



Universitas Al Azhar Indonesia

**UJIAN AKHIR SEMESTER
KEPEMIMPINAN DAN KEWIRAUSAHAAN (JK2)**

PROPOSAL BISNIS : HANTTEOK

OLEH:

BRIGITTA DEBBY ANNISA PUTRI	(0802518077)
FEBI NUR AZIZAH	(0802518120)
LATIFA NADHIR ANNASTASYA	(0802518157)
QEMIL FARABI	(0802518232)
URIP WALUYO	(0802518289)

KM 18 D

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI 2018
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AL AZHAR INDONESIA
JAKARTA
2021**

EXECUTIVE SUMMARY

Perencanaan bisnis kami didasari pada keadaan masyarakat Indonesia yang sedang diterpa *Korean Wave*. *Korean Wave* merupakan sebuah istilah penyebaran budaya Korea melalui produk-produk hiburan seperti drama, musik, *style*, dan sebagainya. Di Indonesia sendiri masyarakatnya sedang diterpa budaya Korea yang umumnya melalui drama Korea atau biasa disebut K-Drama, atau melalui musik-musik Korea yang kerap kita kenal dengan musik K-Pop. Budaya Korea ini tidak hanya menerpa masyarakat Indonesia dikalangan orang dewasa, namun juga masyarakat usia remaja bahkan anak-anak.

Pada fenomena ini, tentunya masyarakat akan terpicu rasa ingin tahu lebih lanjut mengenai budaya Korea lainnya. Tidak hanya pada budaya drama dan musiknya, namun juga pada bidang lain salah satunya kuliner Korea. Bidang kuliner menjadi salah satu bidang yang cukup akrab dan dekat dengan kehidupan kita, karena makanan merupakan kebutuhan kita sehari-hari. Dalam hal ini, kuliner yang paling terkenal di Korea seperti Tteokbokki, Odeng, Ramyeon, dan masih banyak varian lainnya. Tentunya makanan dari Negeri Ginseng ini memiliki cita rasa yang unik, dan berbeda total dengan cita rasa makanan Indonesia.

Dengan adanya fenomena ini, kami memutuskan untuk mencanangkan serta mengembangkan ide bisnis untuk menjual makanan khas Korea. Tidak hanya itu, kami mengadaptasikan rasa dari makanan khas Korea tersebut untuk disesuaikan dengan lidah masyarakat Indonesia, namun tidak menghilangkan cita rasa yang sebenarnya. Dengan harapan, bisnis ini bisa menjadi bisnis yang relevan dengan kondisi masyarakat terkini serta menarik untuk dicicipi oleh khalayak.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas rahmat Allah SWT, Tuhan semesta alam, semesta rahmat dan karunia-Nya serta sumber segala pengetahuan, kami diberikan kemudahan dalam penyusunan dan menyelesaikan proposal Kertas Kerja Lean Canvas. Shalawat dan salam kita sampaikan kepada Rasulullah SAW, manusia sempurna yang menjadi teladan bagi kita semua.

Proposal Kertas Kerja Lean Canvas ini kami susun untuk memenuhi syarat mata kuliah Jiwa Kepemimpinan dan Kewirausahaan. Selain itu, proposal ini disusun untuk memberikan gambaran mengenai konsep bisnis yang ingin kami laksanakan bersama. Dalam kesempatan ini kami sampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan Proposal Kerja Kanvas, diantaranya:

1. Bapak Syafitri Jumianto selaku Dosen Mata Kuliah.
2. Sesama rekan kerja bisnis kami di bisnis Hantteok.
3. Seluruh civitas akademik Universitas Al Azhar Indonesia.

Semoga proposal ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Dalam penyusunan proposal ini kami menyadari masih terdapat kekurangan baik dalam teknik penulisan maupun materi, mengingat kemampuan yang kami miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan untuk membangun pembuatan laporan yang lebih baik pada masa yang akan datang.

Jakarta, 23 Juli 2021

DAFTAR ISI

Executive Summary	1
Kata Pengantar	2
Daftar Isi	3
BAB I PENDAHULUAN	4
1.1 Latar Belakang.....	4
1.2 Tujuan Pembuatan Proposal	5
1.3 Manfaat Pembuatan Proposal	5
BAB II PERENCANAAN PROPOSAL	6
2.1 Analisis SWOT.....	6
2.2 Analisis Pasar	7
2.3 Aspek Produksi	7
2.4 Analisis Organisasi	8
BAB III PERENCANAAN KEUANGAN	9
3.1 Modal Usaha.....	9
3.1.1 Biaya Tetap.....	11
3.1.2 Biaya Variabel	11
3.2 Pengelola Keuangan	12
3.2.1 Penentuan Harga Pokok Penjualan.....	12
3.2.2 Analisis Pendapatan	12
3.2.3 Analisis profit (Laba/Rugi)	13
3.2.4 Analisis BEP (unit) dan BEP (rupiah)	13
3.2.5 Analisis PBP (<i>Pay Back Period</i>)	13
BAB IV PENUTUP	14
4.1 Kesimpulan.....	14
4.2 Saran	14
DAFTAR PUSTAKA	16
LAMPIRAN	17

