

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Kenikmatan memiliki usaha sendiri dengan bekerja pada suatu perusahaan sangat banyak perbedaannya. Untuk menjadi seorang pegawai dibutuhkan kepandaian, seperti dipersyaratkan dalam batas nilai IPK, harus mengikuti dan lulus tes, berpenampilan baik sampai memiliki koneksi atau referensi tertentu. Syarat untuk menjadi wirausaha relative lebih mudah daripada menjadi seorang pegawai disuatu perusahaan. Hal utama yang harus dimiliki oleh wirausaha adalah kemauan dan kemampuan.

Mendirikan restoran merupakan salah satu jenis wirausaha. Wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai sifat-sifat kewiraswastaan atau wirausaha yang berarti harus memiliki sikap berani unuk mengambil resiko, memiliki keutamaan, kreatifitas, teladan, dan tidak mudah putus asa dalam menangani usaha yang didirikan. Banyak sekali usaha di bidang restoran yang sering dijumpai disekitar lingkungan masyarakat. Jika membuka usaha restaurant haruslah mengetahui beberapa hal, yaitu: pangsa pasar, kemampuan, tempat strategis, dan citra rasa yang akan mudah dan dapat dijalankannya oleh suatu usaha restaurant tersebut. Pertama pangsa pasar yaitu: suatu daya beli dan kebutuhan masyarakat yang harus diketahui. Kedua kemampuan yaitu: adanya suatu kemampuan yang kita miliki dapat dipergunakan untuk membuka usaha. Ketiga tempat strategis yaitu untuk membuka usaha rumah makan sebaiknya

mencari tempat dipinggir jalan raya dan banyak dilalui orang. Keempat citra rasa yaitu mengenai suatu rasa pada makanan yang akan di jual dan disajikan kepada konsumen.

Restaurant merupakan tempat yang memiliki konsumen potensial yang cukup banyak. Hal tersebut terbukti dengan banyaknya rumah makan yang berdiri, contohnya saja di sekitar jalan M.T Haryono, Citarum, Gajah Mada, Simpanglima, Pandanaran, Pemuda, dan di berbagai Mall.

Untuk mengetahui berapa banyak orang yang menjual bebek goreng dan bebek bakar, peneliti melakukan survey di jalan Simpang Lima, Citarum, Dr. Cipto, dan M.T Haryono. Dari hasil survey yang telah dilakukan, di jalan Citarum terdapat 4 warung makan yang menjual bebek goreng (warung makan Dahar Sami Seneng khas Lamongan, warung makan Pandy Pop, warung makan Tenda Biru, warung makan Khrismon), dan 1 warung makan yang menjual bebek bakar (Bebek Bu ayu), di jalan Dr. Cipto terdapat 1 warung makan yang menjual bebek bakar (Star Duck) dan 2 warung makan yang menjual bebek goreng (warung makan Bu Anik, s2), di jalan M.T Haryono terdapat 5 warung makan yang menjual bebek goreng (warung makan Bu Fitri, warung makan Lamongan Sayuri, warung makan Mbak Yani, pondok makan Bu Yuli, warung makan dekat traffic light bangkong) dan terdapat 2 warung makan yang menjual bebek bakar (warung makan Pak Heksa I, warung makan Pak Heksa II), di jalan Simpang lima terdapat 4 warung makan yang menjual bebek goreng (warung makan Ibu Garut, warung makan Pak Angga, warung makan Pak Di, warung makan Pak Ndo) dan terdapat

2 warung makan yang menjual bebek bakar(warung makan Condong Raos, warung makan Pak Dul).

Tabel 1.1

Jumlah warung makan yang menjual bebek goreng dan bebek bakar

<b>Nama Jalan</b>	<b>Bebek Goreng</b>	<b>Bebek Bakar</b>
Citarum	4	1
Dr. Cipto	2	1
M.T Haryono	5	2
Simpang Lima	4	2
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>6</b>

Sumber:Data primer yang diolah

Berdasarkan dari survey yang telah dilakukan dijalan Citarum, Dr. Cipto dan M.T Haryono, dan Simpang lima peneliti mengambil kesimpulan bahwa orang yang berjualan dengan menu masakan bebek goreng lebih banyak sedangkan orang yang berjualan dengan menu masakan bebek bakar masih sedikit.

Peneliti juga melakukan survey diwarung makan yang menjual menu masakan dengan daging bebek yang berada di beberapa warung makan(warung makan Khrismon, warung makan Tenda biru, dan warung makan Sami Seneng, warung makan Pandy Pop, dan warung makan Tenda Biru) dalam sehari warung makan tersebut dapat memotong lebih kurang 10 ekor bebek menjadi 4 potong daging bebek per ekor nya. Laba bersih yang diperoleh oleh penjual dengan

menjual daging bebek saja dapat mencapai lebih kurang sekitar Rp 200.000 per harinya. Banyak konsumen yang datang dan membeli daging bebek diwarung makan yang peneliti survey karena daging bebek rasanya lebih enak daripada daging ayam, daging bebek lebih lembut dan gurih.

