

BAB I

PENDAHULUAN



Hak cipta milik IBIKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

A. Ide Bisnis

Bisnis kuliner di Indonesia tidak akan ada habisnya, semua manusia dimuka bumi ini semua membutuhkan makanan dan minuman, dimana pada dasarnya makanan dan minuman adalah sumber energi manusia. Seiring berjalannya waktu bisnis kuliner di Indonesia mengalami peningkatan yang positif dan muncul inovasi-inovasi baru. Bisnis makanan dan minuman juga banyak diminati oleh kalangan muda dan dewasa karena memiliki peluang yang besar. Kuliner di Indonesia juga mengalami perubahan dimana dari sebuah kebutuhan menjadi sebuah gaya hidup.

Industri kuliner terutama industri minuman saat ini sudah banyak bermunculan keunikan keunikan baru, dari rasa hingga keunikan kemasan juga menjadi salah satu penarik perhatian bagi para konsumen dalam membeli suatu minuman. Industri kuliner khususnya minuman juga masih menjanjikan untuk digeluti, karena sesuai data yang ada, sektor industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan. Industri kuliner harus memiliki pembeda atau suatu kreativitas dan inovasi dalam cita rasa hingga keunikan kemasannya.

Walaupun pandemi Covid - 19 melanda hampir seluruh dunia dan menyebabkan dampak penurunan terhadap hampir semua sektor bisnis industri termasuk juga sektor industri makanan dan minuman, tetapi data membuktikan bahwa sedikit demi sedikit keadaan sudah mulai membaik. Banyak data yang menyebutkan bahwa kuartal II tahun 2022, industri makanan dan minuman mengalami peningkatan cukup pesat.





Gambar 1.1

Laju Perumbuhan ADHK Menurut Sub Kategori Provinsi Banten

Kategori Lapangan Usaha PDRB	Laju Pertumbuhan ADHK 2010 Menurut Subkategori di Provinsi Banten (Persen)	
	2020	2021
A. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	3,55	0,56
1. Pertanian, Peternakan, Perburuan dan Jasa Pertanian	3,89	0,12
a. Tanaman Pangan	4,81	-0,52
b. Tanaman Hortikultura	4,17	3,28
c. Perkebunan Tahunan	6,35	6,08
d. Peternakan	1,69	-3,06
e. Jasa Pertanian dan Perburuan	2,55	-1,25
2. Kehutanan dan Penebangan Kayu	-0,99	3,44
3. Perikanan	0,28	5,22
B. Pertambangan dan Penggalian	-8,36	0,61
1. Pertambangan Minyak, Gas dan Panas Bumi	-2,06	-1,96
2. Pertambangan Batubara dan Lignit	-3,05	-1,27
3. Pertambangan Bijih Logam	-11,73	2,47
4. Pertambangan dan Penggalian Lainnya	-4,92	-2,87
C. Industri Pengolahan	-4,68	4,93
1. Industri Batubara dan Pengilangan Migas	-6,92	-2,69
2. Industri Makanan dan Minuman	2,17	3,32

Sumber : banten.bps.go.id, 2021

Dari data pada gambar 1.1, terbukti bahwa industri makanan dan minuman berkembang sangat pesat. Industri makanan dan minuman angka 3,32% kenaikannya di provinsi banten pada tahun 2021. Dimana nilai tersebut membuat industri makanan dan minuman merupakan kontributor terbesar untuk PDB sektor industri Indonesia juga.

Penulis akan membuat bisnis yang bergerak dibidang minuman. Bisnis minuman adalah bisnis yang tidak akan mati karena minuman akan selalu dibutuhkan oleh manusia sampai kapanpun. Tetapi, diluar hal tersebut penulis menyadari bahwa bisnis minuman sudah sangat banyak tersebar di Indonesia. Maka dari itu penulis memutuskan untuk menonjolkan sebuah keunikan dalam bisnis ini agar mampu bersaing dengan bisnis-bisnis minuman lainnya. Bisnis minuman yang akan dibuat bernama “ReFresh”.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penulis ingin membuat bisnis minuman *squash* dengan cita rasa yang menyegarkan, dimana faktanya Indonesia merupakan negara yang beriklim tropis dan tentunya minuman segar akan banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Produk – Produk ReFresh sendiri akan lebih cenderung ke minuman *squash*. *Squash* merupakan minuman sari buah atau sirup rasa buah yang dicampur dengan soda. Minuman ini menciptakan cita rasa menyegarkan untuk melepas dahaga para masyarakat atau pencinta minuman ringan. Masyarakat Indonesia memang tidak semuanya menyukai soda, maka dari itu penulis juga membuat menu teh.

