

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif, Menurut Saragih (2017), dalam berwirausaha setiap pelaku harus jeli dalam melihat peluang-peluang yang ada. Selain itu juga selalu terbuka pada masukan dan perubahan yang sifatnya positif yang dapat membawa bisnis terus berkembang. Pelaku usaha merupakan orang-orang yang memiliki potensi dan mau selalu belajar untuk menangkap setiap peluang yang ada (Saragih, 2017). Keberhasilan menjadi impian setiap pelaku usaha. Untuk menjadi seorang wirausahawan yang berhasil dibutuhkan kemampuan, keterampilan, dan kompetensi yang ditentukan dari pengalaman dan pengetahuan. Seorang wirausaha harus memiliki kemampuan untuk menciptakan produk yang baru dan berbeda dengan pelaku usaha lainnya (Purhantara, 2013).

Untuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses dibutuhkan kemampuan untuk menciptakan peluang dan ide-ide yang kreatif dan inovatif. Ide yang ada harus mampu dijadikan sebuah rencana bisnis yang tepat dan matang. Rencana bisnis berisi tentang apa saja yang akan dilakukan di masa depan di dalam sebuah usaha. Di dalam rencana bisnis terdapat pengalokasian sumber daya, cara-cara untuk menangani permasalahan-permasalahan yang ada, dan peluang apa yang tersedia di masa yang akan datang. Rencana bisnis menjadi sebuah hal penting dalam memulai sebuah usaha. Dengan adanya rencana bisnis maka

hal tersebut dapat dijadikan sebuah arahan dalam menjalankan suatu usaha. Rencana bisnis yang dibuat secara matang akan memberikan dampak positif bagi sebuah usaha yang akan dijalankan. Rencana bisnis tidak hanya sebuah formalitas, akan tetapi rencana bisnis memiliki pengaruh yang sangat kuat bagi sebuah usaha dan dapat menjadi sebuah alat yang tepat untuk mengajak para investor berinvestasi di usaha yang sedang kita jalankan. Rencana bisnis adalah sebuah dokumen yang berisi tentang kondisi suatu perusahaan. Di dalam sebuah bisnis pasti terdapat sebuah resiko yang harus diambil, akan tetapi resiko tersebut dapat diminimalisir dengan kemampuan menganalisa resiko yang akan dihadapi dan cara mengatasinya dengan baik dan benar. Di dalam sebuah bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan saja, tetapi strategi yang tepat juga harus dipersiapkan dengan baik. Rencana bisnis menjadi alat dalam mengambil keputusan yang tepat di masa mendatang.

Perencanaan bisnis merupakan alat yang sangat penting bagi seorang pengusaha untuk mengambil sebuah keputusan yang tepat. Perencanaan bisnis bertujuan agar kegiatan bisnis yang dilakukan tetap berada di jalur yang sudah direncanakan. Perencanaan bisnis juga merupakan sebuah pedoman untuk mencapai sebuah sasaran atau target yang ingin kita capai. Dengan adanya perencanaan bisnis yang baik akan mampu meningkatkan peluang keberhasilan dalam suatu bisnis. Rencana bisnis juga berguna sebagai alat untuk mendapatkan dana dari pihak ketiga seperti dari investor dan pihak perbankan (Rangkuti, 2005). Sebuah perencanaan bisnis harus mengetahui aspek-aspek apa saja yang diperlukan di dalam suatu usaha. Aspek-aspek tersebut adalah

aspek pemasaran, aspek operasi, aspek sumber daya manusia, dan aspek keuangan.

