

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Ide Bisnis

Pandemi COVID-19 yang menyerang seluruh lapisan masyarakat di tahun 2020 menjadi salah satu tantangan beberapa pemilik bisnis dengan *marketplace* yang berdiri pada zaman tersebut untuk melakukan transisi ke metode bisnis yang lebih menguntungkan bagi calon customer dalam konteks sanitasi dan kesehatan. Salah satu sektor kritikal utama yang menjadi perhatian pemerintah dalam perizinan mobilitas untuk keperluan bisnis dalam periode COVID-19 adalah sektor bahan baku pertanian dan hasil bumi. Mengingat bahwa jenis produk seperti sayur, buah, beras, dan berbagai macam hasil tani lainnya adalah kebutuhan yang paling primer untuk masyarakat. Peristiwa ini memberikan dampak pada perilaku konsumen, produsen dan penjual dimana Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) mengharuskan adanya gerakan digitalisasi rantai pasokan dan *platform* penjualan produk hasil pertanian nasional. Di sisi lain, produsen produk (petani) yang harus terus melakukan produksi barang, seringkali mendapatkan perlakuan kurang adil dari pihak pengumpul barang/distributor karena presentase *margin* keuntungan yang diperoleh sangat sedikit. Hal ini menyebabkan penurunan kesejahteraan petani nasional. Halefit Indonesia memiliki tujuan utama untuk memberikan kemudahan bagi calon customer dalam memenuhi kebutuhan primer tersebut, serta turut membantu beberapa sektor lain dalam prosesnya. Memberikan solusi berupa kemudahan kepada customer dalam memenuhi kebutuhan pangan rumahan sehari-hari adalah tujuan utama dari bisnis ini.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



1.2. Gambaran Usaha

a. Bidang Usaha

Bentuk usaha menurut Lyandra (2020:21),

“Didalam sebuah perekonomian Negara terdapat beragam jenis usaha, dari keberagaman tersebut berdasarkan pada kegiatan usahanya bisnis dapat dikelompokkan menjadi 6 jenis usaha diantaranya sebagai berikut:

- a) *Sektor Agraris;*
- b) *Sektor Perindustrian;*
- c) *Sektor Perdagangan;*
- d) *Sektor Jasa;*
- e) *Sektor Pertambangan;*
- f) *Sektor Pariwisata;*
- g) *Sektor Informal”.*

Bentuk usaha Halefit Indonesia tergolong pada sektor perdagangan menengah, yang berperan sebagai distributor atau agen. Menurut Lyandra (2020:22), Bidang usaha perdagangan adalah bidang usaha dengan kegiatan utama penjualan/pembelian barang untuk memperoleh keuntungan. Menurut jumlah (kuantitas) dan skala geografis kegiatan jual beli produk/jasa, bidang usaha perdagangan terbagi menjadi 3 jenis, yaitu:

- a) Pedagang kecil, seperti toko kelontong, kios atau pedagang kaki lima.
- b) Pedagang menengah, seperti agen atau distributor yang mampu menjual barang dengan kuantitas lebih banyak/grosir.
- c) Pedagang besar, yaitu pedagang yang memiliki ruang lingkup usaha internasional (antar negara) dalam kegiatan ekspor dan impor.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

Berdasarkan klasifikasi tersebut, maka Halefit Indonesia tergolong dalam bidang usaha perdagangan menengah.

b. Visi dan Misi Perusahaan

1) Visi Perusahaan

Menurut David (2017:159), *visi/vision statement* harus memberikan insight mengenai tipe bisnis dari sebuah perusahaan. Visi harus mampu mencakup tujuan dan impian jangka Panjang perusahaan, dan di sisi lain tetap memiliki nilai detail dan presisi dalam konteks kegiatan bisnisnya.

Visi Halefit Indonesia adalah: “Meningkatkan taraf dan kualitas hidup masyarakat Indonesia melalui peningkatan kualitas, sanitasi, dan penerapan konsep *high-standart quality control* di setiap rantai pasokan produk hasil pertanian.”

2) Misi Perusahaan

- a) Memaksimalkan *quality control* pada tahap penanganan produk yang dijual oleh perusahaan.
- b) Mengembangkan dan selalu meningkatkan taraf sanitasi dan kesehatan dari *supply chain* dan pemeliharaan produk.
- c) Memberikan kemudahan teknikal bagi calon customer sehingga memaksimalkan efisiensi kegiatan bisnis bagi kedua belah pihak.
- d) Membantu UMKM sekitar dalam mengembangkan taraf bisnisnya sehingga dapat menjadi salah satu media peningkatan level bisnis UMKM sekitar,



- e) Mengembangkan bisnis ritel yang dimiliki kepada penyedia produk dengan membangun *supply chain* produk skala besar untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat diluar jangkauan geografis bisnis secara retail.
- f) Mengusahakan penyediaan produk yang sudah lolos standar kesehatan nasional, serta membantu pelaku UMKM lain dengan produk sejenis untuk mencapai standar kualitas yang ditentukan oleh negara.

c. **Tujuan dan Bidang Usaha**

Tujuan usaha dalam jangka pendek adalah untuk dapat meningkatkan kemudahan rantai pasokan di bidang pertanian, yang produknya berupa hasil pangan dari produsen kepada konsumen, serta turut meningkatkan tingkat sanitasi dan keamana produk yang dikonsumsi oleh wilayah yang termasuk dalam cakupan geografis bisnis. Selain itu, tujuan jangka Panjang dari binsic ini adalah untuk dapat memberikan suatu standar kesehatan produk pangan bagi seluruh masyarakat dan di seluruh titik *supply chain* produk. Seluruh proses yang terdapat dalam rantai pasokan produk binsic ini, mulai dari penanganan produk oleh produsen, distribusi barang, sampai ke gerai ritel, Halefit memiliki misi untuk terus menjaga kestabilan kualitas dan sanitasi produk yang dijual. Maka dari itu, tujuan utama jangka panjang dari bisnis ini adalah untuk mampu menerapkan konsep *high-standart quality product* bagi produk-produk hasil pertanian di skala yang besar.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