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Saat ini, masyarakat sedang mengalami *Korean Wave*. Adanya kebangkitan serta perkembangan pesat suatu *Korean Wave* merupakan penggabungan dari sebuah strategis kebijakan ekspor di pasar Asia dan di dorong oleh tingkat konsumen secara mengglobal.¹ Peningkatan pada minat *Korean Wave* dikarenakan fenomena ini bersifat fleksibel di mana menyesuaikan budaya komunitas etnis Korea dan non-Korea.² Pada awalnya, fenomena ini muncul dari ekspor drama televisi dan film namun berkembang menjadi ekspor musik K-Pop, *game digital*, produk kecantikan dan masakan Korea sehingga membentuk suatu trend baru.³

Salah satu negara yang terkena dampak *Korean Wave* adalah Indonesia. Walaupun, Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki mayoritas populasi masyarakat beragama muslim namun tidak menutup kemungkinan Indonesia menjadi konsumsi adanya budaya asing.⁴ Berdasarkan data Jakarta Post tahun 2011 bahwa komunitas pencinta budaya Korea termasuk komunitas budaya asing terbesar di Indonesia dengan kisaran 50.000 orang.⁵ Selain itu, berdasarkan data dari Lokadata.id pada tahun 2017 bahwa produk Korea yang menjadi terfavorit adalah produk fashion atau kecantikan, produk musik K-Pop dan produk makanan Korea. Selain itu, dilansir dari kompas.com bahwa terdapat 15 macam makanan khas Korea yang sedang tren di Indonesia, diantaranya terdapat Tteokbokki yaitu makanan olahan kue beras atau tteok, Ramyun pedas yaitu masakan mie khas dari Korea, Ayam pedas Korea yaitu sajian ayam khas Korea serta Odeng yaitu jajan bakso ikan yang diberi kuah.⁶ Dengan peningkatan produk pasti memiliki keterkaitan dengan minat beli. Minat beli

¹ Youna Kim, 2013, *The Korean Wave (Korean Media Go Global)*, New York, Hlm, 6.

² Youna Kim, *Loc,cit*.

³ Tae-Jin Yoon dan Dal Yong, 2017, *The Korean Wave:Evolution , Fandom and Transnationality*, London, Hlm, 3.

⁴ Yin dan Liew, 2005.

⁵ Youna Kim, *Op,cit*.

⁶ Nine Fridayani, 2020, *15 Makanan Korea yang Tren di Indonesia: Ada Dalgona Coffee dan BBQ*, <https://www.kompas.com/food/read/2020/10/29/080800175/15-makanan-korea-yang-tren-di-indonesia-ada-dalgona-coffee-dan-bbq?page=all>, Diakses 18 Juli 2021, pukul 06.09 WIB.

merupakan hal yang berhubungan dengan rencana konsumen dalam membeli produk tertentu dengan kapasitas yang dibutuhkan di periode tertentu.⁷ Namun, peningkatan minat produk makanan Korea juga memerlukan peranan media seperti media sosial untuk meningkatkan mutu jual makanan khas daerah Gingseng tersebut.⁸

Dari penjabaran tersebut, kami terinspirasi untuk mendirikan sebuah bisnis bernama Hantteok yang menjual produk makanan khas Korea berupa Tteokbokki serta odeng dan ramyun, namun dengan inovasi cita rasa yang disesuaikan oleh lidah masyarakat Indonesia. Dalam inovasi peningkatan mutu jual, kami juga memanfaatkan beberapa media sosial serta pembayaran melalui *cashless* atau transaksi secara virtual. Selain itu, kami juga memberikan inovasi menarik seperti voucher *discount* maupun promo tertentu di hari-hari besar.

I.2 Tujuan Pembuatan Proposal

Adapun tujuan dari pembuatan proposal bisnis Hantteok ini, yaitu :

1. Mengetahui keefektifitasan mutu jual produk pada bisnis Hantteok di kalangan masyarakat Indonesia.
2. Memperluas jangkauan relasi untuk berkerjasama pada bisnis Hantteok.
3. Mengetahui keunggulan serta kekurangan dari bisnis Hantteok dengan berbagai bisnis makanan khas Korea lainnya.

I.3 Manfaat Pembuatan Proposal

Adapun tujuan dari pembuatan proposal bisnis Hantteok ini, yaitu :

1. Membantu dalam menemukan strategi yang tepat dalam mutu jual pada bisnis Hantteok.
2. Mengasah nilai konsep pemikiran penjual untuk menemukan inovasi lainnya dalam peningkatan bisnis Hantteok.

