



ABSTRAK

Berdasarkan data BPS, laju rata-rata pertumbuhan penduduk Indonesia tahun 2010-2014 adalah 1,4% per tahun (BPS, 2015). Sedangkan data dari Bappenas bahwa laju pertumbuhan konsumsi kedelai tahun 2008 - 2012 adalah 12,89% per tahun. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa tingkat konsumsi kedelai di Indonesia berkembang lebih cepat dari perkembangan laju pertumbuhan penduduk. Akhir-akhir ini diperoleh fakta bahwa masyarakat tidak hanya menginginkan makanan yang aman untuk dikonsumsi tetapi sekaligus diharapkan berfungsi dalam menjaga kesehatan. Makanan tersebut dikategorikan sebagai makanan fungsional yaitu makan yang memberi manfaat terhadap kesehatan serta memegang peranan penting terhadap pencegahan penyakit (Geoffrey, 2007). Kandungan bahan makanan kedelai tidak kalah dengan bahan makanan lainnya, seperti kelebihan dari kadar protein kedelai yang lebih besar dari pada kacang hijau dan daging (Radiyah,1992). Berdasarkan observasi, di Kabupaten Banyumas belum memiliki pemain bisnis Rumah Makan yang focus pada olahan makanan dan minuman berbahan baku kedelai. Oleh karena itu, Rumah Makan Omah Dele memiliki ceruk pasar yang luas karena belum memiliki pesaing.

Rencana Bisnis Rumah Makan Omah Dele dibuat dengan menggunakan metode wawancara dan Observasi. Wawancara dilakukan dengan Toko Pusat Oleh-oleh Mirasa dan Rumah Makan Pringsewu. untuk mengetahui model bisnis makanan berbahan baku kedelai. Wawancara juga dilakukan kepada konsumen untuk mengetahui karakteristik dan perilaku dari para pelanggan potensial (pelancong).

Pada analisa perhitungan finansial Rumah Makan Omah Dele menunjukkan hasil yang positif. Dengan menggunakan proyeksi keuangan skenario moderat dan optimis, bisnis yang memperlihatkan performa finansial yang baik untuk jangka waktu 5 tahun. Pada skenario Moderat, didapat NPV Rp. 393 Juta, IRR sebesar 25 % dan Discounted Payback Period 2,9 tahun. Pada skenario optimis, didapat NPV Rp. 792 Juta, IRR sebesar 42% dan Discounted Payback Period 2,08 tahun. Dengan skenario tersebut ini, diharapkan terlihat kesempatan serta resiko yang lebih terukur.

Kata kunci: kedelai, rumah makan, rencana bisnis.



ABSTRACT

Based on BPS data, the average rate of population growth in Indonesia in 2010-2014 was 1.4% per year (BPS, 2015). While data from BA that soy consumption growth rate in 2008 - 2012 is 12.89% per year. From these data it can be seen that the level of soy consumption in Indonesia is growing faster than the growth rate of population growth. Lately obtained by the fact that people not only want food that is safe to eat but at the same time be expected to work in health care. The food is categorized as a functional food that is eaten that provide benefits to the health and plays an important role in the prevention of disease (Geoffrey, 2007). Soy food ingredients are not inferior to other foodstuffs, such as an excess of soy protein content greater than green beans and bacon (Radiyah, 1992). Based on observations, in Banyumas not have players Restaurant businesses that focus on processed foods and drinks made from soy. Therefore, Restaurants Omah Dele has extensive niche market because it has no competitors.

Business Plan Restaurant Omah Dele created using interviews and observations. Interviews were conducted with the Center Souvenir Shop MIRASA and Restaurant Pringsewu. to know the business model of the soybean meal. Interviews were also conducted to the consumer to determine the characteristics and behavior of potential customers (travelers).

In the analysis of financial calculation Business Plan Restaurant Omah Dele show positive results. By using financial projections moderate and optimistic scenarios, the business showed good financial performance for a period of 5 years. In the Moderate scenario, the NPV obtained Rp. 393 million, an IRR of 25% and discounted payback period of 2.9 years. In the optimistic scenario, the NPV obtained Rp. 792 million, an IRR of 42% and discounted payback period of 2.08 years. Under such a scenario, it is expected seen opportunities as well as risks of more measured. Keywords: soybean, restaurant, business plans.