Di masa pandemi seperti saat ini, salah satu strategi bisnis yang dapat dilakukan adalah memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mengembangkan bisnis yang akan kita rintis. Seiring dengan berkembangnya zaman, teknologi berkembang dengan sangat cepat. Lebih dari setengah penduduk Indonesia dapat mengakses internet. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pengguna internet di Indonesia berkembang pesat. Pada tahun 2017 penggunaan internet di Indonesia sebesar 32,34%, kemudian pada tahun 2018 ada peningkatan menjadi 39,9%, dan pada tahun 2019 penggunaannya sebesar 47,69%. Kenaikan pengguna internet ini berguna dalam pemasaran dan promosi. Dengan adanya kemajuan teknologi tidak ada batasan antara ruang dan waktu, sehingga hal ini juga dapat digunakan untuk memangkas biaya operasional. Teknologi sangatlah membantu para wirausahawan untuk mempromosikan produk miliknya, melalui media sosial yang ada. Media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang dapat digunakan untuk melakukan promosi dan bertukar informasi (Handika, dkk., 2018). Salah satu aplikasi media sosial yang banyak digunakan saat ini adalah Instagram. Instagram merupakan aplikasi yang berfokus pada penggunaan gambar dan video. Saat ini sudah banyak para pelaku usaha yang memanfaatkan aplikasi Instagram untuk mempromosikan produk milik mereka. Instagram dapat digunakan sebagai platform untuk pemasaran produk melalui fitur-fitur seperti insta story, feed, dan sponsor berbayar dengan adanya

pengaruh dari para influencer. Influencer sendiri merupakan orang yang memiliki peran sebagai pemberi nasihat dan pengaruh kepada para pengikutnya di media sosial Instagram untuk membeli produk-produk yang mereka promosikan, sehingga dengan menggunakan jasa dari para influencer dapat meningkatkan penjualan produk milik kita (Handika, dkk., 2018).

Pada saat ini bisnis kuliner menjadi primadona bagi para pelaku usaha. Persaingan bisnis yang ketat membuat para pelaku bisnis kuliner harus mampu melakukan inovasi dan meningkatkan kreatifitas yang mereka miliki. Menurut data Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, sudah tercatat terdapat 232 jumlah restoran atau rumah makan di kota Semarang. Dengan bertambahnya jumlah pelaku usaha kuliner tersebut, membuat persaingan bisnis antar pelaku usaha kuliner semakin ketat. Mereka dituntut untuk menciptakan suatu produk yang nikmat dengan kemasan produk yang menarik untuk meningkatkan penjualan. Makanan merupakan sebuah produk yang menjadi hal pokok bagi masyarakat. Kebutuhan pokok saat ini bukan hanya sekedar nasi ataupun roti saja, akan tetapi produk-produk seperti camilan ringan juga sudah menjadi hal pokok yang diminati oleh masyarakat dari berbagai golongan usia. Hal ini terbukti dengan banyaknya produk camilan yang sudah memiliki skala nasional. Salah satu produk camilan yang banyak diminati oleh masyarakat adalah siomay. Siomay merupakan makanan ringan yang sudah tidak asing bagi masyarakat di Indonesia. Siomay banyak digemari oleh masyarakat dari berbagai kalangan usia. Dilihat dari hal tersebut, berbisnis siomay dengan cita

rasa yang unik kemungkinan besar akan mendapat respon positif dari para konsumen siomay di Indonesia.

Siomay merupakan salah satu jenis dimsum yang terbuat dari daging ikan tenggiri yang dibungkus dengan kulit yang terbuat dari tepung terigu dan kemudian dikukus (Hidayati, dkk., 2017). Dahulu siomay terbuat dari daging babi cincang dan berbentuk pipih, akan tetapi karena mayoritas agama di Indonesia beragama Muslim, maka bahan untuk membuat siomay diganti menjadi daging ayam atau daging ikan tenggiri. Bentuk siomay saat ini sudah berubah menjadi bulat dan dibungkus menggunakan kulit pangsit. Sebelumnya bisnis siomay ini sudah pernah dijalankan pada tahun 2016, tetapi bisnis siomay tersebut terpaksa dihentikan karena keterbatasan tenaga dan fokus terhadap pembelajaran di bangku SMA dan di dalam bisnis siomay tersebut tidak memiliki sebuah perencanaan bisnis yang baik, sehingga saat berbisnis siomay di bangku SMA, bisnis tersebut hanya asal jalan tanpa memperhatikan faktor-faktor penting di dalam menjalankan sebuah bisnis. Sangat penting jika seorang wirausaha memiliki sebuah perencanaan bisnis yang matang. Pada saat ini peneliti sedang membuat sebuah perencanaan bisnis sebuah produk kuliner yang bernama Siomay Boom. Produk Siomay Boom ini menasar pangsa pasar kaum millennial yang menyukai cita rasa pedas. Siomay Boom ini diproduksi karena, banyak diminati oleh seluruh kalangan usia dan harga yang ditawarkan cukup terjangkau. Siomay Boom sendiri merupakan siomay yang memiliki cita rasa manis, gurih, dan pedas. Sehingga pada saat dimakan oleh konsumen, akan tercipta sensasi yang membuat konsumen ingin lagi dan lagi untuk memakan