⁷ Duriyanto dan Liana, 2004, *Analisis efektivitas iklan televisi softener soft dan fresh di Jakarta dan sekitar dengan menggunakan konsumen decision model*, Ekonomi Perusahaan, E-jurnal, Hlm, 44.

⁸ Syarida Puspa Astari dan Raeni Dwi Santy, 2019, *Pengaruh Penerapan Tren Budaya Korea (Korea Wave) dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Keberhasilan Usaha*, Universitas Komputer Indonesia, E-jurnal, Hlm, 2.

BAB II

PERENCANAAN PROPOSAL

II.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT pada bisnis Hantteok adalah sebagai berikut :

○ Strengths :

Hantteok merupakan suatu bisnis makanan yang sedang trending di kalangan masyarakat yaitu penjualan pada makanan khas Korea seperti Tteobokki, odeng, chicken yangnyeom dan seafood jigga. Selain itu, nilai produk yang ditawarkan cukup terjangkau serta memberikan beberapa penawaran menarik seperti voucher discount. Mutu produk di bisnis Hantteok ini juga memberikan penawaran varian topping yang beragam serta menyesuaikan lidah masyarakat Indonesia. Selain itu, dalam bisnis kita juga menggunakan topping mozzarella yang dibakar dengan menggunakan alat torch.

○ Weaknesses :

Di dalam bisnis Hantteok memiliki strategi channels gerai fisik, namun lokasi pada gerai fisik yang dimiliki masih berada di lokasi perumahan masyarakat. Hal ini akan ditakutkan sulit untuk dijangkau oleh masyarakat maupun pihak kerja sama layanan pesan antar online.

○ Opportunities :

Dengan adanya kondisi pandemi saat ini yang menjadikan setiap orang terbatas untuk keluar rumah, bisnis Hantteok telah menyediakan proses transaksi secara virtual. Sehubungan dengan itu, bisnis Hantteok memanfaatkan suatu strategi penjualan dengan menggunakan layanan pesan antar pada aplikasi online seperti Gofood, Grabfood dan Shopee Food. Bisnis Hantteok juga menggunakan media sosial seperti Instagram dan Tiktok untuk memperkenalkan produk makanan secara luas di kalangan masyarakat.

○ Treats :

Walaupun Hantteok merupakan bisnis yang sedang trending, tidak menutup kemungkinan akan adanya penjualan produk yang serupa dalam produk makanan khas Korea. Selain itu, adanya suatu familiar penjualan dapat memberikan dampak kebosanan sehingga menurunkan minat beli konsumen.

II.2 Analisis Pasar

Bisnis Hantteok menargetkan pada kalangan anak-anak hingga remaja dengan kisaran usia 10 tahun sampai 22 tahun. Selain itu, Hantteok dapat dijangkau oleh segala profesi pekerjaan karena harga yang ditawarkan cukup terjangkau dengan kisaran harga Rp 5000,- hingga Rp 15.000,- per varian di dalam menu. Dijelaskan bahwa di dalam manajemen pemasaran merupakan sebuah analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian dari program yang dirancang untuk membangun pertukaran yang menguntungkan hingga mencapai tujuan bisnis.⁹ Manajemen pemasaran meliputi sebuah cara mengatur permintaan dan dilanjutkan pada jangkaun mengatur sebuah hubungan dengan pelanggan.¹⁰

Dari penjabaran teori tersebut maka bisnis Hantteok berusaha memenuhi kebutuhan dalam persaingan di bidang kuliner dengan memberikan sebuah penyesuaian rasa makanan pada cita rasa pedas agar sesuai lidah masyarakat Indonesia namun tidak juga menghilangkan cita rasa dari makanan khas Korea itu sendiri yaitu manis dan gurih. Selain itu, dalam jangkauan hubungan kepada pelanggan dengan produk makanan Hantteok, bisnis ini menggunakan platform media sosial serta bekerjasama dengan pihak layanan pesan antar secara online. Hantteok menggunakan pembayaran virtual atau *cashless* agar mempermudah bagi konsumen untuk mendapatkan produk makanan. Hantteok menyediakan penawaran program voucher discount untuk memberikan suatu keuntungan bagi konsumen yang sering membeli produk kita.

II.3 Aspek Produksi

- ✚ Proses produksi dari Hantteok ini diawali dengan pembuatan saus utama yang berbahan dasar dari saus Gochujang.
- ✚ Saus tersebut dimasak kembali dengan ditambahkan beberapa bumbu dapur untuk membuat rasanya agar menyesuaikan dengan rasa lidah indonesia.
- ✚ Selain dari pembuatan saus, bahan baku utama seperti Toppoki, Odeng dan otak-otak juga direbus dalam air mendidih untuk membuat teksturnya menjadi lebih lembut dan kenyal.

