



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Ide Bisnis

Di era saat ini, banyaknya pencemaran yang terjadi baik di darat, laut maupun udara yang tanpa sadar dapat mempengaruhi perubahan seperti perubahan cuaca yang ekstrim.

Dimana hal ini dapat memberikan dampak yang buruk terhadap kesehatan makhluk hidup di sekitarnya, khususnya manusia. Akan tetapi, masyarakat kurang peduli akan hal tersebut dan cenderung memiliki pola hidup yang tidak sehat, salah satunya dalam pola makan yang cukup buruk dan memilih mengkonsumsi makanan sepat saji yang lebih estetik, efektif, dan efisien dari pada mengkonsumsi buah – buahan.

Kesulitan masyarakat Indonesia dalam mengkonsumsi makanan sehat seperti buah – buahan bukanlah hal yang baru saja terjadi, melainkan menjadi permasalahan yang sudah mengakar di kalangan masyarakat. Tercatat melalui data yang dikeluarkan oleh Kementerian Kesehatan RI dimana pada tahun 2018 terdapat 95,5% masyarakat Indonesia masih kurang mengonsumsi buah dan sayur secara cukup. Faktor yang menyebabkan hal ini terjadi selain ketersediaan buah – buahan di lingkup internal mereka, seperti rumah, sekolah atau kantor adalah kecenderungan masyarakat yang tidak mau mengonsumsi buah karena bentuk, citarasa, dan tingkat kepraktisan dalam mengonsumsi buah – buahan.

Oleh karena itu, Milkie Miloon sebagai tempat yang menyajikan minuman dan makanan ringan (*dessert*) olahaan susu, melon serta buah tropis lainnya yang dibentuk dalam menu *smoothie*, jus, *pudding* ataupun *dessert box* yang sehat, cepat dan menarik. Konsep penulis adalah “*drink coldly stay healthy*”. Penulis memilih nama Milkie Miloon

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.



karena ingin menggambarkan visual susu dan melon yang menjadi poin utama pada produk penulis

Menjadikan melon sebagai pilihan buah utama dikarenakan buah melon dikenal tidak memiliki ketergantungan akan musim sehingga melon dapat diproduksi setiap tahun dengan usia panen yang cukup singkat yang mana kurang lebih 60 hari masa tanam. Jika dilihat dari perkembangan pasar melon di dalam negeri dapat terbilang cukup berkembang hingga masuk kedalam lingkup ekspor. Berdasarkan pernyataan Kasubdit Benih Tanaman Buah Ir. Elnizar Zainal, M.Si pada tahun 2014, produksi melon mencapai 150.347 ton yang tersebar di Jawa Tengah , Banten, Jawa Timur, DI Yogyakarta, Lampung dan Nusa Tenggara. Jika dilihat dari manfaatnya, melon mengandung vitamin B1 yang berfungsi menjaga *metabolism*, vitamin B2 yang berfungsi menjaga kesehatan kulit, mata, saraf serta pencernaan, serta buah – buahan lainnya yang memiliki manfaat yang beragam. Oleh karena itu terlintasilah untuk mencetuskan ide bisnis Milkie Miloon.

Berdasarkan data yang ditinjau melalui *Google Trend*, rasio dari peminat susu buah, *pudding*, dan susu *jelly* mengalami kenaikan dan penurunan dalam periode 30 hari terakhir ini. Walaupun saat ini sedang turun, hal ini memungkinkan bahwa minat dari konsumen akan meningkat lagi. Terbukti bahwa banyaknya kedai minuman yang didirikan di Jakarta, karena mereka dapat melihat potensi dalam bisnis ini di Jakarta.

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



Gambar 1.1

Minat Konsumen Pada Minuman dan Puding Susu Buah



Sumber : Google Trend, 2024

Dilihat melalui gambar 1.1, dapat diketahui bahwa kondisi grafik minat pada minuman susu dan buah mengalami pergerakan yang *tentative* selama 30 hari terakhir. Namun masih berada di tahap yang cukup baik. Dimana jika dibandingkan antara minat konsumen terhadap minuman susu dan minuman buah, minuman susu menduduki posisi yang lebih tinggi jika dilihat dalam kalkulasi rata – rata, namun jika dilihat dari per – tanggal 28 Februari 2024 minuman buah berada di posisi yang lebih tinggi daripada minuman susu. Keduanya masih berada di rasio 60 – 80 per 100.

