

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh DBS Asian Insight terhadap 545 responden di Indonesia pada tahun 2020, terjadi perubahan tren kebiasaan makan di luar dan memasak sendiri di rumah sejak pandemi Covid-19. Dalam survei ini 9 dari 10 responden merupakan pekerja dan 60% responden adalah wanita. Sebanyak 69% responden memilih memasak di rumah sejak terjadi pandemi Covid-19 dibandingkan sebelum pandemi yang hanya 42%. Kemudian persentase responden yang memilih makan di luar anjlok dari 35% menjadi 5%. Sisanya tidak terjadi peningkatan signifikan untuk responden yang memilih menggunakan aplikasi pesan antar *online* (dari 14% menjadi 18%) dan *drive-thru* atau *take-away* (dari 7% menjadi 8%). Masih menurut survei yang sama, pandemi Covid-19 juga telah mengubah cara responden berbelanja kebutuhan pangan. Responden yang memilih berbelanja kebutuhan bahan pangan menggunakan aplikasi *online* melonjak 7 kali lipat dari 3% menjadi 21% setelah Covid-19. Sedangkan responden yang memilih berbelanja di pasar tradisional turun secara signifikan dari 52% menjadi 30% [1].

Survei di atas turut didukung oleh survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020 terhadap 87.379 responden. 46% responden mengaku bahwa belanja *online*-nya meningkat sebagian besar disebabkan oleh peningkatan belanja bahan makanan. Dalam laporannya, salah satu retail *online* besar di Indonesia mengakui peningkatan permintaan bahan pokok rata-rata mencapai 50% [2].

Dengan meningkatkannya frekuensi memasak di rumah, bukanlah hal yang aneh jika 55% responden survei dari 2.000 orang Amerika yang dilakukan oleh *OnePoll* menyatakan bahwa mereka merasa capek karenanya. Menurut survei tersebut aspek memasak yang paling melelahkan adalah mempersiapkan bahan (46%), bersih-bersih (43%), merencanakan menu setiap minggu (42%), memasak (35%), mengumpulkan bahan-bahan (34%), dan menunggu makanan matang (28%). [3] Pada pengamatan penulis aspek-aspek melelahkan ini ditimbulkan karena bahan-bahan yang diperlukan untuk memasak sebuah hidangan biasanya bermacam-macam,

seperti ketika ingin memasak sayur asem memerlukan lebih dari 10 jenis bahan dan terkadang harus pergi ke pasar lain untuk membeli semua bahannya karena di pasar pertama kehabisan bahan tersebut. Kemudian setiap bahan harus dipersiapkan, dicuci dan dipotong. Setelah selesai memasak harus bersih-bersih.

Berdasarkan pembahasan di atas, maka penulisan tugas akhir ini ditujukan untuk menawarkan solusi untuk masalah yang telah dibahas sebelumnya. Adapun solusi direncanakan berupa sebuah layanan yang mampu memberikan kemudahan atau *convenience* dalam menyiapkan makanan sehari-hari. Berdasarkan uraian di atas maka penulis memutuskan untuk membuat **“Perencanaan Bisnis Startup Layanan E-Commerce Penyedia Paket Lauk Siap Masak “Food Mode””**

1.2. Rumusan Masalah

Dari penjelasan sebagaimana latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Pandemi mendorong konsumen untuk lebih banyak memasak sendiri di rumah & mengungsi ke layanan aplikasi *online* untuk berbelanja kebutuhan bahan pangan.
2. Mempersiapkan bahan-bahan untuk dimasak memakan banyak waktu dan melelahkan.
3. Konsumen bingung dalam menentukan menu-menu apa yang harus di masak setiap minggu.
4. Berbelanja untuk sebuah menu sangat merepotkan karena banyak bahannya.

