



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Ide Bisnis

Sandang, pangan, dan papan merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap manusia. Sandang yang memiliki arti pakaian sehari-hari, pangan yang memiliki arti makanan, dan papan yang memiliki arti sebagai tempat tinggal. Setiap manusia yang ada di muka bumi ini harus memenuhi ketiga hal tersebut setiap harinya untuk kelangsungan hidup kedepannya. Seperti halnya sandang atau pakaian, dimana setiap manusia harus berpakaian setiap harinya untuk melindungi tubuh dari cuaca panas dan hujan, maupun benda berbahaya lainnya. Pangan atau makanan sendiri berfungsi agar tubuh manusia memiliki sumber energi untuk diolah menjadi tenaga dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Papan atau tempat tinggal berguna sebagai tempat berlindung setiap manusia dari panas, hujan, dan lainnya.

Seperti yang dikatakan pada paragraf sebelumnya, pangan atau makanan berguna sebagai sumber energi bagi setiap manusia untuk menjalani aktivitas sehari-hari. Semakin bertambahnya umur seseorang, semakin banyak pula aktivitas yang harus dijalankan dan pastinya dapat menguras energi setiap harinya. Maka dari itu, perlu adanya asupan pangan atau makanan yang bergizi dan baik untuk sumber energi manusia. Dengan mengonsumsi makanan yang bergizi akan membuat tubuh lebih sehat dan membantu dalam tumbuh kembang manusia.

Di era *new normal* ini, orang-orang disibukkan dengan pekerjaan dan kesibukannya masing-masing. Dengan sempitnya waktu untuk mempersiapkan kebutuhan keluarga dan kesibukan pekerjaan membuat masyarakat menginginkan adanya kemudahan dan kepraktisan untuk membantu pekerjaannya agar lebih cepat dan ringan. Yang mana,

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.



berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah angkatan kerja Indonesia mencapai 144,01 juta jiwa pada Februari 2022. Jumlah tersebut mencapai 69,06% dari total penduduk usia kerja yang berjumlah 208,54 juta jiwa, artinya banyak dari masyarakat Indonesia yang memiliki kesibukan padat dalam bekerja (databoks, 2022a). Maka dari itu, mulai maraklah produk *frozen food* dilingkungan masyarakat saat ini untuk memudahkan masyarakat apabila ingin menyiapkan makanan secara cepat dan mudah.

Pada kenyataannya, proses pembekuan makanan sudah dilakukan sejak 3000 tahun sebelum masehi oleh masyarakat Cina kuno. Masyarakat Cina kuno mulai menggunakan es untuk mempertahankan kualitas makanan pada sepanjang musim dingin. Namun, *frozen food* sendiri mulai diperjualbelikan dan diperkenalkan kepada masyarakat sejak tahun 1912 oleh Clarence Birdseye, dimana selama bekerja di kapal, Birdseye belajar bahwa penduduk asli Amerika biasa memancing ikan dan membiarkan hasil tangkapannya beku dengan suhu sekitar -1°C sebelum akhirnya dimasak dan terasa lebih segar.

Frozen food sendiri merupakan produk pengolahan makanan dengan menyimpan makanan siap masak atau makanan mentah kedalam suhu rendah untuk mengubah kandungan air dalam makanan menjadi es agar makanan memiliki ketahanan yang lama atau tidak cepat rusak. Suhu yang rendah dapat membuat proses mikrobiologi yang ada pada makanan menjadi terhambat yang mengakibatkan ketahanan makanan menjadi lebih panjang.

Menurut Asosiasi Rantai Pendingin Indonesia (ARPI) mencatat bahwa konsumsi *seafood* beku pada 2019 mencapai 3,9 juta ton, unggas sebesar 1,9 juta ton, daging 500 ribu ton, produk susu dan olahannya (*dairy product*) 1,2 juta ton, serta buah dan sayur sebesar 2,4 juta ton. Sehingga, secara keseluruhan konsumsi makanan beku nasional



mencapai 9,9 juta ton. Hal ini menyebabkan IKM dari produk *frozen food* mencapai 10% dari total IKM pangan olahan (Yolanda Pratiwi, 2021).

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa prospek usaha *frozen food* ini sangat baik untuk dijalankan kedepannya. Maka dari itu, penulis memilih untuk menjalankan bisnis di bidang pengolahan makanan beku yang diberi nama “Hello Meal Frozen”. Selain karena adanya prospek yang baik dalam bidang makanan ini juga ketertarikan penulis dalam bidang *food and beverage*, sehingga dapat memantapkan diri untuk fokus dalam mendirikan usaha makanan beku ini.