⁹ Kotler dan Amstrong, 2001, *Prinsip - prinsip Pemasaran*, Jakarta, *E-book*, Hlm, 18.

¹⁰ Kotler dan Amstrong, *Loc,cit*.

- ✚ Adapun pembuatan kuah Odeng yang berasal dari kaldu dan kemudian ditambahkan juga dengan bumbu dapur agar menambahkan rasa gurih.
- ✚ Setelah semua bahan sudah disiapkan, pada menu Toppoki harus kembali di tumis ketika terdapat konsumen yang beli. hal itu dilakukan untuk memberikan rasa yang lebih enak ketika makanan tersebut terasa panas pada saat disantap.
- ✚ Untuk menu Odeng, juga kembali direbus beserta dengan kuah yang sudah dibuat.
- ✚ Pada menu seafood Jiggae, proses pembuatan juga dilakukan sama dengan pembuatan odeng.
- ✚ Berbeda dengan menu Chicken Yangnyoem, terdapat 2 ayam wings serta kentang wedges yang harus digoreng terlebih dahulu. kemudian setelah semua matang. dilanjutkan dengan di tumis dengan saus gochujang.
- ✚ Dari semua menu, pada saat pengemasan juga diberikan beberapa garnish seperti bubuk nori, bubuk keju, dan wijen.

II.4 Analisis Organisasi

Berdasarkan analisis organisasi bahwa bisnis Hantteok didirikan berdasarkan modal firma. Firma merupakan usaha yang memasukkan sesuatu dalam persekutuan dengan tujuan membagi hasil yang didapatkan.¹¹ Di dalam modal firma berkisar antara 1 juta hingga 500 juta dan besar kecilnya modal setiap anggota ditetapkan berdasarkan kesepakatan bersama.¹² Selain itu, pembagian laba didasarkan jumlah modal yang disetorkan dan usaha ini didirikan oleh sedikitnya dua orang atau lebih.¹³ Sebagaimana penjelasan diatas bahwa bisnis Hantteok didirikan oleh 5 (lima) orang dan bisnis ini diawali oleh modal pembagian secara merata di setiap anggotanya. Selain itu, setiap keuntungan yang diberikan akan diperhitungkan sesuai dengan modal yang dikeluarkan per individunya. Dalam penanggung jawaban bisnis Hantteok ini juga tidak bergantung pada seseorang saja melainkan pembagian kerja dalam kepemimpinan sesuai dengan kesepakatan bersama.

¹¹ Rafsandjani dan Rieza Firdian, 2017, *Pengantar Bisnis Bagi Pemula*, Malang, *E-book*, Hlm, 10.

¹² Rafsandjani dan Rieza Firdian, *Loc,cit*.

¹³ Rafsandjani dan Rieza Firdian, *Loc,cit*.

BAB III
PERENCANAAN KEUANGAN

III. 1. Modal Usaha

NO	KETERANGAN	JUMLAH
1	PERLENGKAPAN YANG DIPERLUKAN	Rp 2.067.000
2	BAHAN HABIS PAKAI	Rp 1.983.000
3	PERJALANAN	Rp 84.000
4	LAIN-LAIN	Rp 1.300.000
JUMLAH (TOTAL INVESTASI)		Rp 5.434.000

Penjabaran dalam modal usaha kami jabarkan dalam poin-poin dibawah ini:

1. PERLENGKAPAN YANG DIPERLUKAN

No.	Perlengkapan	Harga	Kuantitas yang dibutuhkan	Harga Total
1.	Booth portable	Rp 1.000.000	1 unit	Rp. 1.000.000
2.	Kompore 2 tungku dan selang	Rp 300.000	1 Unit	Rp. 300.000
3.	Tabung gas	Rp 150.000	1 Unit	Rp. 150.000
4.	Panci 2 sekat	Rp. 50.000	1 Unit	Rp. 50.000
5.	Deep fryer	Rp. 140.000	2 Unit	Rp. 280.000
6.	Centong masak	Rp. 25.000	2 Unit	Rp. 50.000
7.	Centong saring	Rp. 10.000	1 Unit	Rp. 10.000
8.	Capitan	Rp. 10.000	1 Unit	Rp. 10.000
9.	Wadah box large	Rp. 10.000	4 Unit	Rp. 40.000
10.	Wadah box medium	Rp. 6.000	2 Unit	Rp. 12.000
11.	Botol saos	Rp. 10.000	4 Unit	Rp. 40.000
12.	Talenan	Rp. 25.000	1 Unit	Rp. 25.000
13.	Pisau	Rp. 70.000	1 Set	Rp. 70.000
14.	Tempat garnish	Rp. 30.000	1 Set	Rp. 30.000
TOTAL				Rp. 2.067.000