Oleh karena itu, setelah peneliti melakukan survey dan melihat masih banyaknya potensi bisnis yang terdapat dalam bisnis restoran, maka ada keinginan untuk memiliki rencana mendirikan restoran yaitu dengan merencanakan sebuah konsep untuk usaha B-Kar House.

Konsep B-Kar House adalah sebuah restoran tradisional dengan alam terbuka yang menyediakan variasi menu masakan yang bahan utamanya adalah daging bebek yang disajikan dengan cara dibakar untuk mengurangi lemak yang terkandung didalam daging bebek. Daging Bebek yang dipergunakan dalam B-Kar House adalah bebek potong yang masih muda agar daging bebek tidak keras pada saat diolah dan disajikan kepada konsumen. Desain ruang berwarna putih coklat, serta terdapat tempat lesehan. B-Kar House memasok daging bebek di pasar Kobong yang lokasinya berada di jalan Penggaron, Semarang, sedangkan untuk kebutuhan dapur dan sayur lainnya dapat diperoleh di pasar Johar, Semarang. Pertama B-Kar House membeli bebek yang masih hidup lalu di berikan kepada jasa tukang bubut untuk menghilangkan bulu-bulu yang melekat pada daging bebek dan memotong-motong 1 ekor bebek menjadi 4 bagian, kemudian dicuci kembali hingga bersih lalu direbus beserta bumbu-bumbu yang sudah halus hingga daging bebek sudah empuk. Jika ada konsumen yang

memesan barulah diolah kembali sesuai pesanan konsumen, contohnya seperti dibakar dengan penambahan saus (strawberry, madu, atau asam manis) setelah itu barulah siap untuk disajikan kepada konsumen yang memesan. Sasaran konsumen B-Kar House adalah usia 15-54 tahun yang berada di Semarang Timur. Menu masakan dalam B-Kar House antara lain adalah bebek bakar, bebek bakar madu, bebek bakar saus strawberry, bebek bakar saus asam manis, bebek bakar bali, sate bebek, dan sup bebek. B-Kar House selalu mengutamakan kesegaran bahan baku dan bahan pelengkap, kebersihan restoran dan menu masakan, pelayanan terhadap konsumen serta menerima pemesanan. Yang membedakan antara B-Kar House dengan warung makan yang telah disurvei adalah jika di warung makan olahan dari daging bebek hanya digoreng atau dibakar saja, sedangkan di B-Kar House daging bebek diolah dengan cara dibakar lalu diolesi saus sesuai pesanan konsumen (Strawberry, madu, atau asam manis) kemudian dibakar kembali, serta menyediakan aneka macam variasi dari olahan daging bebek (bebek bakar, sate bebek, bebek bakar bali, dan sup bebek).

Pesaing dari B-Kar House adalah Waroeng Starduck, warung makan Bebek Bebek Bu Ayu, Khrismon, dan Pandy pop. Lokasi Waroeng Starduck berada di jalan Dr. Cipto, Semarang. Menu Waroeng Starduck yang disediakan adalah bebek peking panggang, bebek peking bakar/goreng, bebek bakar, sup bebek peking, sate bebek, duck steak, starduck burger, dll. Untuk harga menu masakan di Waroeng Starduck setara dengan kuliner kaki lima mulai dari Rp 10.000-Rp 30.000, harga belum termasuk pajak. Sasaran konsumen Waroeng Starduck untuk semua kalangan muda-tua. Sedangkan lokasi warung makan

Bebek Bu Ayu berada di jalan Citarum. Menu yang disediakan di warung makan Bebek Bu Ayu adalah bebek bakar/goreng, dan ayam bakar/goreng. Cara membakar daging bebek di warung makan Bebek Bu Ayu ini masih menggunakan arang. Sasaran konsumen di warung makan Bebek Bu Ayu adalah kalangan menengah dari usia kuliah dan pekerja. Untuk harga menu masakan di warung makan Bebek Bu Ayu mulai dari Rp 8.000-Rp 25.000. Harga sudah termasuk pajak. Sedangkan warung makan Khrismon dan Pendy pop berada di jalan Citarum. Warung makan Khrismon menjual menu masakan antara lain: bebek goreng, ayam goreng, dan penyetan yang harganya mulai Rp 5.000-Rp20.000. Warung makan Pendy pop menjual menu masakan antara lain: ayam goreng, bebek goreng, burung dara yang harganya mulai dari Rp11.000-Rp21.000. Sasaran konsumen untuk warung makan Khrismon dan Pendy Pop adalah untuk semua kalangan.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perumusan masalahnya adalah bagaimanakah perencanaan bisnis untuk “B-Kar House”?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian Usaha ini antara lain :

Untuk menyusun rencana bisnis dilihat dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek sumber daya manusia dan aspek keuangan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat Penelitian usaha ini antara lain:

1. Bagi Peneliti untuk mempersiapkan perencanaan usaha bisnis “B-Kar House” agar dapat terwujud.
2. Bagi Investor untuk menyakinkan bahwa bisnis usaha “B-Kar House” mempunyai peluang besar sehingga investor mau bekerjasama demi mewujudkan usaha bisnis “B-Kar House”.
3. Bagi masyarakat untuk memberikan alternative kepada konsumen akan variasi masakan yang berasal dari olahan daging bebek.