

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan di zaman sekarang semakin pesat dengan adanya teknologi dan adanya *e-commerce* yang memudahkan pengguna untuk melakukan aktivitas, terutama dalam transaksi belanja. Berdasarkan hasil statistik *E-commerce* 2020 menunjukkan bahwa setiap tahun terjadi peningkatan jumlah usaha yaitu sebanyak 45,93% usaha yang mulai beroperasi pada rentang 2017-2019, sebanyak 38,58% telah memulai usaha pada rentang 2010-2016 dan hanya 15,49% saja usaha yang telah beroperasi lebih dari 10 tahun. Dari 16.277 *e-commerce* yang dianalisis, sebanyak 71,18% usaha diantaranya memulai penjualan selama kurun waktu 3 tahun terakhir [1]. Walaupun sudah ada *e-commerce*, masih ada pengguna yang belanja di pasar, supermarket bahkan di toko terdekat, terutama kepada Ibu Rumah Tangga dan Wanita Karir dimana juga memiliki kegiatan sendiri sehingga menyuruh Asisten Rumah Tangga untuk belanja atau harus mengatur waktu untuk belanja di supermarket, toko dan pasar. Bulan Maret 2020, Pemerintah mengumumkan bahwa terdapat 2 kasus positif COVID-19 [2]. Untuk menghindari penyebaran virus, dihindarkan untuk tetap jaga jarak, jaga kesehatan dan melakukan PSBB (*Pembatasan Sosial Berskala Besar*) dimana tidak diperbolehkan untuk keluar rumah kecuali hanya untuk alasan penting saja. Berdasarkan *survey* layanan *UbiFresh* pada 2020 menyatakan bahwa mayoritas pengguna daerah Jakarta dan sekitar menggunakan layanan *UbiFresh* dikarenakan *review* dari pengguna, faktor harga bahan yang dapat ditawarkan dari beberapa pasar tradisional terdekat, *customize order* yaitu melakukan permintaan pesanan di catatan belanja, pesanan langsung diantar sampai ke rumah ketika telah melakukan transaksi pembayaran terlebih dahulu, bahkan layanan tersebut menyediakan tas untuk mengurangi penggunaan plastik. *UbiFresh* menjadi salah satu layanan aplikasi yang mempermudah pengguna agar tidak perlu pergi ke pasar tradisional dimana tidak hanya saat pandemi ini berakhir, tetapi setelah berakhir juga tetap bisa melakukan aktivitas walaupun tidak

sempat belanja bahan makanan [3]. Namun, yang perlu diperhatikan disini adalah dari segi *list* bahan makanan lainnya, pengantaran dan daerah lokasi/toko.

Untuk mencari bahan makanan sehat dari lokasi terdekat merupakan hal yang sering dicari oleh pengguna dimana tidak hanya membeli buah, sayur, daging dan unggas, akan tetapi juga mencari bahan makanan sehat lainnya seperti *olive oil*, *snack* sehat dan minuman sehat. Selain itu, pengguna juga dapat mulai melakukan *healthy lifestyle* dengan masak makanan sehat sendiri, mengganti bahan masakan yang memakai MSG dengan bumbu masakan sehat dan rempah-rempah serta juga dapat membuat makanan sehat lainnya. Jika dibanding dengan *catering* makanan sehat dan pengguna makan *catering* dengan menu yang sama setiap bulan akan membuat pengguna menjadi bosan, salah satu menu makanan dimana bahan makanan tersebut mungkin alergi ketika dikonsumsi oleh pengguna sehingga menjadi kurang efektif jika memesan *catering* sehat kecuali diperbolehkan untuk memilih menu makanan sehat yang ingin dipesan. Untuk pengantaran yang juga perlu dipertimbangkan adalah apakah pesanan pengguna diantar dalam kondisi masih baik atau tidak, makanan dan minuman sehat sudah disegel dan dikemas dengan baik agar ketika sudah sampai ke pengguna juga tidak perlu khawatir dikarenakan kualitas dari produk tersebut tetap terjaga. Begitu juga lokasi dimana jarak dari toko dengan lokasi pengguna jauh atau kurang menyediakan produk yang dibutuhkan oleh pengguna sehingga terpaksa harus membeli produk dari toko lain dengan jarak yang jauh dari lokasi pengguna dan harus memakan biaya pengantaran yang lebih mahal.