2. BAHAN HABIS PAKAI : Rp. 1.983.000

No.	Bahan	Harga	Kuantitas yang dibutuhkan	Harga Total
1.	Toppokki	Rp. 45.000	4 kg	Rp. 180.000
2.	Odeng	Rp. 75.000	8 kg	Rp. 600.000
3.	Ayam Spicy Wings	Rp. 37.000	2 kg	Rp. 74.000
4.	Dumpling keju	Rp. 27.000	2 kg	Rp. 54.000
5.	Chikuwa	Rp. 15.000	1 kg	Rp. 15.000
6.	Crabstick	Rp. 17.000	1 kg	Rp. 17.000
7.	Keju Mozarella	Rp. 32.000	4 pcs	Rp. 128.000
8.	Mie Remyun	Rp. 19.000	2 pack	Rp. 38.000
9.	Saos keju	Rp. 11.000	1 pack	Rp. 11.000
10.	Saos Gochujang	Rp. 70.000	3 liter	Rp. 210.000
11.	Kaldu Odeng	Rp. 70.000	2 liter	Rp. 140.000
12.	Bubuk nori	Rp. 35.000	4 pack	Rp. 140.000
13.	Bubuk keju	Rp. 31.000	4 pack	Rp. 124.000
14.	Wijen	Rp. 12.000	4 pack	Rp. 48.000
15.	Paper Bowl	Rp. 45.000	4 pack	Rp. 180.000
16.	Gelas plastik	Rp. 12.000	2 pack	Rp. 24.000
17.	Sumpit	Rp. 9.000	4 pack	Rp. 36.000
18.	Sendok plastik	Rp. 3.000	4 pack	Rp. 12.000
19.	Plastik large	Rp. 24.000	1 pack	Rp. 24.000
20.	Plastik medium	Rp. 18.000	1 pack	Rp. 18.000
21.	Plastik small	Rp. 12.000	1 pack	Rp. 12.000
TOTAL				Rp. 1.983.000

3. BIAYA PERJALANAN

Pengeluaran	Harga	Kuantitas Keperluan	Total Harga
Ongkos kirim	Rp. 21.000	4 pengiriman	Rp. 84.000

4. BIAYA LAIN-LAIN

No.	Keperluan	Harga
1.	Sewa tempat	Rp. 500.000/bulan
2.	Listrik dan air	Rp. 750.000/bulan
3.	Kuota	Rp. 50.000/bulan
TOTAL		Rp. 1.300.000

III.1.1 Biaya Tetap

NO	BAHAN HABIS PAKAI	Ket	QTY	SATUAN	HARGA	JUMLAH/BULAN
1	Toppoki	B. Utama	4	kg	Rp 45.000	Rp 180.000
2	Odeng	B. Utama	8	kg	Rp 75.000	Rp 600.000
3	Ayam Spicy Wings	B. Utama	2	kg	Rp 37.000	Rp 74.000
4	Dumpling keju	B. Utama	2	kg	Rp 27.000	Rp 54.000
5	chikuwa	B. Utama	1	kg	Rp 15.000	Rp 15.000
6	crabstick	B. Utama	1	kg	Rp 17.000	Rp 17.000
7	Keju Mozarella	B. Utama	4	pcs	Rp 32.000	Rp 128.000
8	Mie Remyun	B. Utama	2	pack	Rp 19.000	Rp 38.000
9	saos keju	B. Utama	1	pack	Rp 11.000	Rp 11.000
10	Saos Gochujang	B. Utama	3	Liter	Rp 70.000	Rp 210.000
11	kaldu odeng	B. Utama	2	Liter	Rp 70.000	Rp 140.000
12	bubuk nori	B. Pelengkap	4	pack	Rp 35.000	Rp 140.000
13	bubuk keju	B. Pelengkap	4	pack	Rp 31.000	Rp 124.000
14	Wijen	B. Pelengkap	4	pack	Rp 12.000	Rp 48.000
15	Paper Bowl	perlengkapan	4	pack	Rp 45.000	Rp 180.000
16	Gelas plastik	perlengkapan	2	pack	Rp 12.000	Rp 24.000
17	sumpit	perlengkapan	4	pack	Rp 9.000	Rp 36.000
18	sendok plastik	perlengkapan	4	pack	Rp 3.000	Rp 12.000
19	plastik large	perlengkapan	1	pack	Rp 24.000	Rp 24.000
20	plastik medium	perlengkapan	1	pack	Rp 18.000	Rp 18.000
21	plastik small	perlengkapan	1	pack	Rp 12.000	Rp 12.000
TOTAL						Rp 1.983.000

Kapasitas Produksi Perbulan	300
------------------------------------	------------

Dari rancangan bisnis ini, **Hantteok Korean Food** akan memproduksi kurang lebih sekitar 300 Porsi/bulan. Dengan begitu, biaya tetap didasari dari modal produk bahan habis pakai yang kurang lebih sebesar **Rp. 1.983.000**

III.1.2 Biaya Variabel

Dikarenakan **Hantteok Korean Food** dijual perbulan serta bersifat (per-porsi), maka dari itu tidak ada penambahan total penjualan akan tetapi di bulan pertama kami mengawali dengan 50 Porsi. Dengan begitu akan memperoleh angka serupa yaitu **Rp. 344.500**.

