# RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA JASA MAKANAN RINGAN CRUNCHY DI GAJAH MADA STREET FOOD, JAKARTA BARAT

Aldi Pratama Darkasih

Martha Ayerza Esra, S.E., M.M.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jl. Yos Sudarso Kav. 85 no. 87

**Abstrak**

Penulis membuat rencana bisnis makanan ringan berupa gorengan karena melihat adanya peluang dan kesempatan yang dapat diambil ditengah perkembangan *finance technology* dan juga perkembangan jasa transportasi *online*. Melihat perkembangan ini, maka perilaku dan pola pembelian konsumen menjadi berubah drastis. Konsumen menjadi semakin konsumtif dengan adanya kemudahan-kemudahan yang ditawarkan. Kebiasaan konsumen yang menjadi konsumtif, berpengaruh terhadap keinginan konsumen untuk mengkonsumsi makanan ringan.

Melalui rencana ini, penulis dapat menjabarkan mengenai beberapa kekuatan dan kelemahan produk terhadap pesaing-pesaingnya. Kekuatan-kekuatan tersebut tidak lepas dari pemilihan pemasok yang memiliki kualitas yang baik dan didukung dengan rencana organisasi yang sesuai dengan kebutuhan.

Bisnis Crunchy menawarkan produk dengan harga satu buah gorengan sebesar Rp. 2.500,-. Nilai investasi awal yang dibutuhkan untuk bisnis Crunchy sebesar Rp. 175.670.900,- . Berdasarkan dari studi kelayakan, didapatkan perhitungan *payback period* dapat dicapai dalam kurun waktu 3 tahun 24 hari, NPV tahun pertama bernilai positif.

Kata Kunci: Rencana Pendirian Usaha, Makanan Ringan.

***Abstract***

*The author made snack business plan because of the opportunity dan chances that can be seized through the improvement in finance technology and the improvement in online transportation service. Because of this development, the behaviour and purchase pattern of consumer change drastically. Consumer became more consumptive because these changes. The consumptive consumer behaviour impacting the want of snack.*

*In this business plan, the author explaining some of product strengths and weaknesses in front of it competitor. These strengths is being supported by best supplier selection and simple organization structure*

*Business Crunchy offer the price for one unit snack is Rp. 2.500,-. The initial investment for Crunchy is Rp. 175.670.900,-. Based on feasibility study, the payback period for this business is about 3 years and 24 days, and the first year NPV is positive.*

*Keywords: Business Plan, Snack.*

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi pada zaman sekarang, khususnya dalam transportasi *online*, mempermudah masyarakat dalam menjalani kegiatan sehari-harinya. Perkembangan ini juga berdampak kepada bisnis makanan karena kemudahan yang ditawarkan oleh jasa pembelian makanan secara *online*. Hal ini berpengaruh kepada masyarakat yang menjadi semakin konsumtif. Promo-promo yang ditawarkan juga menjadi salah satu faktor kuat yang membuat penulis ingin untuk membuka ide bisnis ini. Di tengah-tengah kesibukan masyarakat Jakarta, *nyemil* menjadi sebuah solusi jangka

e-mail : 74160097@student.kwikkiangie.ac.id ; No. Telp : 08999085319

pendek yang dapat mengatasi kepenatan akan aktivitas yang merenggut waktu dan tenaga masyarakat Jakarta, khususnya yang bekerja.

Selain itu, di tengah besarnya kondisi pengaruh dari budaya asing, banyak budaya-budaya lokal yang mulai terlupakan, khususnya di bidang makanan ringan. Gorengan merupakan salah satu makanan ringan yang kegemaran masyarakat Indonesia, khususnya Jakarta. Namun, seiring berjalannya waktu, ditambah dengan semakin besarnya pengaruh dari budaya asing, jajanan lokal semakin dilupakan. Melihat fenomena ini, penulis tidak menolak peristiwa ini, namun penulis melihat peristiwa ini sebagai peluang baru yang dapat dimanfaatkan.

