

# **RENCANA BISNIS JAJANAN KOREA “BAEGOPA”**

**TECHNOPRENEURSHIP A  
SUPANGAT, M KOM,ITIL,COBIT.**



**Oleh**

**Yonatan Chilyon Septheo**

**1151800091**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2021**

## 1. Latar Belakang Bisnis

Memasak makanan termasuk menjadi hobby yang sangat disukai di berbagai kalangan baik itu perempuan maupun laki – laki. Adanya pengaruh budaya dari luar negeri membawa dampak yang sangat besar bagi sejumlah negara, termasuk Indonesia. Di masa ini Korea telah dikenal masyarakat luas akan tren Korean Wave atau Hallyu Wave, dimana tren tersebut adalah penyebaran akan budaya musiknya yang biasa disebut K-pop, drama (K- drama), bahasa, teknologi, animasi, dan film. Selain beberapa hal tersebut yang terkenal, popularitas makanan khasnya pun juga banyak digemari oleh masyarakat. Makanan Korea termasuk masakan yang unik dan tumbuh dari budaya, lingkungan, geografi, dan iklim negara Korea itu sendiri. Meskipun makanan Korea tidak sepenuhnya dari Korea melainkan berbagi bahan dan aspek tertentu dengan negara tetangganya, yaitu Cina dan Jepang, namun makanan Korea memiliki rasa, rempah-rempah, bahan, dan teknik tersendiri. [1]Makanan Korea sebagian besar berasal dari hasil fermentasi dan sebagian besarnya sudah terkenal di dunia karena manfaat untuk kesehatan, seperti contoh kimchi (asinan sayur hasil fermentasi yang diberi bumbu pedas) dan doenjang (pasta kedelai yang difermentasikan), salah satu makanan jajanan lainnya yang paling terkenal di Korea adalah tteokbokki

Analisis menurut Korea Tour Organization, kimchi merupakan salah satu dari 5 makanan paling sehat di dunia setelah olive oil dan Makanan Korea sendiri disebut makanan sehat karena berbahan dasar sayuran dan juga terdapat berbagai macam gizi dan nutrisi yang terkandung di dalamnya yang baik untuk kesehatan tubuh seperti vitamin, protein, serat, kalsium dan mineral. Makanan Korea juga memiliki manfaat seperti penambah energi tubuh, untuk kesehatan kulit agar kulit terasa halus, mencegah sembelit dan melancarkan pencernaan, dan masih banyak manfaat lainnya. Saat ini di Indonesia sudah mulai banyak restoran khas Korea khususnya di kota-kota besar Indonesia. Jumlah peminatnya pun tidak bisa dibilang sedikit. Banyak masyarakat dari beberapa kalangan usia remaja hingga dewasa berebut untuk mencoba makanan dari negeri ginseng tersebut semenjak adanya Korean Wave yang tersebar di negeri ini. Tetapi sangat disayangkan bahwa tidak banyak masyarakat yang mengetahui kegunaan, manfaat, dan fakta kesehatan dibalik masakan khas Korea tersebut. Beberapa dari mereka mengonsumsi makanan

tersebut hanya sekedar ikut-ikutan tren Korean Wave yang sedang menjamur di Indonesia dan biasanya mereka mengonsumsi makanan Korea karena melihat drama atau variety show yang mereka tonton. Sebenarnya makanan khas Korea dapat dikonsumsi kapan saja meski dengan ada atau tidak adanya tren Korean Wave.

#### A. Sasaran

Sasaran yang tepat bagi bisnis jajanan Korea ini adalah masyarakat yang sudah pasti terpengaruh oleh tren Korean Wave biasanya perempuan yang sering melihat K-drama, karena di dalam drama banyak sekali scene dimana aktor atau aktris memakan makanan khas Korea.

#### B. Kelayakan bisnis

[2]Pengertian studi kelayakan menurut Jumingan (2009:25) merupakan “penilaian yang menyeluruh untuk menilai keberhasilan suatu proyek, dan studi kelayakan proyek mempunyai tujuan menghindari keterlanjuran penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan”. Studi kelayakan proyek atau bisnis merupakan suatu kegiatan mengevaluasi, menganalisis, dan menilai layak atau tidak suatu proyek bisnis dijalankan.