Dibulan ke empat kita ada peningkatan penjualan dengan 150 Porsi yang memperoleh angka **Rp. 1.033.500**

Di bulan ke delapan sampai seterusnya terjadi kenaikan penjualan dan mulai konsisten dengan 300 Porsi yang memperoleh angka **Rp. 2.067.000**

III. 2. Pengelola Keuangan

BULAN KE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
RENCANA PRODUKSI	50	80	100	150	150	200	250	300	300	300	300	300
CASH FLOW												
KAS TERSEDIA AWAL BULAN	Rp 5.434.000	Rp 3.745.167	Rp 4.352.833	Rp 5.113.500	Rp 6.256.667	Rp 7.399.833	Rp 8.925.500	Rp 10.833.667	Rp 13.124.333	Rp 15.415.000	Rp 17.705.667	Rp 19.996.333
CASH OUT FLOW												
PERLENGKAPAN YANG DIPERLUKAN	Rp 2.067.000	Rp -										
BAHAN HABIS PAKAI	Rp 344.500	Rp 551.200	Rp 689.000	Rp 1.033.500	Rp 1.033.500	Rp 1.378.000	Rp 1.722.500	Rp 2.067.000				
PERJALANAN PRODUKSI	Rp 14.000	Rp 22.400	Rp 28.000	Rp 42.000	Rp 42.000	Rp 56.000	Rp 70.000	Rp 84.000				
PERJALANAN PEMASARAN	Rp 9.000	Rp 14.400	Rp 18.000	Rp 27.000	Rp 27.000	Rp 36.000	Rp 45.000	Rp 54.000				
LAIN-LAIN	Rp 4.333											
JUMLAH	Rp 2.438.833	Rp 592.333	Rp 739.333	Rp 1.106.833	Rp 1.106.833	Rp 1.474.333	Rp 1.841.833	Rp 2.209.333				
SISA KAS	Rp 2.995.167	Rp 3.152.833	Rp 3.613.500	Rp 4.006.667	Rp 5.149.833	Rp 5.925.500	Rp 7.083.667	Rp 8.624.333	Rp 10.915.000	Rp 13.205.667	Rp 15.496.333	Rp 17.787.000
CASH IN FLOW												
HASIL PENJUALAN	Rp 750.000	Rp 1.200.000	Rp 1.500.000	Rp 2.250.000	Rp 2.250.000	Rp 3.000.000	Rp 3.750.000	Rp 4.500.000				
JUMLAH	Rp 750.000	Rp 1.200.000	Rp 1.500.000	Rp 2.250.000	Rp 2.250.000	Rp 3.000.000	Rp 3.750.000	Rp 4.500.000				
KAS TERSEDIA (AKHIR BULAN)	Rp 3.745.167	Rp 4.352.833	Rp 5.113.500	Rp 6.256.667	Rp 7.399.833	Rp 8.925.500	Rp 10.833.667	Rp 13.124.333	Rp 15.415.000	Rp 17.705.667	Rp 19.996.333	Rp 22.287.000

III. 2. 1. Penentuan Harga Pokok Penjualan

NO	PENENTUAN HARGA/PCS	HARGA
	BAHAN HABIS PAKAI	Rp 6.610
	PERJALANAN PRODUKSI	Rp 280
	HPP	Rp 6.890
	PERJALANAN PEMASARAN	Rp 180
	LAIN-LAIN	Rp 4.333
	HARGA OPERASIONAL	Rp 11.403
	BEBAN DEPRESIASI(PENYUSUTAN)	
	HARGA SEBELUM LABA	Rp 11.403
	LABA	Rp 3.000
	HARGA JUAL	Rp 14.403
	PEMBULATAN HARGA JUAL	Rp 15.000

Harga penjualan produk Hantteok didasari dari aspek bahan habis pakai dan perjalanan produksi sebesar Rp 6.890/pcs. Kemudian biaya perjalanan pemasan dan lain-lain yang ada sebesar Rp 11.403 yang berimplementasi kepada harga sebelum lama. Hantteook memiliki rencana ingin mendapatkan laba sebesar Rp 3.000/pcs. Oleh karena itu, nantinya produk Hantteok akan memperoleh harga jual Rp 15.000/pcs.