Untuk mengatasi masalah-masalah di atas maka diperlukan sebuah layanan antar bahan makanan sehat agar pengguna lebih mudah untuk membeli bahan makanan sehat jika tidak memiliki waktu untuk pergi ke pasar, tidak perlu khawatir untuk melihat apakah produk tersebut sudah BPOM (*Badan Pengawas Obat dan Makanan*), atau tidak dan dapat digunakan untuk masyarakat Indonesia terutama kepada orang-orang yang ingin masuk ke *healthy lifestyle*. Berdasarkan uraian di atas maka penulis memutuskan untuk membuat “**Perencanaan Bisnis Startup Layanan Antar Bahan Makanan Sehat Sanitary**” sebagai topik tugas akhir.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, beberapa permasalahan yang dihadapi sehingga munculnya ide untuk mengembangkan *start up* baru ini adalah sebagai berikut:

1. Daftar bahan makanan sehat yang tersedia masih minim dikarenakan hanya menyediakan buah-buahan, sayur-sayuran, daging, unggas dan *seafood* saja.
2. Lokasi toko atau pasar yang menjual bahan makanan sehat masih terbatas jika terletak dilokasi yang mayoritas banyak dikunjungi oleh pengguna sedangkan didaerah minoritas kemungkinan besar kurang lengkap bahan makanan yang tersedia.

## 1.3 Ruang Lingkup

Tugas akhir ini akan membuat sebuah rencana bisnis yang dibutuhkan untuk mengembangkan sebuah *start up* layanan antar bahan makanan sehat yang diberi nama “*SANITARY*”,dimana *start up* baru ini menyediakan fitur-fitur sebagai berikut ini:

1. Menyediakan fitur *FindMe* yang bertujuan untuk mencari bahan makanan, rempah-rempah, bumbu masakan organik dan lainnya. Fitur tersebut dapat dipilih berdasarkan rating, lokasi dekat alamat pengguna, rekomendasi dan harga.
2. Menyediakan fitur pencarian produk yang dicari dengan menggunakan teknologi AI (*Artificial Intelligence*).
3. Menyediakan layanan untuk melihat dan memantau lokasi dengan menggunakan teknologi *Google Maps API*.
4. Menyediakan metode pembayaran melalui aplikasi OVO dengan menggunakan teknologi *API*.
5. Menyediakan fitur *InfoHealth* yang berisikan voucher, diskon, informasi terkait bahan makanan yang sedang *tren* dan artikel terkini didunia kesehatan dan gaya hidup sehat.

## 1.4 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari tugas akhir ini adalah membuat perencanaan bisnis *start up* sebagai wadah bagi penjual untuk menjual bahan dan produk makanan sehat kepada masyarakat Indonesia.

Manfaat dari tugas akhir ini adalah membuat rencana bisnis yang dijadikan sebagai panduan awal dalam pengembangan *start up* “*SANITARY*” dimana jika “*SANITARY*” sudah terbentuk, maka:

1. Pengguna lebih mudah untuk membeli bahan makanan dan masakan sehat.
2. Para pengguna dapat memesan bahan makanan sehat ditoko luar dari daerah lokasi pengguna tersebut.

### 1.5 Metode Penelitian

Tahapan-tahapan di dalam pembuatan rencana bisnis di tugas akhir ini meliputi:

#### 1. Deskripsi Bisnis

Pada tahap ini akan dijelaskan penjelasan layanan *Sanitary*, fitur-fitur yang akan disediakan, latar belakang industri, latar belakang dan legalitas perusahaan, analisis SWOT perusahaan serta target dan tujuan perusahaan.

#### 2. Rencana dan Strategi Pemasaran

Pada tahap ini akan dijelaskan target pasar dan pelanggan *Sanitary*, penjelasan mengenai kompetitor dan *marketshare*, strategi dalam persiapan harga layanan *Sanitary* dan distribusi terhadap produk health yang akan dipasarkan, serta strategi promosi dan distribusi yang akan dijelaskan dengan menggunakan model *4S Web Marketing Mix*.

#### 3. Pengerjaan dan Dukungan

Pada tahap ini akan dibahas tentang target kualitas, kebutuhan teknologi, kualitas produk, dukungan layanan dan kebutuhan operasional dari *Sanitary*

#### 4. Tim Manajemen

Pada tahap ini akan dibahas tentang pengalaman dan keahlian yang dibutuhkan dalam *Sanitary*, struktur organisasi dan pengurusan hak kekayaan intelektual *Sanitary*.

#### 5. Rencana Finansial dan Proyeksi

Pada tahap ini akan dibahas tentang pembuatan laporan laba rugi, neraca keuangan, arus kas, analisis risiko keuangan, serta kebutuhan dan sumber dana bagi layanan *Sanitary*.

#### 6. Risiko dan Kesempatan

Pada tahap ini akan dibahas kemungkinan masalah dan risiko yang akan terjadi serta kesempatan yang memberi manfaat untuk mengembangkan *Sanitary*.



# UNIVERSITAS MIKROSKIL