Motivasi atau alasan penulis memilih untuk membangun bisnis *frozen food* sehat ini adalah karena tingkat permintaan akan produk *frozen food* di masyarakat ini sangat tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat permintaan masyarakat Indonesia akan makanan olahan beku setiap harinya. Banyaknya makanan yang diolah bersama dengan produk *frozen food*, seperti bakso, sosis, dan nugget pun menjadi salah satu alasan penulis untuk membuat produk *frozen food* Hello Meal Frozen ini. Selain itu, umumnya makanan siap makan atau *junk food* memiliki kandungan yang kurang baik untuk kesehatan karena mengandung lemak jenuh yang tinggi. Oleh karena itu, penulis berniat untuk membuat produk makanan olahan beku yang sehat dan memiliki kandungan gizi yang tinggi untuk tubuh, dimana salah satu produknya adalah bakso sayur dan dimsum yang didalamnya terkandung berbagai sayuran yang baik untuk tubuh manusia. Melihat dari peluang yang menjanjikan inilah akhirnya penulis berencana untuk membuka atau mendirikan usaha *frozen food* dengan nama “Hello Meal Frozen”.

1.2 Gambaran Usaha

a. Bidang Usaha

Hello Meal Frozen adalah usaha yang bergerak dalam bidang makanan. Hello Meal Frozen didirikan dengan melihat peluang yang ada, dimana sedari dahulu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta dimiliki IBI IKG (G) 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.



sampai sekarang produk *frozen food* masih dicari oleh masyarakat. Hello Meal Frozen didirikan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan makanan sehat dan praktis untuk dikonsumsi oleh masyarakat, serta dengan memberikan keunikan produk yang dijual. Dengan memberikan bentuk produk yang unik akan membuat anak-anak menjadi tertarik.

b. Visi

Visi menurut David & David (2017:38) dalam buku “*Strategic Management*”, bahwa sebuah usaha harus memiliki visi dengan pertanyaan “kita ingin menjadi apa?” yang harus dibahas dalam pernyataan visi. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh pemilik usaha visi harus dipahami oleh seluruh anggota organisasi.

Visi dari Hello Meal Frozen adalah menjadikan Hello Meal Frozen sebagai *frozen food homemade* sehat yang paling dicari di DKI Jakarta dengan memberikan kualitas yang sangat baik kepada pelanggannya.

c. Misi

Misi menurut David & David (2017:38) dalam buku “*Strategic Management*”, bahwa misi serupa dengan menanyakan “apa misi kita?” dengan “apa bisnis kita?”.

Pernyataan misi adalah pernyataan dengan alasan keberadaan organisasi, pernyataan tujuan yang membedakan satu organisasi dengan organisasi lain dengan tujuan serupa. Apa bisnis kita, seperti yang dijelaskan oleh pernyataan.

- 1) Selalu memberikan kualitas dari produk yang terbaik dan terjamin kepada para pelanggan.
- 2) Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan tanpa membeda-bedakan.
- 3) Memperluas atau memasarkan produk *frozen food* ke seluruh wilayah DKI Jakarta.
- 4) Selalu berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan dan masukkan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



- 5) Bersikap fleksibel dengan selalu berinovasi rasa dan produk sesuai dengan perkembangan zaman.
- 6) Menyediakan berbagai pilihan *frozen food*.

d. Tujuan

Penentuan tujuan suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan sangat penting untuk dilakukan karena untuk membantu dalam mengarahkan bisnis yang akan dijalankan atau dilaksanakan agar tetap dijalannya dan sebagai prioritas dari perusahaan kedepannya untuk mencapai tujuan awal perusahaan yang telah ditentukan.

Tujuan suatu usaha terdiri atas dua jenis, yaitu tujuan jangka pendek (*short-term objective*) dan tujuan jangka panjang (*long-term objective*). Tujuan jangka pendek (*short term goals*) atau disebut juga sebagai *destination statement* merupakan turunan dari visi perusahaan, berupa sasaran-sasaran yang harus dicapai dalam kurun waktu yang lebih pendek, yaitu dalam jangka waktu kurang dari satu tahun. Tujuan jangka pendek dari *Hello Meal Frozen* adalah:

- 1) Senantiasa memberikan kepuasan kepada pelanggan.
- 2) Senantiasa menawarkan produk yang berkualitas dan bermutu baik bagi seluruh konsumen.
- 3) Konsistensi dalam pelayanan, cita rasa, maupun *image* kepada konsumen.