III. 2. 2. Analisis Pendapatan

BULAN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
HASIL PENJUALAN (A)	Rp 750.000	Rp 1.200.000	Rp 1.500.000	Rp 2.250.000	Rp 2.250.000	Rp 3.000.000	Rp 3.750.000	Rp 4.500.000	Rp 4.500.000	Rp 4.500.000	Rp 4.500.000	Rp 4.500.000
HPP (B)	Rp 358.500	Rp 573.600	Rp 717.000	Rp 1.075.500	Rp 1.075.500	Rp 1.434.000	Rp 1.792.500	Rp 2.151.000	Rp 2.151.000	Rp 2.151.000	Rp 2.151.000	Rp 2.151.000
LABA KOTOR (C)=(A-B)	Rp 391.500	Rp 626.400	Rp 783.000	Rp 1.174.500	Rp 1.174.500	Rp 1.566.000	Rp 1.957.500	Rp 2.349.000	Rp 2.349.000	Rp 2.349.000	Rp 2.349.000	Rp 2.349.000
PEMASARAN (D)	Rp 13.333	Rp 18.733	Rp 22.333	Rp 31.333	Rp 31.333	Rp 40.333	Rp 49.333	Rp 58.333	Rp 58.333	Rp 58.333	Rp 58.333	Rp 58.333
LABA OPERASIONAL (E)=(C-D)	Rp 378.167	Rp 607.667	Rp 760.667	Rp 1.143.167	Rp 1.143.167	Rp 1.525.667	Rp 1.908.167	Rp 2.290.667	Rp 2.290.667	Rp 2.290.667	Rp 2.290.667	Rp 2.290.667
DEPRESIASI (F)	Rp 198.000	Rp 198.000	Rp 198.000	Rp 198.000	Rp 198.000	Rp 198.000	Rp 198.000	Rp 198.000	Rp 198.000	Rp 198.000	Rp 198.000	Rp 198.000
LABA BERSIH (H)=(E-F)	Rp 180.167	Rp 409.667	Rp 562.667	Rp 945.167	Rp 945.167	Rp 1.327.667	Rp 1.710.167	Rp 2.092.667	Rp 2.092.667	Rp 2.092.667	Rp 2.092.667	Rp 2.092.667
PERTUMBUHAN KEUNTUNGAN	Rp 180.167	Rp 589.833	Rp 1.152.500	Rp 2.097.667	Rp 3.042.833	Rp 4.370.500	Rp 6.080.667	Rp 8.173.333	Rp 10.266.000	Rp 12.358.667	Rp 14.451.333	Rp 16.544.000

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pendapatan dari penjualan Hantteok setiap bulannya tidak menentu. Namun setiap bulannya bisa mendapatkan pendapatan sebesar kisaran Rp 180.167/bulan.

III. 2. 3 Analisis Profit (Laba/Rugi)

Pada tabel laporan laba rugi, di bulan pertama memiliki keuntungan sebesar Rp 180.167 kemudian dibulan ke-12 Rp 18.839.000.maka dari itu, keuntungan yang didapat pada satu tahun sebesar 12%

III. 2. 4. Analisis BEP (unit) dan BEP (rupiah)

BEP PERBULAN	PERBULAN	TOTAL (2 TAHUN)
TOTAL FIX COST (A)		
PENYUSUTAN	Rp 972	Rp 5.434.000
LAIN-LAIN (PEMASARAN)	Rp 500.000	Rp 12.000.000
JUMLAH	Rp 500.972	Rp 17.434.000
VARIABLE COST (B)		
BIAYA BAHAN BAKU	Rp 6.610	Rp 6.610
PERJALANAN (PRODUKSI)	Rp 280	Rp 280
PERJALANAN (PEMASARAN)	Rp 180	Rp 180
TOTAL VARIABEL COST	Rp 7.070	Rp 7.070
PEMBULATAN HARGA JUAL (C)		
	Rp 15.000	Rp 15.000
(C-B)	Rp 7.930	Rp 7.930
BEP UNIT (A/C-B)	63	Rp 2.198

Dari tabel BEP diatas, terlihat BEP (Rupiah) di harga Rp 7.930 dengan begitu Hantteok harus menjual sekitar 63 menu dalam sebulan. dan untuk perkiraan 2 tahun, Hantteok harus menjual lebih dari 2000 menu untuk dapat membalikan modal di awal.

III. 2. 5. Analisis PBP (Pay Back Period)

PAY BACK PERIOD	Bulan ke-12											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
TOTAL KAS MASUK	Rp 378.167	Rp 607.667	Rp 760.667	Rp 1.143.167	Rp 1.143.167	Rp 1.525.667	Rp 1.908.167	Rp 2.290.667	Rp 2.290.667	Rp 2.290.667	Rp 2.290.667	Rp 2.290.667
PERTUMBUHAN KAS MASUK	Rp 378.167	Rp 985.833	Rp 1.746.500	Rp 2.889.667	Rp 4.032.833	Rp 5.558.500	Rp 7.466.667	Rp 9.757.333	Rp 12.048.000	Rp 14.338.667	Rp 16.629.333	Rp 18.920.000

Pada tabel analisis PBP, terlihat baha Hantteok baru bisa melihat hasil balik modal pada bulan ke -7 dengan pendapatan Rp 7.466.667. hal itu terlihat dengan investasi awal sebesar Rp 5.434.000 yang kemudian pendapat baru meningkat di bulan ke-7 tersebut.