**B. Gambaran Usaha**

1. Tujuan dan Bidang Usaha

Tujuan dari bisnis ini diadakan agar bisnis ini dapat berjalan serta berkembang kearah yang baik dari hari – keharinya. Disamping keberhasilan dan serta merta mencari profit, penulis juga menginginkan adanya tempat dimana konsumen dapat

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

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



menikmati minuman dan makanan penutup yang menyediakan manfaat segar dan sehat di waktu yang bersamaan. Selain itu karena olahan produk yang tidak terlalu manis, sehingga produk ini sangat cocok untuk dikonsumsi oleh semua usia.

## 2. Visi dan Misi Usaha

### a. Visi

Visi merupakan suatu gambaran masa depan yang dipilih dan diwujudkan pada saat tertentu dalam waktu. Oleh karena itu, visi dari Milkie Miloon adalah hadirnya Milkie Miloon dapat menjadi pendorong atau meningkatkan motivasi konsumen untuk mengkonsumsi buah – buahan dalam periode kurang lebih 1 – 2 tahun setelah berdirinya Milkie Miloon. Oleh karena itu visi misi dari perencanaan bisnis ini adalah menjadi salah satu pendorong konsumen untuk mengkonsumsi buah yang dikemas dalam hidangan serta pelayanan yang menarik.

### b. Misi

Misi merupakan suatu tindakan strategis untuk mencapai atau meraih visi yang telah ditetapkan didalam organisasi. Sehingga misi dari Milkie Miloon adalah:

- 1) Memperhatikan kualitas dari bahan baku produk.
- 2) Melakukan inovasi pada produk sehingga terciptanya diferensiasi.
- 3) Melakukan pengembangan usaha berdasarkan saran dan rekomendasi konsumen.
- 4) Selalu menyesuaikan diri dengan perkembangan pasar.
- 5) Menjaga cita rasa agar sesuai dengan standar operasional.
- 6) Melakukan *branding* dengan tujuan memperkenalkan Milkie Miloon kepada semua segmentasi pasar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



### 3. Tujuan Usaha

Tujuan usaha merupakan suatu hal yang akan dicapai dalam terbentuknya suatu usaha agar menciptakan keuntungan. Tujuan merupakan hal utama yang harus ditentukan oleh pelaku usaha agar mengetahui arah atau berjalannya usaha. Dengan begitu, tujuan dari

Milkie Miloon adalah sebagai berikut:

#### a. Jangka Pendek

- 1) Milkie Miloon dapat dikenal di wilayah Jakarta Barat dan Jakarta Pusat
- 2) Menjaga kualitas dari produk yang dihasilkan
- 3) Melakukan *branding* baik secara langsung maupun secara *online*

#### b. Jangka Panjang

- 1) Memperluas wilayah *branding* hingga Jabodetabek.
- 2) Terus melakukan inovasi pada produk
- 3) Melakukan kolaborasi dengan beberapa *brand* dengan konsep *reseller*.
- 4) Bekerja sama dengan *event – event* yang ada di Jabodetabek

### C. Besarnya Peluang Usaha

Peluang usaha dari bisnis ini cukup dapat dipertimbangkan. Berdasarkan riset melalui Riset Kesehatan Dasar (RISKESDAS) yang dirilis oleh Kementerian Kesehatan (KEMENKES) pada tahun 2018, sebanyak 61,3% responder yang mengkonsumsi minuman manis lebih dari 1 kali per harinya. Lalu 30,2% mengkonsumsi minuman manis 1-6 kali perminggu dan sisanya kurang dari 3 kali perbulan. Mayoritas yang biasa mengkonsumsinya adalah anak – anak hingga usia remaja, tetapi tidak menutup kemungkinan karena minuman ini dapat dikonsumsi



oleh semua kalangan usia karena kadar manis yang diberikan berasal dari susu *fullcream* dan susu kental manis yang disesuaikan dengan komposisi semua produk.

Selain itu, tidak hanya olahan minuman tetapi Milkie Miloon juga menyediakan *dessert*, berupa *pudding* dan kue yang dikemas dalam *dessert box* yang sengaja dibuat tanpa menggunakan bahan pengawet. Dikarenakan terdapat 2 konsep penjualan, yakni *online* dan *offline*. Dengan begitu, pada lokasi Kedai *offline* akan di *design* senyaman mungkin dan di buat dengan konsep *homie instagramable* yang cocok untuk dikunjungi oleh remaja ataupun keluarga, baik untuk tempat berkumpul ataupun tempat untuk belajar. Dikarenakan penulis selalu mempertahankan kualitas dari produk, maka produk yang lebih dari satu hari dan masih layak untuk di makan, akan penulis jual dengan potongan harga 30%.