Melihat peluang tersebut, maka tercetuslah ide bisnis Crunchy. Ide bisnis yang menjual makanan ringan aneka gorengan yang dimodifikasi dengan pemberian rasa-rasa yang sedang menjadi favorit masyarakat zaman sekarang. Konsep usaha yang ingin dijalankan masih sekedar *booth* sederhana yang tidak menyediakan tempat untuk *nongkrong*, namun hanya memfasilitasi tempat untuk menunggu pesanan atau berkonsep *come and go*. Walaupun pemilihan lokasi yang penulis pilih menyediakan tempat duduk, tapi penulis tidak memfokuskan diri kepada konsep tersebut. Dengan demikian, pendirian usaha Crunchy tidak membutuhkan tempat yang terlalu luas.

Visi Crunchy yaitu menjadi penyedia makanan ringan yang memiliki kualitas dan rasa terbaik di Indonesia.
Sedangkan misi dari Crunchy adalah:

1. Menggunakan bahan baku yang berkualitas tinggi dan ramah lingkungan.
2. Memberikan pelayanan yang terbaik dalam kegiatan usahanya.
3. Terus melakukan inovasi-inovasi yang bertujuan untuk memuaskan keinginan konsumen.

Dewasa ini, dengan berkembang pesatnya globalisasi di dunia dan juga kesadaran masyarakat Indonesia akan penggunaan teknologi serta kemajuan akan finance technology. Industri makanan juga menikmati dampak dari seluruh perkembangan yang masif ini. Kemudahan masyarakat dalam melakukan transaksi, menghilangkan faktor lokasi dalam melakukan pembelian.

Perkembangan globalisasi yang cepat ini, membuat masyarakat semakin cepat berubah keinginannya. Hal ini secara langsung berpengaruh terhadap pemilik usaha agar dapat terus beradaptasi dan terus melakukan inovasi-inovasi yang dibutuhkan demi memuaskan keinginan konsumen. Keinginan konsumen saat ini sudah terpengaruh dengan budaya-budaya asing.

Finance technology juga memegang bagian penting dalam berkembangnya industri makanan. Gopay, Ovo, dan Dana yang merupakan bagian dari finance technology, melakukan persaingan satu sama lain dengan memberikan berbagai macam promosi yang menguntungkan konsumen. Dalam persaingan ini, bukan hanya konsumen saja yang diuntungkan, pemilik bisnis pun juga diuntungkan dengan adanya kemudahan bagi usaha untuk dapat mencapai konsumen. Crunchy dalam pelaksanaan usahanya, menggunakan dana sendiri sebagai modalnya. Kebutuhan dana untuk membangun usaha Crunchy pada tahun pertama adalah sebesar Rp.175.670.900,-.

**Rencana Produk**

Crunchy dalam menjalankan usahanya, menawarkan empat jenis produk makanan ringan (gorengan) dengan empat jenis varian rasa yang berbeda. Produk gorengan yang ditawarkan antara lain adalah tahu goreng, tempe, cireng, dan bala-bala. Sedangkan untuk varian rasa yang ditawarkan adalah rasa barbekyu, rumput laut, salted egg, dan pedas. Konsumen diberikan kebabasan untuk memilih dan mengatur sendiri jumlah pesanan yang diinginkan sesuai dengan rasa yang dipilihnya. Varian rasa yang ditawarkan merupakan rasa bubuk yang nanti akan dicampur dengan gorengan yang sudah jadi dan dipotong kecil-kecil.

**Kebutuhan Operasional**

Kebutuhan operasional Crunchy terdiri dari beberapa bagian seperti bahan baku, teknologi, perlengkapan dan peralatan. Modal sebesar Rp. 385.157.900,- di gunakan untuk perlengkapan

sebesar Rp. 18.750.000.,-, biaya peralatan Rp. 7.920.900,-, Kas Awal yang digunakan untuk membeli bahan baku awal sebesar Rp. 219.687.000,- dan biaya sewa sebesar Rp. 138.800.000,-.

