

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, kemunculan berbagai macam kuliner di Indonesia memicu sebuah slogan baru yakni kuliner kekinian. Gen Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997-2012 cenderung menggandrungi suatu hal yang memiliki ciri khas berbeda dari yang lain. Kuliner tidak untuk dikonsumsi saja, melainkan hal yang harus dipamerkan kepada orang lain bagi gen Z. Akhir-akhir ini, jenis kuliner kekinian yang beredar di masyarakat terutama bagi gen Z adalah Gohyong (Kurniawati, 2020).

Ngehiong atau Gohyong adalah kuliner hasil perpaduan budaya China dan Betawi. Inovasi Gohyong yang beredar di Indonesia kebanyakan menggunakan daging ayam dikarenakan mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Inovasi Gohyong tidak hanya pada isiannya namun kulitnya juga. Pada awalnya kulit gohyong terbuat dari tahu, namun di Indonesia kulitnya di inovasi menjadi kulit lumpia, dikarenakan rasa dan tampilannya lebih gurih dan menarik. Bentuknya yang kecil sangat pas dijadikan sebagai camilan, sebab dapat dilahap sekali gigit.

Meskipun cukup viral dan tersebar di beberapa kota di Indonesia, masih banyak orang yang belum mengetahui tentang Gohyong di Jember. Ide bisnis ini dapat menjadi peluang bisnis yang bagus di Jember. Ditinjau dari kepopulerannya, kuliner ini memiliki banyak peminat. Melihat minat para konsumen yang tertarik dengan hal baru dan unik, diharapkan ide bisnis ini dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan keuntungan, sehingga Gohyong menjadi produk yang menjanjikan dan berhasil berkembang di Jember.

Produk Gohyong dapat dijadikan suatu produk yang layak karena memiliki beberapa keunggulan yang mendukung keberhasilannya sebagai peluang bisnis. Pertama, kuliner ini tergolong unik dan menarik, sehingga mampu menarik minat konsumen yang selalu mencari sesuatu yang baru, terutama di kota seperti Jember yang memiliki pasar kuliner yang terus berkembang. Kedua, bahan dasar

pembuatan Gohyong relatif mudah didapatkan dengan biaya produksi yang terjangkau, sehingga memberikan potensi margin keuntungan yang baik. Dengan melihat analisis usaha menggunakan metode *Break Even Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), dan *Return On Investment* (ROI). Selain itu, popularitas Gohyong yang mulai meningkat di berbagai kota menunjukkan bahwa produk ini memiliki daya tarik yang luas, yang berpotensi menciptakan tren baru di pasar lokal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan mengenai analisis usaha Gohyong, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses produksi Gohyong di Kelurahan Tegal Besar Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember?
2. Bagaimana analisis usaha Gohyong di Kelurahan Tegal Besar Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember?
3. Bagaimana bauran pemasaran Gohyong?

1.3 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan mengenai analisis usaha Gohyong, maka diperoleh tujuan sebagai berikut:

1. Dapat melakukan proses produksi Gohyong di Kelurahan Tegal Besar Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.
2. Dapat menganalisis usaha Gohyong di Kelurahan Tegal Besar Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.
3. Dapat melakukan bauran pemasaran Gohyong.

1.4 Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang telah diuraikan mengenai analisis usaha Gohyong, maka diperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Dapat membagikan ide peluang bisnis bagi mahasiswa dengan tujuan menciptakan usaha juga membuka lapangan pekerjaan baru untuk mendapatkan keuntungan.
2. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau kajian terdahulu pada tugas akhir di tahun berikutnya.
3. Dapat dijadikan sebagai acuan dalam berwirausaha agar menciptakan jiwa yang inovatif dan kreatif dalam berwirausaha.