



BAB I

PENDAHULUAN

A. Ide Bisnis

Pandemi *COVID-19* membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat modern. Proses bersosialisasi sesama makhluk hidup mulai berubah seiring dengan keadaan dan kondisi. Pada saat pandemi terjadi, makanan menjadi salah satu industri yang mengalami pertumbuhan tercepat. Makanan juga merupakan kebutuhan dasar harus dapat dipenuhi oleh semua orang. Sekarang, setelah pandemi, membuat makanan juga dilihat dari sudut pandang efisiensi dan kegunaan yang maksimal untuk membantu masyarakat mengonsumsinya.

Pekerjaan menjadi salah satu hal utama yang sedang gencar dilakukan untuk menstabilkan kembali perekonomian individu maupun secara luas. Ini berdampak pada salah satu kegiatan yang biasanya sering dilakukan dan cukup menghabiskan waktu yaitu memasak. Hadirnya makanan olahan menjadi jawaban penting yang dibutuhkan ketika waktu dan efisiensi dalam memasak sangat ditekan. Dengan kepraktisan yang ditimbulkan membuat banyak pihak lebih merasa terbantu dari segi waktu dan tenaga untuk membuat makanan yang akan dikonsumsinya pada saat itu.

Makanan olahan pun mulai berkembang menjadi lebih bervariasi dengan berbagai macam jenis olahan makanan baik dari Nusantara hingga seluruh dunia. Mulai dari *nugget* hingga hidangan rumahan pun hadir untuk menjadi pilihan utama membantu dalam perihal memasak dan berhasil membuktikan keefektifannya dalam memangkas waktu. Ini membuat peningkatan masyarakat dalam mengkonsumsi makanan olahan beku menjadi terus meningkat tiap tahunnya dan merupakan peluang bisnis yang sangat menjanjikan.



Data Perkembangan Konsumsi Makanan Beku di Indonesia

Year	Production	Import	Export	Consumption	Growth (%)
2014	5,629,902	280,360	828,130	5,082,132	-
2015	5,920,708	229,551	631,013	5,519,246	8.6
2016	6,211,514	314,470	600,794	5,925,191	7.4
2017	6,502,321	389,626	621,604	6,270,342	5.8
2018	6,793,127	406,179	568,774	6,630,531	5.7
Annual Average (%)					6.9

Sumber: Badan Pusat Statistik (2019)

Berdasarkan data yang diatas dapat disimpulkan bahwa kenaikan konsumsi makanan beku di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup baik dihasil akhir pada tahun 2019 diangka 6,9%. Kenaikan ini dipastikan akan terus berlanjut sebagaimana pada masa pandemi *Covid-19* banyak sekali masyarakat yang mulai beralih untuk mengonsumsi makanan olahan beku lebih banyak lagi dibandingkan sebelumnya.

Gambar 1.2

Proyeksi Permintaan *Cold Storage* di Indonesia

Year	Projection of Production Capacity (tons)	Additional Production Capacity (thousand tons)
2019	462,750	92,550
2020	548,359	85,609
2021	631,161	82,802
2022	692,384	61,223
2023	765,084	72,700
2024	824,760	59,677

Sumber: Badan Pusat Statistik (2019)

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.

Dengan gambar data diatas dapat dilihat peningkatan dalam permintaan alat pendingin atau makanan beku (*cold chain*) yang cukup signifikan. Ini semakin memperkuat peluang bisnis Jawara Rasa yang akan cukup luas karena melihat minat dan juga permintaan yang tinggi dan terus meningkat, lalu menggunakan metode penjualan dan promosi *online* guna memperkecil biaya yang timbul dan memperluas pasar yang akan dituju.

B. Gambaran Usaha

Jawara Rasa adalah sebuah usaha yang menyediakan makanan Nusantara dalam bentuk olahan beku yang dapat disimpan dan dikonsumsi dalam waktu singkat. Banyak sekali variasi makanan yang akan dihadirkan untuk memuaskan para pembeli, tetapi di awal Jawara Rasa akan berfokus pada beberapa menu utama dan menghadirkan cita rasa Nusantara yang khas dengan bahan baku ayam, daging sapi, dan jengkol.

Jawara Rasa memproduksi makanan beku siap saji secara mandiri sehingga dapat dipertanggungjawabkan baik dari segi rasa hingga daya tahan yang akan didapatkan. Ini juga menjadi salah satu pembeda Jawara Rasa dengan usaha makanan olahan beku lainnya yang hanya menjual produk dari pabrik besar, Jawara Rasa membuat semuanya sendiri dengan bahan-bahan terbaik untuk kepuasan dari para konsumen. Pemilik usaha akan berfokus pada kualitas dan konsistensi rasa yang harus terus dipertahankan agar kepercayaan pembeli didapatkan secara penuh.

1. Visi dan Misi

Menurut David, Fred (2019 : 39), “*A vision statement should answer the basic question, ‘What do we want to become?’. A clear vision provides the foundation for developing a comprehensive mission statement*”.

Yang artinya adalah pernyataan mengenai kemampuan dalam menjawab pertanyaan dasar seperti “kita ingin menjadi apa?”. Visi merupakan pandangan yang diciptakan untuk menggapai pencapaian yang dibuat sebuah perusahaan dan

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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKG.

mendapatkan keberhasilan. Visi dari sebuah perusahaan harus dapat menggambarkan mengenai impian dan juga pencapaian yang akan diraih dengan menemukan peluang dan berhasil menghindari atau menghadapi tantangan untuk keberhasilan yang digapai.