**Manajemen**

Dalam menjalankan usahanya Crunchy juga membutuhkan tenaga kerja yang akan membantu Crunchy mencapai tujuan usahanya. Sebagai usaha yang masih tergolong kecil dan baru, Crunchy tidak membutuhkan tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Crunchy hanya mempekerjakan sebanyak 3 orang yang terdiri dari *owner* dan 2 staf dapur.

**Strategi Bisnis**

Berdasarkan segmentasi geografinya, Crunchy memilih lokasi usaha di Hayam Wuruk, Jakarta Barat. Pemilihan lokasi ini penulis pilih, karena daerah sekitar Hayam Wuruk merupakan daerah yang terkenal dengan aneka makanan yang dijual di tempat tersebut. Selain itu, lokasi tersebut memiliki akses yang cukup baik, karena banyak dilewati oleh kendaraan.

Sedangkan untuk segmentasi demografisnya Crunchy dapat dinikmati dari berbagai usia, mulai dari usia 15 tahun sampai 54 tahun, yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan, yang memiliki latar belakang pendidikan apapun, pekerjaan apa saja, dan dengan pendapatan mulai dari kalangan bawah sampai atas.

Crunchy memiliki fokus kepada kelas sosial mulai dari kalangan bawah hingga atas dalam menjalankan segmentasi psikografisnya. Hal ini dikarenakan, harga yang cukup murah untuk suatu produk, dan juga jenis produk yang sudah pasti disukai oleh konsumen.

Dengan demikian, target pasar yang dituju sesuai dengan segmentasi pasarnya adalah, konsumen dengan usia mulai dari 15 sampai 54 tahun dengan latar pendidikan dan pekerjaan apa saja, berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan, dengan pendapatan kelas bawah sampai atas dan biasa untuk beraktivitas ataupun memiliki rumah di daerah sekitar Hayam Wuruk, Jakarta Barat

*Positioning* yang dilakukan oleh Crunchy adalah dengan menawarkan berbagai aneka rasa dalam produk gorengan yang dijual.

Crunchy dalam menetapkan harganya, berdasarkan atas biaya yang dikeluarkan untuk membuat produknya. Untuk satu produk gorengan, dikenakan biaya sebesar Rp. 2.500,- dan harga tersebut sudah termasuk dengan memilih varian rasa yang diinginkan.

Untuk suatu usaha makanan ringan, Crunchy tidak membutuhkan perantara antara penjual (Crunchy) dengan konsumennya atau disebut dengan saluran distribusi langsung.

Dengan kebutuhan tenaga kerja sebanyak 3 orang dengan 1 *Owner* dan 2 staf dapur, maka kompensasi yang diberikan adalah sebesar Rp. 4.500.000,- untuk gaji *Owner* dan Rp. 4.300.000,- untuk gaji staf dapur. THR akan diberikan dengan jumlah sebesar 1x gaji dan kenaikan gaji dengan asumsi sebesar 5% setiap tahunnya.

Crunchy juga akan menggunakan advertising melalui media sosial secara khusus. Platform online seperti instagram menjadi tempat Crunchy untuk memperkenalkan produknya serta dalam melakukan promosi. *Sales promotion* dijalankan dengan cara memberikan sampel-sampel agar konsumen dapat mencicipi produk.

**Antisipasi Risiko Usaha**

Setelah adanya analisis risiko usaha yang mungkin terjadi, maka perlu dilakukan antisipasi atau pencegahan terhadap risiko-risiko tersebut. Berikut adalah rencana pencegahan terhadap risiko-risiko usaha potensial:

1. Melakukan promosi-promosi baik sebelum pembukaan usaha, maupun ketika usaha sudah dimulai. Promosi dilakukan melalui social media seperti Instagram dan facebook.