Minuman *squash* biasanya ditemui di restoran atau kafe yang di bandrol dengan harga cukup mahal. Maka dari itu, penulis memiliki ide bisnis ini karena adanya keresahan penulis ketika melihat harga *squash* di restoran atau kafe yang begitu mahal jadi tidak bisa dinikmati semua kalangan. Penulis menginginkan semua kalangan bisa tau seperti apa rasa *squash* yang menyegarkan. Berdasarkan pengalaman penulis, penulis belum pernah menemukan harga minuman *squash* dengan kualitas baik dan harganya terjangkau, karena itu penulis ingin memberikan kesan minuman mewah dengan harga kaki lima.

Walaupun pasar di industri kuliner, terutama pada industri minuman sudah sangat banyak digeluti oleh para pengusaha lainnya, tetapi minuman *squash* ini jarang sekali ditemui untuk disajikan dengan harga yang terjangkau. Ini akan menjadi kekuatan utama ReFresh dalam kekuatan harga.

Lokasi yang dipilih penulis berlokasi di Citra Raya Tangerang, Cikupa. Penulis memilih tempat ini karena menurut penulis wilayah ini masuk ke daerah yang sedang berkembang dari segi demografi hingga industri bisnis dalam sektor apapun. Lokasi ini juga masih baru sehingga penulis melihat bahwa lokasi ini cocok untuk penulis membuka ReFresh karena masih masuk ke *blue ocean*.

1. Diteliti dan diteliti oleh penulis atau seluruh karya tulis ini hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



ReFresh akan menjual menu - menu nya dengan sistem *offline* maupun *online*, dimana ini akan memudahkan seluruh peminat atau konsumen ReFresh , sehingga tidak perlu repot - repot

juga untuk datang ke toko *offline* ReFresh tetapi tinggal pesan melalui aplikasi *online*.

Maka dari itu keunikan menu dari ReFresh itu sendiri ialah ReFresh hadir dengan menu yang tidak monoton dimana kita ketahui bahwa belakangan ini banyak sekali minuman manis yang muncul tapi biasanya banyak kesamaannya dengan pesain lainnya, seperti *bubble tea*, *coffee shop* dan masih banyak lagi. ReFresh ingin memberikan sebuah kesegaran baru yang dikemas dalam sebuah minuman. Ciri khas minumannya adalah *squash* yang biasanya hanya ada di restoran / bar dengan harga yang cukup tinggi, tetapi ReFresh membuat minuman *squash* ini berkualitas tinggi dengan harga yang murah.

B. Gambaran Bidang Usaha

a. Bidang Usaha

ReFresh merupakan sebuah bisnis yang berjalan di industri minuman. Minuman *squash* adalah salah satu ciri khas dari ReFresh, dimana perpaduan soda dengan sirup merupakan menu - menu yang akan disajikan oleh ReFresh untuk konsumen atau masyarakat. ReFresh juga menyesuaikan dengan selera masyarakat local dengan membuat menu teh. Lokasi yang dipilih penulis berada di Citra Raya Tangerang, Cikupa. Penulis melihat wilayah tersebut merupakan sebuah daerah yang berkembang dari segala sektor industri , termasuk juga industri makanan dan minuman atau biasa disebut industri kuliner. ReFresh akan menjual produk menggunakan metode *bring* dan *daring* sehingga dapat memudahkan semua pelanggan yang ingin menikmati ReFresh.



c. Visi

Menurut Fred R. David (2017 : 158), pernyataan visi harus bisa menjawab pertanyaan dasar yaitu, “Kita sebagai sebuah perusahaan ingin menjadi apa?”. Visi yang baik dan jelas akan memberikan jawaban serta landasan untuk mengembangkan pernyataan sebusah misi. Visi dari “ReFresh” yang utama adalah menjadikan “ReFresh” sebagai perusahaan minuman yang memiliki ciri khas yang berbeda dan “ReFresh” menjadi pelopor tren dan dikenal masyarakat Indonesia

d. Misi

Menurut Fred R. David (2017 : 160), pernyataan misi adalah deklarasi atau pernyataan dari sebuah “alasan keberadaan” organisasi. Misi disini menjawab pertanyaan penting , seperti “apa bisnis kita?”. Pernyataan misi yang jelas sangat dibutuhkan untuk bisa menjawab dan menetapkan tujuan serta merumuskan strategi yang efektif bagi perusahaan. Misi dari “ReFresh” adalah:

