan dan Proyek Bisnis

Peramalan permintaan 5 tahun kedepan dihitung menggunakan metode Linier,yaitu sebagai berikut :

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.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Tabel 1.3 Peramalan Permintaan 5 Tahun kedepan dengan Trend Linier

	Tahun	Ramalan Permintaan
1.	2022	17.873
	2023	19.329
	2024	20.785
	2025	22.241
	2026	23.697

Sumber : LUMPIASEMARANG.BGR

Berdasarkan metode linier, permintaan 5 tahun kedepan akan mengalami pertumbuhan yang stabil. Rata-rata pertumbuhan pada 5 tahun kedepan adalah 7.3077753%. Hasil dari trend linier ini merupakan gambar linear yang didasarkan pada tingkat kepercayaan ataupun regresi yang baik. Namun prospek bisnis juga dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal seperti perekonomian dan regulasi pemerintahan. Data dapat menjadi bias jika terjadi turbulensi pada bidang ekonomi dan politik. Namun demikian hasil data sudah mampu menggambarkan secara baik peramalan hingga 2026. Hal ini dikarenakan data pendukung dari 2019-2021 yang menunjukkan rata-rata pertumbuhan sebesar 10,23% tidak berbeda jauh dari 7,31% dengan margin perbedaan di 39%. Hasil peramalan juga menggambarkan laju pertumbuhan yang terus menerus berlanjut secara positif. Hal ini menjadi salah satu gambaran positif kesempatan bagi pengusaha baru untuk memasuki pasar.

1.4 Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana merupakan langkah awal dalam memulai suatu bisnis. Ini merupakan suatu modal yang juga menjadi sumber daya utama dari mulainya bisnis tersebut. LUMPIASEMARANG.BGR memerlukan dana untuk kas awal, biaya pemasaran, biaya peralatan, biaya stok awal bahan baku, biaya perlengkapan, dan lain lain.

1. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan dilindungi Undang-Undang Hak Cipta Dilindungi.
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
3. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
4. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
5. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
6. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
7. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
8. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
9. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
10. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
11. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
12. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
13. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
14. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
15. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
16. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
17. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
18. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
19. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
20. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
21. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
22. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
23. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
24. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
25. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
26. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
27. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
28. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
29. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
30. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
31. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
32. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
33. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
34. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
35. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
36. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
37. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
38. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
39. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
40. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
41. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
42. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
43. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
44. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
45. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
46. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
47. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
48. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
49. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
50. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
51. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
52. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
53. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
54. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
55. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
56. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
57. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
58. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
59. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
60. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
61. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
62. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
63. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
64. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
65. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
66. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
67. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
68. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
69. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
70. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
71. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
72. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
73. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
74. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
75. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
76. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
77. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
78. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
79. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
80. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
81. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
82. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
83. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
84. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
85. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
86. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
87. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
88. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
89. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
90. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
91. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
92. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
93. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
94. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
95. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
96. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
97. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
98. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
99. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
100. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.



Dalam tabel 1.4 merupakan rincian dari kebutuhan dana yang dibutuhkan oleh

LUMPIASEMARANG.BGR

Tabel 1.4 Kebutuhan Dana Awal LUMPIASEMARANG.BGR (dalam rupiah)

Keterangan	Harga
Kas Awal 2022	10.000.000
Biaya Pemasaran	9.600.000
Biaya Peralatan	16.224.000
Biaya Stok Awal Bahan Baku	25.000.000
Biaya Perlengkapan	33.624.000
Biaya Sewa	60.000.000
TOTAL	154.448.000

Sumber: LUMPIASEMARANG.BGR

Kebutuhan dana LUMPIASEMARANG.BGR dalam 1 tahun awal adalah sebesar Rp.154.448.000 dan yang menjadi sumber pendanaan awal adalah berasal dari tabungan pemilik usaha dan sebagian dari pemberian orang tua.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan 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.