Berikut merupakan visi dari Jawara Rasa, yaitu “Pelopor makanan olahan beku Nusantara yang dapat memberikan rasa, kualitas, hingga pelayanan terbaiknya untuk kepuasan konsumen”.

Menurut David, Fred (2019 : 40), “*The mission statement is declaration of an organization’s “reason for being”. It answers the pivotal question “What is our business?”. A clear mission statement is essential for effectively establishing objectives and formulating strategies*”.

Misi merupakan pernyataan perusahaan dalam menetapkan tujuan dan strategi.

Misi Perusahaan juga harus ditetapkan dengan baik sehingga dapat mencapai visi yang sudah diberikan. Misi dari Jawara Rasa adalah:

- a) Menyediakan makanan olahan beku berkualitas untuk dikonsumsi sehari-hari.
- b) Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen dan untuk kepuasan yang maksimal.
- c) Dapat menghadirkan inovasi-inovasi baru untuk setiap produk yang dikeluarkan sehingga menambah variasi menjadi lebih beragam.

2. Tujuan Usaha

Tujuan merupakan pencapaian yang dapat dicapai dalam waktu sesingkat mungkin. Dengan adanya tujuan dalam suatu bisnis maka pengarahan yang baik akan tujuan yang ingin digapai pun menjadi lebih terarah.

Tujuan dari Jawara Rasa pun akhirnya dibagi menjadi dua bagian yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang sebagai berikut:



a. Tujuan Jangka Pendek

- (C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**
1. Membuat rasa dan kualitas makanan terbaik dengan harga terjangkau.
 2. Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan walaupun sebuah *online store*.
 3. Produk dikenal oleh masyarakat melalui promosi *online*.

b. Tujuan Jangka Panjang:

1. Memberikan variasi makanan olahan beku yang dapat dipesan dan dikirim ke seluruh Indonesia.
2. Membuka lapangan pekerjaan yang lebih banyak untuk masyarakat sekitar.
3. Membuka *offline store* agar mempermudah pembelian dan stok produk serta memperluas pengenalan produk kepada konsumen secara lebih teliti.
4. Mempertahankan pengalaman mengonsumsi makanan olahan beku yang menyenangkan.

3. Besarnya Peluang Usaha

Besarnya peluang bisnis makanan olahan dengan sistem penjualan dan promosi online pastinya akan menggapai pasar yang lebih luas dan menjanjikan. Hingga saat ini produk olahan beku akan selalu dicari karena keefektifan dan juga efisiensi waktu yang diberikan dan membuat kegiatan masak memasak menjadi lebih mudah.

Kemajuan teknologi dalam proses promosi dan penjualan akan sangat membantu untuk meminimalisir biaya yang keluar dan juga jangkauan pasar yang lebih luas. Pemesanan untuk produk olahan beku juga memiliki ketentuan yang baik dan benar untuk menjaga produk sampai dengan keadaan sempurna di tangan para pembeli walaupun membeli secara *online*. Kepercayaan pembeli itulah yang akhirnya menjadi peluang terbesar Jawara Rasa untuk berkembang menjadi lebih baik.

- 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.



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, penilaian kritis 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

Peta Penyebaran Usaha *E-Commerce* di Indonesia



Gambar 3. Peta Penyebaran Usaha *eCommerce* di Indonesia Tahun 2022

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Berdasarkan pada peta yang ditampilkan diatas, dapat dilihat bahwa penyebaran *e-commerce* paling banyak di daerah Pulau Jawa yang menyebabkan perkembangan bisnis *online* cukup tinggi dibandingkan wilayah lainnya. Melihat juga adanya perubahan perilaku ekonomi masyarakat yang ikut membuat proses ekonomi berubah sedikit demi sedikit menjadi *online*. Tetapi jika melihat pada gambar yang ditunjukkan dibawah, masih banyak sekali penjual yang memilih tetap berjualan secara *offline* karena beberapa hal yaitu:



Persentase Usaha yang Tidak Melakukan *E-Commerce* Berdasarkan Alasan



Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Berdasarkan pada gambar yang ditampilkan diatas, dapat dilihat bahwa alasan terbesar menghindari penggunaan *e-commerce* adalah rasa nyaman ketika berjualan secara langsung. Ini menjadi salah satu kesempatan bagi Jawara Rasa untuk hadir dan berfokus kepada penjualan *online* khususnya di daerah Jabodetabek yang memang pasar *online* pun sudah berkembang pesat dibandingkan wilayah lainnya.

4. Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana untuk bisnis ini merupakan tahap awal yang dikerjakan secara mandiri sehingga tidak memerlukan upah karyawan dalam membuatnya.

Untuk rincian kebutuhan secara lengkap adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1
Rencana kebutuhan Modal awal Jawara Rasa (Dalam Rp)

Kebutuhan Modal	Jumlah
Kas	Rp 59,349,355
Investasi Aktiva Tetap Berwujud	Rp 21,351,968
Pembelian Perlengkapan Produk	Rp 8,313,900
Pembelian Perlengkapan	Rp 854,777
Tempat usaha	Rp 70,000,000
Investasi Aktiva Tidak Berwujud	Rp 1,000,000
zPersediaan	Rp 4,130,000
Total	Rp 165,000,000

Sumber: Jawara Rasa

Berdasarkan Tabel 1.1 maka, Jawara Rasa memerlukan biaya modal awal sebesar Rp 165.000.000 untuk mengantisipasi masalah-masalah yang mungkin terjadi pada awal toko beroperasi. Sumber dana yang ada berasal dari tabungan sendiri dan pemberian orang tua sebagai modal awal.

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.