- 1) Memberikan kualitas dan pelayanan yang terbaik
- 2) Memberikan inovasi dan kreativitas produk secara berkala
- 3) Berorientasi pada kepuasan konsumen
- 4) Membuka dan memperluas lapangan pekerjaan
- 5) Dikenal masyarakat

d. Tujuan Pelaku Bisnis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menyebutkan nama dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tujuan perusahaan “ReFresh” dibagi menjadi 2 tujuan, dimana ada tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek sendiri merupakan tujuan yang harus dipenuhi kurang dari setahun sedangkan tujuan jangka panjang adalah serangkaian tujuan untuk jangka waktu yang lama dan lebih dari setahun. Serangkaian tujuan jangka pendek usaha “ReFresh” sebagai berikut:

- 1) Mengenalkan perusahaan minuman “ReFresh” secara nasional. Yang pertama akan dilakukan oleh penulis ialah, mengenalkan “ReFresh” di daerah sekitar. Dimana Citra Raya Tangerang, Cikupa akan menjadi tempat toko *offline* kami. Penulis akan mengenalkan “ReFresh” di daerah sekitar yang merupakan salah satu cara untuk mengenalkan perusahaan “ReFresh” secara nasional.
- 2) Membuka lapangan pekerjaan. “ReFresh” ingin memberikan peluang bagi para masyarakat yang memiliki kecintaan dalam dunia kuliner, dimana “ReFresh” akan membantu mengurangi nilai pengangguran. Dengan hadirnya “ReFresh” juga membantu memberikan kesempatan bagi semua orang yang ingin belajar dan bekerja di industri makanan dan minuman.
- 3) Menambah ilmu pengetahuan dan wawasan kewirausahaan untuk penulis. Seiring berjalannya bisnis “ReFresh”, semakin banyak juga pengalaman yang dapat diambil dan dievaluasi bagi penulis untuk membuat bisnis “ReFresh” menjadi lebih baik.
- 4) Menjaga kualitas dan konsistensi dari cita rasa hingga kepuasan konsumen. Dengan menjaga kualitas dan konsistensi cita rasa, pelanggan akan mendapatkan nilai konsumen yang lebih baik, nilai konsumen ini akan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan “ReFresh”.

Serangkaian tujuan jangka panjang usaha “ ReFresh” sebagai berikut:



- 1) Menjadi pelopor tren minuman *squash* berskala nasional maupun internasional. Ini merupakan salah satu tujuan jangka panjang yang dapat merubah suatu tren, dimana jika tren minuman *squash* bisa meningkat akan berdampak positif juga ke perkembangan bisnis penulis dan akan lebih baik lagi ketika “ReFresh” bisa menjadi peolopor tren sehingga masyarakat pencinta minuman *squash* akan selalu mengingat produk dari “ReFresh”.
- 2) Membuka cabang hingga membuka waralaba. Bagi penulis, membuka cabang hingga membuka waralaba secara nasional hingga internasional itu merupakan suatu tanda kesuksesan setiap pemilik bisnis apapun. Jadi membuka cabang baru dan membuka waralaba adalah tujuan jangka panjang penulis.

C. Besarnya Peluang Bisnis

Dalam industri makanan dan minuman, bisnis makanan dan minuman memiliki perkembangan yang sangat baik bagi bisnis dunia. Jika kita fokus kepada industri minuman, akan sangat mudah jika kita melihat tren yang ada sekarang, dimana para masyarakat Indonesia memiliki tren yang sangat cepat jika ada minuman baru dengan inovasi dan kreatifitas baru menurut mereka.

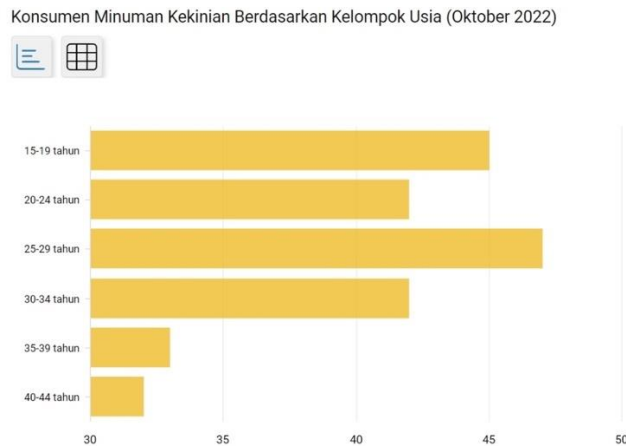
ReFresh Berpeluang besar untuk mendapatkan hati atau perhatian dari masyarakat karena ReFresh sendiri memiliki keunikan yang berbeda dari antara industri bisnis minuman lainnya. Hal ini diperkuat bahwa minuman merupakan kebutuhan utama manusia dalam melakukan aktivitas sehari - hari. Pada zaman sekarang membeli sebuah minuman ringan atau minuman yang diolah itu bukan hanya sebagai pelepas dahaga seperti dulu, tetapi sekarang minuman - minuman ini telah memiliki inovasi dan kreativitas yang menyebabkan minuman ini menjadi suatu tren yang biasanya harus diikuti semua kalangan dan menjadi suatu gaya hidup.