Menurut penulis, jika dilihat dari pertumbuhan usaha *smoothies* yang ada di Indonesia seperti Juice Counture yang saat ini dapat omzet Rp 50 juta per bulan dari usaha ini dengan marginya bisa mencapai 30%. Selain itu, terdapat bisnis serupa bernama Healthy Crush yang mematok harga jual mulai Rp 15.000 hingga Rp 90.000, dapat meraup omzet mulai Rp 5 juta–Rp 15 juta setiap minggunya dengan margin sekitar 30% (Dina, 2024). Dapat dikatakan lokasi merupakan salah satu faktor penentu berkembangnya suatu usaha. Alasan mengapa terpilihnya wilayah Jakarta Barat karena wilayah tersebut cukup banyak sekolah, perumahan dan area kuliner yang mana banyak populasi penduduk di wilayah tersebut.

Hak Cipta Milik Asli KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian GIE)

Hak Cipta Lindungi. Undang-undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta

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 IBKIKG.

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



Gambar 1.2

Proyeksi Penduduk Jakarta Barat

Kecamatan	Jumlah Penduduk Hasil Proyeksi (Jiwa)								
	Laki-laki			Perempuan			Laki-laki dan Perempuan		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Kembangan	159 659	162 768	165 904	161 256	164 775	168 211	320 915	327 543	334 115
Kebon Jeruk	186 359	188 606	190 843	187 085	189 778	192 325	373 444	378 384	383 168
Palmerah	104 744	105 124	105 506	100 052	100 456	100 847	204 796	205 580	206 353
Grogol Petamburan	116 070	116 739	117 386	122 316	123 303	124 178	238 386	240 042	241 564
Tambora	125 416	125 634	125 853	115 556	115 805	116 036	240 972	241 439	241 889
Taman Sari	54 945	54 954	54 964	55 233	55 265	55 288	110 178	110 219	110 252
Cengkareng	297 863	302 039	306 214	285 787	290 468	294 942	583 650	592 507	601 156
Kalideres	231 041	234 789	238 550	224 683	228 859	232 886	455 724	463 648	471 436
Jakarta Barat	1 276 097	1 290 653	1 305 220	1 251 968	1 268 709	1 284 713	2 528 065	2 559 362	2 589 933

Sumber : <https://jakbarkota.bps.go.id/i>

Gambar 1.3

Proyeksi Sekolah Di Jakarta Barat

No	Wilayah	Total		
		Jml	N	S
1	Kec. Cengkareng	410	94	316
2	Kec. Kali Deres	399	81	318
4	Kec. Kebon Jeruk	252	55	197
3	Kec. Kembangan	271	53	218
7	Kec. Palmerah	152	50	102
5	Kec. Grogol Petamburan	205	37	168
6	Kec. Tambora	175	33	142
8	Kec. Taman Sari	104	29	75
<b>Total</b>		<b>1.968</b>	<b>432</b>	<b>1.536</b>

Sumber : <https://dapo.kemdikbud.go.id/sp/2/016200>

D. Kebutuhan Dana

Untuk menjalankan suatu usaha, dibutuhkannya modal awal untuk membangun usaha tersebut. Dana tersebut meliputi kas awal, peralatan, perlengkapan, bahan baku, biaya sewa, dan biaya renovasi. Sumber pendanaan Milkie Miloon berasal dari dana tabungan dan pemberian modal usaha dari keluarga (orangtua) selaku investor pertama dari usaha tersebut.

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

Berikut adalah perkiraan dana yang dibutuhkan dari usaha Milkie Miloon:

**Tabel 1.1**

**Biaya Pendanaan Milkie Miloon**

Keterangan	Harga/ Tahun (Rp)
Biaya Sewa Gedung	100.000.000
Biaya Renovasi	50.000.000
Biaya Peralatan	28.332.500
Biaya Bahan Baku	6.170.000
Biaya Perlengkapan	2.364.400
Biaya Pemasaran	3.400.000
Investasi Tak Berwujud	1.000.000
Kas Awal	20.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>211.266.900</b>

Sumber : Milkie Miloon

**© 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.