Pada bisnis ini untuk kelayakan bisnisnya masih bisa dikatakan akan menguntungkan mengingat segmentasi yang tepat di mana Korean Wave masih bergejolak di Indonesia.

## 2. Deskripsi Perusahaan

#### A. Bentuk Usaha

Bentuk usaha yang dilakukan adalah menyediakan makanan berupa berbagai macam jajanan khas Korea.

#### B. Visi Misi

Visi : Menjadi tempat jajanan khas Korea yang berkualitas

Misi : Memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh konsumen, menyajikan menu-menu terbaik khas Korea, mempromosikan masakan dengan teknik marketing terbaik.

#### C. Tujuan

Agar masyarakat dapat mengetahui dan mencoba hal baru dalam kuliner, terutama kepada masyarakat yang selama ini mencari- cari tempat untuk menemukan makanan khas Korea.

#### D. Kepemilikan

Kepemilikan dari perusahaan ini adalah Yonatan Chilyon Septheo, selaku owner dan juga pengelola.

### **3. Barang / Jasa**

Barang yang ditawarkan oleh perusahaan Baegopa adalah berbagai makanan jajanan khas Korea diantaranya adalah :

1. Tteokbokki

Tteokbokki adalah kue beras dengan tekstur kenyal dibalut dengan saus merah yang pedas.

2. Odeng

Odeng merupakan sate daging ikan yang direbus dengan kuah kaldu.

3. Gimbab

Hampir mirip dengan sushi Jepang namun yang menjadi pembeda adalah dari rasanya dan isiannya.

4. Tteokbokki hot dog

Sama halnya dengan corn dog tapi yang membedakan yaitu tteokbokki ini tidak dilapisi dengan tepung roti, melainkan potongan – potongan kentang goreng, kemudian digoreng lagi secara bersamaan.

Dari barang berupa makanan yang ditawarkan bermanfaat bagi konsumen untuk dapat merasakan cita rasa jajanan khas Korea mulai dari rasa yang pedas manis hingga asin.

### **4. Analisa Aspek Pasar**

#### **A. Peluang Bisnis**

Peluang bisnis pada jajan Korea di Indonesia sangatlah besar yang dipengaruhi oleh minat konsumen akan jajan Korea ini sangatlah tinggi dan juga penetapan harga yang masih relevan dan cukup terjangkau oleh masyarakat. Dan juga prospek kuliner ini masih akan tetap terus menanjak karena karir daripada Korean Wave nantinya akan berkembang pesat yang sudah pasti akan berpengaruh juga pada kuliner makanan Korea.

#### **B. Kondisi persaingan**

Dalam perusahaan jajanan Korea ini yang menjadi saingan terberat adalah perusahaan Gildak, karena perusahaan tersebut sudah lama buka. Sehingga

masyarakat lebih tahu dulu perusahaan tersebut dibandingkan dengan Baegopa. Namun hal tersebut tidak mengurangi semangat perusahaan kita untuk menyaingi dari segi rasa dan juga pelayanan.

#### C. Kondisi Perusahaan dalam Pasar

Kondisi perusahaan Baegopa akan tetap eksis di mana di dalam pasar penjualan, Baegopa menjadi satu – satunya perusahaan berbasis kuliner makanan khas Korea sehingga tidak akan berdampak dari perusahaan lainnya.

#### D. Usaha Pemasaran

[3]Pemanfaatan big data untuk meningkatkan performa usaha banyak menjadi pembahasan penelitian akhir-akhir ini. Ketersediaan data yang mampu diakses secara cepat untuk mereproduksi informasi baru yang penting dalam pengambilan keputusan menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan organisasi.

Usaha pemasaran yang dilakukan berupa pemasaran melalui sosial media dengan melibatkan endorser kuliner yang terkenal dengan begitu dapat mendongkrak nama perusahaan supaya cepat dikenal, namun tidak hanya dikenal dari namanya melainkan juga rasa.