Sedangkan tujuan jangka panjang disebut juga sebagai visi perusahaan karena memiliki jangka waktu yang panjang, yaitu dalam jangka waktu 5 tahun yang akan datang atau seterusnya. Tujuan jangka panjang dari *Hello Meal Frozen* adalah:

- 1) Mencapai target omset yang terus bertambah setiap tahunnya, yaitu sebesar 2000 per tahun.
- 2) Menjadi pilihan utama masyarakat dalam membeli produk *frozen food* dalam 5 tahun yang akan datang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



- 3) Menjadi pemasok utama *frozen food* untuk seluruh tempat makan, hotel, maupun pasar yang ada di DKI Jakarta dalam 5 tahun yang akan datang.
- 4) Membuka lapangan kerja baru dalam bidang pembuatan *frozen food* bagi masyarakat setempat daerah perusahaan.

1.3 Besarnya Peluang Bisnis

Dalam mendirikan suatu bisnis, setiap pelaku usaha bisnis harus dapat melihat dan menganalisa apakah bisnis yang akan dijalankan memiliki peluang yang besar untuk kedepannya dapat memperoleh keuntungan dan layak untuk dijalankan, khususnya dalam jangka panjang. Bisnis makanan atau kuliner merupakan bisnis yang fleksibel karena dapat dimulai dengan modal yang kecil dan dapat menjangkau siapa pun.

“Hello Meal Frozen” adalah sebuah usaha dibidang jual beli makanan cepat saji, yaitu *frozen food* sehat yang dipress untuk memastikan tidak ada udara yang masuk, sehingga dapat bertahan lebih lama dan kualitasnya dapat terjaga. Peluang bisnis yang bergerak dalam bidang makanan dapat dikatakan sangat besar. Hal ini dikarenakan, bisnis yang bergerak dibidang makanan dan minuman pada dasarnya tidak mengenal krisis sebab makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi oleh setiap individu manusia.

Besarnya permintaan pasar akan *frozen food* untuk kebutuhan lauk makanan dan bahan tambahan untuk masakan masyarakat Indonesia menjadi suatu hal yang dapat menjadi bukti bahwa peluang bisnis *frozen food* ini sangatlah besar.

Hal ini dapat dilihat berdasarkan gambar grafik di bawah ini, dimana menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), pada 2021 penduduk Indonesia rata-rata menghabiskan Rp1,26 juta per bulan untuk konsumsi. Nilai itu bertambah sekitar Rp 38.905 atau naik 3,17% dari tahun 2020, yang rata-ratanya Rp 1,22 juta per bulan. Jika dirinci berdasarkan



pos pengeluarannya, pada tahun 2021 rata-rata penduduk Indonesia menghabiskan Rp 622,8 ribu per bulan untuk konsumsi makanan, kemudian Rp 641,7 ribu untuk konsumsi non-makanan. Berdasarkan wilayah tempat tinggal, rata-rata pengeluaran konsumsi penduduk di perkotaan sebesar Rp 1,48 juta per bulan. Lebih besar daripada penduduk di perdesaan yang rata-rata konsumsinya Rp 971,4 ribu per bulan. Selain itu, berdasarkan tingkat konsumsi bakso di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 31,4 porsi per kapita per tahun dengan peningkatan setiap tahunnya mencapai 17,6%. (databoks, 2022b).

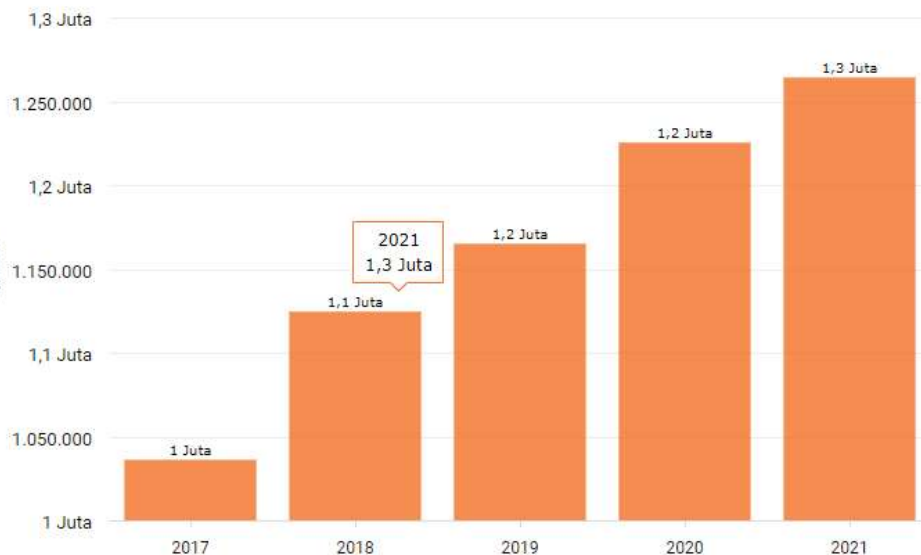
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 1. 1