2. Untuk mengatasi harga bahan baku yang terus berubah, maka jumlah pembelian perlu diperhatikan, serta perlu adanya beberapa pemasok alternatif lain.

3. Dalam mengatasi persaingan terhadap sesama, perlu dilakukan beberapa promosi, agar dapat memenangkan persaingan.

4. Dalam mengatasi risiko peraturan ganjil genap, maka Crunchy perlu meningkatkan penjualan melalui saluran transportasi online. Peningkatan penjualan dapat dilakukan dengan melakukan kerja sama bersama penyedia jasa transportasi online untuk memberikan beberapa promo-promo menarik.

5. Untuk mengatasi kemungkinan keterlambatan dalam pengiriman, maka perlu untuk melakukan stocking dalam jumlah yang cukup, dan membuat jadwal pembelian secara tepat dan memasukkan kemungkinan keterlambatan dalam perhitungan jadwal pembelian.

6. Risiko kecelakaan kerja yang ada, perlu dicegah dengan adanya SOP dan juga mendaftarkan pekerja kepada BPJS Ketenagakerjaan.

**Daftar Pustaka**

**Buku Teks :**

David, Fred R., Forest R. David (2017), Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases, Edisi 15, Pearson Education

Dessler, Gary (2015), Human Resource Management, Edisi 14, Global Edition, Pearson Education

Gitman, Lawrence J., Chad J Zutter (2015), Principles of Managerial Finance, Edisi 14, Global Edition, Pearson Education

Heizer, Jay dan Barry Render (2015), Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan, Edisi 11, Terjemahan oleh Hirson Kurnia, Ratna Saraswati, dan David Wijaya, Jakarta: Salemba Empat.

Hery (2015), Manajemen Risiko Bisnis, Jakarta: Penerbit PT Grasindo

Husnan, Suad, dan Suwarsono Muhammad (2014), Studi Kelayakan Proyek Bisnis, Edisi 5, Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Kotler, Philip, Gary Armstrong (2014), Principles of Marketing, Edisi 15e, Global Edition, Pearson Education

Kotler, Philip, Kevin Lane Keller (2016), Marketing Management, Edisi 15e, Global Edition, Pearson Education

Resmi, Siti (2019), Perpajakan: Teori dan Kasus, Edisi 11, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.

Zutter, Chad J., Scott B. Smart (2019), Principles of Managerial Finance, Edisi 15, Global Edition, Pearson Education

**Undang-Undang:**

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Bab IV pasal 6 (www.bi.go.id/id/tentang-bi/uubi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf)

**Sumber Internet:**

https://jakarta.bps.go.id/dynamictable/2019/09/16/58/jumlah-penduduk-provinsi-dki-jakarta-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-2018-.html, diakses 16 September 2019.

https://www.bps.go.id/statictable/2014/09/08/940/rata-rata-pengeluaran-per-kapita-sebulan-di-daerah-perkotaan-menurut-provinsi-dan-kelompok-barang-rupiah-2007-2018.html, diakses 3 Oktober 2019

https://www.bps.go.id/statictable/2009/06/15/907/indeks-harga-konsumen-dan-inflasi-bulanan-indonesia-2005-2019.html, diakses 16 Oktober 2019

e-mail : 74160097@student.kwikkiangie.ac.id ; No. Telp : 08999085319

https://www.pajak.go.id/id/artikel/cara-mudah-daftar-npwp-orang-pribadi, diakses 29 Oktober 2019.
https://pajak.go.id/id/saluran-pendaftaran-nomor-pokok-wajib-pajak-0, diakses 29 Oktober 2019.
http://pelayanan.jakarta.go.id/site/detailperizinan/571, diakses 29 Oktober 2019.
https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/11/penurunan-bunga-kredit-perbankan-tidak-sekencang-suku-bunga-acuan-bi, diakses 4 Desember 2019

e-mail : 74160097@student.kwikkiangie.ac.id ; No. Telp : 08999085319