Penulis juga melihat bahwa di Indonesia, masyarakat dari segala kalangan usia masih sangat mencintai minuman - minuman kekinian. Terutama generasi milenial yang sangat mengikuti tren minuman hingga saat ini.

Gambar 1.2

Data Konsumen Minuman Kekinian Berdasarkan Kelompok Usia (Oktober 2022)



Sumber : databoks.katadata.co.id, 2022

Berdasarkan data survey pada gambar 1.2, minuman kekinian paling banyak dikonsumsi oleh kalangan milenial. Mayoritas yang mengonsumsi minuman kekinian itu berkisaran umur 25 - 29 tahun, dimana memimpin dengan angka 47% , diikuti dengan kelompok umur 15 - 19 tahun dengan angka 45%. Data ini membuktikan bahwa kecintaan masyarakat Indonesia dengan minuman kekinian itu masih cukup besar peluangnya. Lokasi ReFresh berlokasi di Citra Raya Tangerang, Cikupa. Lokasi tersebut menurut penulis merupakan wilayah yang sedang berkembang dengan cepat. Dimana kalau kita lihat masih sangat besar juga peluang untuk membuat tren baru disana karena untuk pesaing juga belum terlalu banyak. Penduduk di Cikupa pun akan terus berkembang secara pesat.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 1.3

Data Penduduk Cikupa 2022



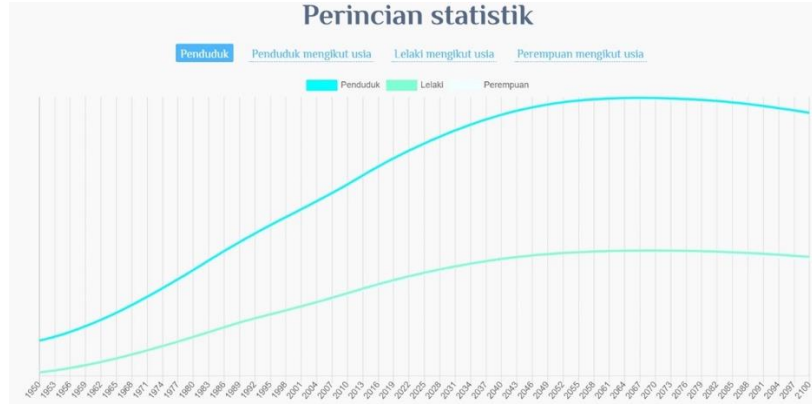
Sumber: ms.zhujiworld.com, 2022

Dimana data pada gambar 1.3 menunjukkan bahwa jumlah penduduk di Cikupa sebesar 183.001 jiwa. Angka ini termasuk cukup banyak dan kelompok umur 15 - 29 tahun sangat banyak serta memimpin dari kelompok umur lainnya. Dimana generasi milenial tersebut juga merupakan target pasar utama ReFresh. Jumlah penduduk ini di prediksi juga akan mengalami pertumbuhan yang signifikan. Jadi wilayah menurut penilaian penulis sangat cocok untuk penulis membuka suatu usaha baru.



Gambar 1.4

Ramalan Jumlah Populasi dan Demografi di Cikupa Hingga Tahun 2100



Sumber: ms.zhujiworld.com, 2022

D. Kebutuhan Dana

Sesuai dengan gambaran penulis, ReFresh akan memiliki toko fisik di daerah Citra Raya Tangerang, Cikupa. Dimana penulis membutuhkan dana yang cukup besar untuk perencanaan bisnis diawal ini. Sumber dana yang diperlukan ReFresh bersumber dari modal pribadi penulis, pinjaman orang tua, serta penanaman modal dari rekan penulis.

Tabel 1.1

Tabel Rincian Kebutuhan Dana “ReFresh”

Keterangan	Biaya
Kas Awal	Rp 12,914,000.00
Tempat Usaha dan Renovasi	Rp 275,000,000.00
Biaya Peralatan	Rp 23,623,000
Biaya Promosi Awal	Rp 10,000,000
Biaya Hak Paten	Rp 500,000
Total	Rp 322,037,000.00

Sumber: ReFresh 2023

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.