1.3. Ruang Lingkup

Hasil dari tugas akhir ini adalah rencana bisnis yang dibutuhkan untuk mengembangkan *startup* layanan *e-commerce* penyedia paket lauk siap masak, di mana *startup* baru ini menyediakan fitur-fitur berikut:

1. Menyediakan fitur *Meal Planner* dan *Diet Recommendation* berdasarkan preferensi yang dimasukkan oleh konsumen dan melalui kebiasaan serta data demografi konsumen menggunakan teknologi *Machine Learning*.

2. Menyediakan fitur *Image Search* yang menggunakan teknologi *Image Recognition*, di mana konsumen dapat mengunggah atau memotret suatu makanan untuk dicarikan menunya.
3. Menggunakan teknologi *Geolocation* untuk memberikan promo berdasarkan lokasi konsumen dan untuk keperluan pengiriman produk.
4. Menyediakan fitur *Where to buy* yang mengarahkan konsumen ke *marketplace* untuk membeli perlengkapan dapur yang digunakan untuk video demonstrasi cara memasak setiap menu. *Startup* akan mendapatkan *referral fee* dari perusahaan yang menjual perlengkapan dapur.
5. Menyediakan fitur *Eat Like ...* di mana konsumen dapat memilih *influencer* atau selebritas yang bekerja sama dengan *startup* untuk dipesan menu sehari-hari yang dipromosikan *influencer* atau selebritas tersebut.
6. Aplikasi ini akan dirancang menggunakan aplikasi desain *UI/UX* dan *Prototyping* (Figma).

1.4. Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk membuat perencanaan bisnis startup layanan langganan makanan.

Manfaat dari tugas akhir ini adalah dihasilkannya rencana bisnis diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan pedoman untuk pengembangan *startup "Food Mode"*. Di mana apabila sudah terbentuk, maka:

1. Membantu konsumen dalam melakukan kegiatan memasak di rumah.
2. Konsumen tidak perlu lagi membuang banyak waktu untuk menyiapkan bahan-bahan makanan.
3. Konsumen tidak perlu lagi kebingungan memikirkan menu-menu apa yang harus di masak setiap minggu
4. Konsumen hanya akan mendapatkan 1 bungkus paket lauk per menu yang sudah disiapkan per porsi.

1.5. Metodologi Penelitian

Berikut merupakan metodologi penelitian dalam penyusunan tugas akhir ini:

1. Deskripsi Bisnis

Pada bagian ini dijelaskan mengenai informasi dasar mengenai *startup* “*Food Mode*”, yaitu nama, lokasi, struktur bisnis, analisis SOAR, jumlah pegawai dan waktu operasional, potensi ukuran pasar dan proyeksi laju pertumbuhan *startup*.

2. Rencana dan Strategi Pemasaran

Pada bagian ini dijelaskan mengenai target pasar, target pelanggan, kompetitor, penjelasan mengenai keinginan dan kebutuhan konsumen, biaya yang diperlukan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen, kenyamanan konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian dan komunikasi dengan konsumen yang akan dijelaskan dengan model *Lauterborn's 4Cs Marketing Mix*.

3. Operasi dan Dukungan

Pada bagian ini dijelaskan mengenai metode produksi dan penyampaian layanan, dan teknologi yang digunakan untuk sehubungan dengan layanan *startup* “*Food Mode*”.

4. Tim Manajemen

Pada bagian ini dijelaskan mengenai struktur organisasi beserta kualifikasi dan jumlah personil *startup* “*Food Mode*”.

5. Rencana Keuangan dan Proyeksi

Pada bagian ini disampaikan laporan laba rugi, neraca keuangan, laporan arus kas, proyeksi finansial mengenai bagaimana dan kapan *startup* “*Food Mode*” akan *break even* menggunakan rasio keuangan sebagai alat bantu kinerja rencana keuangan, dan potensial kebutuhan dan sumber pendanaan.

6. Risiko dan Kesempatan

Pada tahap ini akan dijelaskan kemungkinan masalah dan risiko yang akan timbul serta rencana akan penanganannya. Pada tahap ini juga dijelaskan bagaimana fleksibilitas *startup* “*Food Mode*” dalam memanfaatkan kesempatan yang mungkin muncul.