1.3. Peluang Bisnis

Pengertian peluang bisnis menurut Lyandra (2020:13), “Peluang bisnis terdiri dari dua kata yaitu peluang dan bisnis. Secara bahasa istilah peluang usaha ialah peluang yang dapat dimanfaatkan oleh seseorang atau lembaga untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi keinginannya (laba, aset, finansial) dengan memanfaatkan berbagai faktor baik faktor internal maupun eksternal”. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh SIRCLO dengan Katadata Insight Center (KIC) (Katadata,2021), adanya peningkatan perilaku konsumen yang mengarah kepada kegiatan belanja online sebesar 14,5% di tahun yang sama dengan interval waktu pandemic COVID-19 melanda Indonesia mengindikasikan bahwa bisnis online yang akan didirikan berpotensi untuk mendapatkan *exposure* yang besar terhadap masyarakat, apalagi dengan teknik pemasaran yang sesuai dan target pasar yang tepat. Selain itu, jenis produk yang dimiliki oleh bisnis ini merupakan salah satu kebutuhan yang paling primer di masyarakat, sehingga target pasar yang dituju sebenarnya cukup luas, tidak hanya mencakup ranah ritel saja, tetapi juga ranah grosir. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Katadata, produk makanan dan bahan makanan menempati peringkat ke-5 jenis produk yang paling populer dalam kegiatan belanja online. (Sumber: <https://katadata.co.id/>)

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

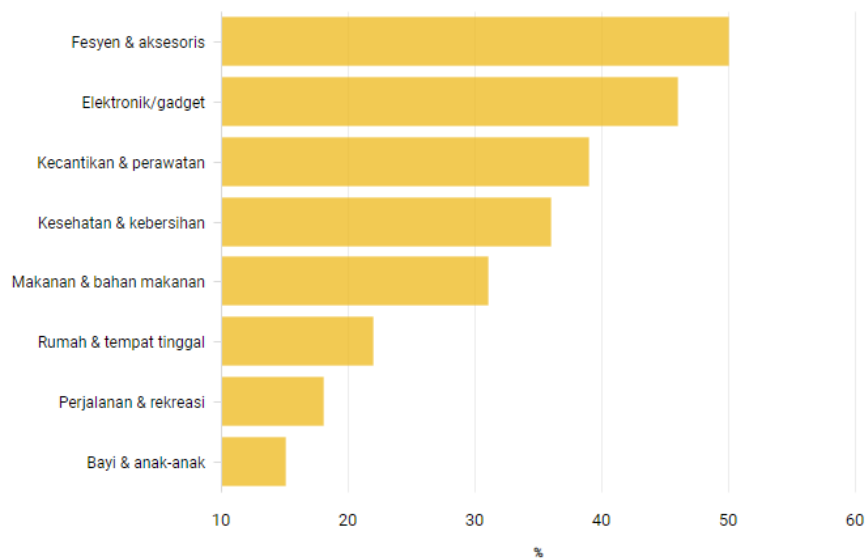
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Gambar 1.1 Kategori Produk Terpopuler Saat Belanja Online



*Data dalam persentase (%)

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Hasil riset Katadata adalah persentase konsumen yang berbelanja makanan dan bahan makanan pada tahun 2022 adalah sebanyak 31%, yang menempati peringkat ke-5, setelah produk *fashion* (50%), produk elektronik/*gadget* (46%), produk kecantikan dan perawatan tubuh (39%), dan produk kesehatan dan kebersihan (36%).

1.4. Kebutuhan Dana

Perkiraan kebutuhan dana untuk pendirian bisnis Halefit Indonesia adalah sebesar Rp 534.080.392. Modal ini diperoleh dari dana pribadi keluarga perencana bisnis Halefit Indonesia. Biaya sewa bangunan di lokasi Jalan Kemang Timur No. 90C, Pejaten Barat, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan adalah Rp 80.000.000 per tahun. Biaya pembelian bahan baku untuk 2 bulan pertama sebesar Rp 108.586.792, Biaya pemasaran yang meliputi pembuatan brosur dan *ads charge* sebesar Rp 7.000.000, biaya administrasi

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.



per tahun yang berupa administrasi tabungan perusahaan sebesar Rp 51.079.600, biaya perlengkapan per tahun yang mencakup *packaging* produk, alat tulis dan sebagainya sebesar Rp 14.790.000, biaya peralatan yang mencakup pembelian kendaraan, peralatan toko dan kantor sebesar Rp 143.624.000, dan biaya kas awal yang mencakup biaya gaji karyawan untuk 6 bulan pertama sebesar Rp 131.050.000, dan sisanya sebagai kas awal perusahaan.

**Tabel 1.1 Rencana Kebutuhan Dana
Halefit Indonesia**

No.	Jenis Biaya	Nominal
1	Biaya Sewa Bangunan	Rp 67.000.000
2	Biaya Pembelian Bahan Baku	Rp 108.586.792
3	Biaya Pemasaran	Rp 7.000.000
4	Biaya Administrasi	Rp 51.079.600
5	Biaya Perlengkapan	Rp 14.790.000
6	Biaya Peralatan	Rp 143.624.000
7	Biaya Kas Awal	Rp 142.000.000
Total Kebutuhan Dana		Rp 534.080.392

Sumber: Halefit Indonesia, 2023

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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