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Hal yang menjadi awalan dalam penyusunan proposal pada bisnis Hantteok dengan dilatarbelakangi oleh fenomena Korean Wave. Salah satu negara yang terkena dampak Korean Wave adalah Indonesia. Produk terfavorit yang menjadi bagian dari fenomena ini adalah makanan khas Korea yang telah mengglobal untuk dikonsumsi. Maka, bisnis Hantteok karena bisnis ini menjual makanan khas Korea yang sedang trending di kalangan masyarakat yaitu menu Tteobokki, odeng, chicken yangnyeom dan seafoog jiggaе.

Penawaran di dalam bisnis Hantteok juga beragam, seperti voucher discount, varian topping yang beragam dan harga yang terjangkau. Selain itu, bisnis ini berkerja sama dengan beberapa layanan antar online seperti Grabfood, Gofood dan Shopee Food. Promosi yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Tiktok serta pembukaan gerai fisik dalam penjualan produk makanan.

Sehubungan dengan itu, target konsumsi dalam bisnis Hantteok adalah kalangan anak-anak hingga remaja dan kisaran usia 10 hingga 22 tahun. Pendirian pada bisnis Hantteok merupakan suatu bagian bisnis firma yang dipimpin berdasarkan pembagian kerja secara rata oleh seluruh pemodal dan pendiri bisnis ini.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil keseluruhan dari penyusunan proposal bisnis Hantteok dinilai masih terdapat kekurangan, berikut beberapa saran yang sekiranya bisa membangun untuk seluruh pihak terkait, antara lain :

1. Bagi pihak yang sudah berkerjasama

Dengan adanya kondisi pandemi saat ini, disarankan kepada pihak layanan pesan antar pada produk makanan bisnis Hantteok untuk tetap menjaga

kebersihan maupun kelengkapan makanan pada saat proses pengantaran sehingga produk sampai di konsumen dengan baik.

2. Bagi pendiri bisnis Hantteok

Kepada para penyusun serta pendiri bisnis Hantteok, disarankan untuk tetap melakukan sebuah riset dalam mengembangkan konsep pemikiran serta inovasi di dalam bisnis Hantteok. Selain itu, dengan adanya keterbatasan penempatan gerai fisik, diharapkan para pendiri untuk mengembangkan lagi cabang pada bisnis Hantteok agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

3. Bagi masyarakat

Kepada masyarakat yang menjadi target bisnis Hantteok maupun yang ada diluar target, disarankan memberikan penilaian secara jujur dalam cita rasa produk makanan yang dijual agar menjadi evaluasi yang membangun untuk kebaikan pada kelanjutan bisnis Hantteok.

DAFTAR PUSTAKA

- Astari, Syarida Puspa dan Raeni Dwi Santy, 2019, *Pengaruh Penerapan Tren Budaya Korea (Korea Wave) dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Keberhasilan Usaha*, Universitas Komputer Indonesia, *E-jurnal*, Hlm, 2.
- Durianto dan Liana, 2004, *Analisis efektivitas iklan televisi softener soft dan fresh di Jakarta dan sekitar dengan menggunakan konsumen decision model*, *Ekonomi Perusahaan, E-jurnal*, Hlm, 44.
- Fridayani, Nine, 2020, *15 Makanan Korea yang Tren di Indonesia: Ada Dalgona Coffee dan BBQ*, <https://www.kompas.com/food/read/2020/10/29/080800175/15-makanan-korea-yang-tren-di-indonesia-ada-dalgona-coffee-dan-bbq?page=all>, Diakses tanggal 18 Juli 2021, pukul 06.09 WIB.
- Kim, Youna, 2013, *The Korean Wave (Korean Media Go Global)*, New York, Hlm, 6.
- Korean Ministry of Culture, 2013, *Sports and Tourism*.
- Kotler dan Amstrong, 2001, *Prinsip - prinsip Pemasaran*, Jakarta, *E-book*, Hlm, 18.
- Rafsandjani dan Rieza Firdian, 2017, *Pengantar Bisnis Bagi Pemula*, Malang, *E-book*, Hlm, 10.
- Yin dan Liew, 2005.
- Yoon, Tae-Jin dan Dal Yong Jin, 2017, *The Korean Wave: Evolution, Fandom and Transnationality*, London, Hlm, 3.

LAMPIRAN

Data Trend Korean Wave di Indonesia



Value Proposition Canvas



Business Lean Canvas



Value Proposition Canvas



Foto Menu