### 5. Analisis Aspek Teknis

#### 1. Lokasi Operasi

lokasi operasi adalah dimana dapur dan kantor berada dilokasi yang sama ini di upayakan untuk mudah mengawasi jalannya operasi pengolahan makanan. Dan dari lokasi operasi bahan jadi disuplai ke lokasi ditempat penjualan yang telah disepakati bersama. Lokasi tempat berjualan berada di jalan Siwalankerto no 224 Surabaya.

#### 2. Layout

Tenaga ahli yang kami pekerjakan untuk menunjang kelancaran usaha kami adalah tenaga ahli Pemasaran, Keuangan, Sdm dan Produksi. Tenaga biasa yang kami pekerjakan untu pengolahan bahan baku utama dua orang, masing - masing karyawan setiap gerobak dua orang Pada kantor utama dan penjualan produk tidak jauh, ini di upayakan agar mudah pengawasannya.

#### 3. Skala Produksi

Jumlah satuan produk yang di hasilkan selama satu hari kami memproduksi total jumlah makanan yang kami jual 70 porsi, Sedangkan jumlah total minuman sekitar 45 porsi ini dilakukan setiap hari agar pendapatan yang dihasilnya stabil.

#### 4. Pemilihan Mesin

Peralatan yang di gunakan pada gerobak penjualan memiliki horizontal Freezer, mesin pengaduk adonan, mesin sosis, mesin kemasan vacuumsealer, alat dapur, kompor, dan tabung gas 3 kg. Kalau pada kantor mesin dan peralatan yang di gunakan adalah Pc, Netbook, meja kantor, kursi kantor, lembaran arsip, printer, ATK.

### 6. Analisis Aspek Manajemen

Perusahaan yang didirikan berbentuk CV dengan nama perusahaan CV. Baegopa yang di dalamnya memproduksi usaha makanan khas Korea yang di jajakan di gerobak gerobak pinggir jalan, seperti usaha Korean street food yang sedang di jalankan. CV Baegopa dimiliki dan didirikan oleh 3 orang yang bersama - sama bertanggung jawab seluruhnya terhadap perusahaan. Pemilik perusahaan juga bertanggung jawab sebagai manajer pada masing - masing bidang manajemen.

### 7. Analisis Aspek Finansial

#### 1. Sumber Dana

Sumber dana yang dibutuhkan perusahaan ini berasal dari modal sendiri. Modal yang digunakan untuk mendirikan perusahaan ini sejumlah Rp 70.000.000 termasuk pengadaan mesin dan peralatan untuk produksi.

#### 2. Kebutuhan Dana

No.	Keterangan	Jumlah ( Rp)
1.	Peralatan kantor	8.655.000
2.	Peralatan produksi	20.100.000
3.	Peralatan penjualan	33.850.000
Total Aktiva Tetap		62.605.000

- [1] M. Masbudi, E. C. Yuwono, and A. S. Kurniawan, "Perancangan buku pengenalan makanan khas Korea," *Media.neliti.com*, pp. 1–13, 2014, [Online]. Available: <https://www.neliti.com/id/publications/77474/perancangan-buku-pengenalan-makanan-khas-korea>.
- [2] A. Afiyah, "ANALISIS STUDI KELAYAKAN USAHA PENDIRIAN HOME INDUSTRY (Studi Kasus pada Home Industry Cokelat âCozyâ Kademangan Blitar)," *J. Adm. Bisnis SI Univ. Brawijaya*, vol. 23, no. 1, p. 85949, 2015.
- [3] S. Supangat, "Stratgi Marketing Menggunakan Whatsapp Dan Cara Efektif Menggunakannya," *Strat. Mark. Menggunakan Whatsapp Dan ...*, no. 1211800330, 2019, [Online]. Available: [http://repository.untag-sby.ac.id/7387/1/1211800330\\_FERDINAND SETIAWAN\\_E-BISNIS.pdf](http://repository.untag-sby.ac.id/7387/1/1211800330_FERDINAND_SETIAWAN_E-BISNIS.pdf).