Rata-Rata Pengeluaran Konsumsi Bulanan Masyarakat Indonesia (2017-2021)



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/21/berapa-rata-rata-pengeluaran-konsumsi-masyarakat-tiap-bulan>

Selain itu juga, Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik memperlihatkan penjualan online tertinggi diduduki oleh Makanan dan Minuman yang melonjak tajam 1070% dari penjualan di bulan Januari 2020. Hal serupa juga diperlihatkan oleh hasil survei Ipsos yang dilakukan secara *online* pada 4 hingga 15 Februari 2021 di Asia Tenggara, yaitu Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Filipina, dan Vietnam. Selama pandemi, 64 persen masyarakat Indonesia lebih memilih membeli produk

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.



UMKM melalui *e-commerce*. Produk yang paling banyak dibeli selama pandemi adalah 55 persen makanan seperti *frozen food* atau siap dimasak (*ready to cook*) dan 53 persen minuman (Widyaningrum, 2021).

Menurut Ketua Umum ARPI Hasanuddin Yasni mengatakan, di tahun 2022 ini (setelah adanya pandemi Covid-19) nilai transaksi *frozen food* yang menggunakan *cold chain* akan meningkat sebesar 17% secara year on year, atau berada di angka Rp 114 triliun (Kontan.co.id, 2022). Selain itu, ukuran pasar makanan beku di Indonesia sendiri diperkirakan tumbuh dari USD 1,77 miliar pada tahun 2023 menjadi USD 2,52 miliar pada tahun 2028, dengan CAGR sebesar 7,33% selama periode perkiraan (Mordorintelligence, 2023).

Sektor bisnis dalam bidang *Frozen Food* ini juga dinilai menjanjikan karena masyarakat saat ini yang ingin praktis dan cepat dalam pembuatan makanan khususnya untuk bekal makanan anak, karena saat ini banyak ibu rumah tangga yang juga bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya, sehingga *frozen food* menjadi pilihan yang tepat untuk dikonsumsi. Kandungan gizi yang ada di dalam produk *frozen food* juga tidak berubah dengan adanya proses pembekuan agar makanan lebih awet dan tahan lama. Kemasan atau pembekuan tidak akan mempengaruhi jumlah serat, kalori, gula, protein dan mineral dalam produk tersebut. Agar kebutuhan nutrisi tubuh terpenuhi, pilihlah *frozen food* yang berkualitas dan bergizi, salah satunya bakso sayur yang didalamnya terkandung banyak sayuran, tetapi tidak akan banyak merubah rasa bakso. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa peluang bisnis *frozen food* ini sangat besar, karena besarnya market dan permintaan pasar akan produk tersebut.



1.4 Kebutuhan Dana

Dalam menjalankan suatu bisnis perlu adanya modal usaha untuk menjalankan bisnis tersebut. Modal atau dana yang dikeluarkan untuk membangun bisnis tersebut digunakan oleh pelaku usaha untuk biaya operasional bisnis, maupun untuk biaya promosi atau pemasaran. Dana dalam membuat usaha biasanya diklasifikasikan berdasarkan aktiva tetap berwujud seperti bangunan, peralatan, dan lain sebagainya, aktiva tetap tidak berwujud seperti hak paten, lisensi, biaya pendirian, dan selain aktiva berwujud dan tidak berwujud dana kebutuhan juga termasuk di dalamnya adalah modal kerja atau semua investasi yang diperlukan untuk aktiva lancar seperti kas dan persediaan. Berikut ini merupakan rincian atas kebutuhan dana yang dibutuhkan oleh Hello Meal Frozen:

Tabel 1. 1

Rincian Kebutuhan Dana Hello Meal Frozen

No	Keterangan	Jumlah
1	Kas Awal	10.000.000
2	Biaya Bahan Baku	28.503.917
3	Biaya Perlengkapan	4.494.033
4	Biaya Peralatan	53.928.400
5	Sewa Bangunan	260.000.000
6	Biaya Pemasaran	1.350.000
Total		358.276.350

Sumber: Hello Meal Frozen

Berdasarkan kebutuhan dana tersebut, maka diputuskan untuk memilih sumber pendanaan 25% yang berasal dari pribadi dan 75% berasal dari hibah orang tua.