siomay ini. Siomay Boom memiliki tiga tingkat kepedasan, sehingga konsumen dapat memilih tingkat kepedasan yang sesuai dengan lidah mereka masing-masing. Perbedaan siomay Boom dengan siomay yang dijual di pasaran sangatlah signifikan, karena siomay Boom ini dibuat dengan menggunakan resep dari warisan leluhur, sehingga siomay Boom memiliki ciri khas yang sangat spesial. Siomay Boom ini sangat tepat dan menguntungkan untuk dikembangkan. Resiko dari penjualan siomay Boom ini sangat kecil resikonya, karena siomay merupakan salah satu produk sangat disukai oleh seluruh lapisan masyarakat, untuk itu berinvestasi dalam usaha kuliner siomay Boom ini sangat tepat untuk dikembangkan. Target pemasaran dari siomay Boom adalah kaum milenial dan seluruh elemen masyarakat. Dalam pemasaran nanti Siomay Boom akan membuat sebuah branding yang sangat mudah diingat, sehingga konsumen selalu mencari siomay Boom jika ingin makan siomay. Bahan-bahan untuk membuat Siomay Boom cukup mudah yaitu, daging ayam fillet, ikan tenggiri fillet, telur ayam, rebung mentah, kulit siomay, es batu, garam, merica, gula pasir, penyedap rasa, dan sagu secukupnya. Proses produksi Siomay Boom adalah Ayam fillet diblender dengan ikan tenggiri fillet dan telur, kemudian tambahkan sedikit es batu supaya daging tidak panas dan bisa kenyal. Ayam, ikan, dan telur diblender hingga halus dan dipindahkan ke wadah. Selanjutnya rebung diiris tipis tipis dan direbus terlebih dahulu, hal ini dilakukan untuk menghilangkan aroma tidak sedap dari rebung, perebusan diulang 2 kali setelah itu ditiriskan. Tahap selanjutnya yaitu ayam, ikan, dan telur yang telah diblender tadi ditambahkan dengan garam, merica, gula pasir,

rebusan rebung, penyedap rasa, dan sagu secukupnya. Setelah semua tercampur rata, adonan dibagi menjadi tiga untuk diisi dengan tiga level tingkat kepedasannya. Lalu adonan siomay dimasukkan ke dalam 1 lembar kulit siomay dan dikukus  $\pm 30$  menit siomay. Setelah matang siomay dapat disajikan dengan saus sambal.

Secara garis besar siomay merupakan makanan ringan yang terbuat dari daging ikan tenggiri yang sudah dihaluskan dengan cara digiling ataupun di blender, lalu dibungkus menggunakan kulit pangsit dan dimatangkan dengan cara direbus. Alasan peneliti memilih untuk berbisnis siomay karena, siomay merupakan sebuah makanan yang tidak asing bagi masyarakat di Indonesia. Bahan-bahan untuk membuat siomay pun cukup mudah didapatkan di pasar-pasar tradisional maupun di supermarket modern. Modal yang digunakan dalam berbisnis siomay juga relatif terjangkau, sehingga resiko dari berbisnis siomay juga tidak terlalu besar. Dan juga peneliti sudah memiliki resep untuk membuat siomay yang sudah diwariskan oleh nenek moyang secara turun-temurun, sehingga sebagai generasi berikutnya peneliti dapat mengaplikasikan resep tersebut ke dalam bisnis siomay Boom.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana perencanaan bisnis produk siomay dilihat dari aspek pemasaran, aspek operasi, aspek sumber daya manusia, dan aspek keuangan.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Membuat sebuah Business Plan produk siomay

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat penelitian sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan

Untuk mengetahui hal – hal apa saja yang perlu diperhitungkan dalam memulai sebuah bisnis

b. Bagi Akademisi

Penelitian diharapkan menjadi acuan bagi peneliti lain dengan topik yang sama

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi informasi tambahan bagi peneliti dalam menyesuaikan antara teori dan kenyataan yang ada.

