

ABSTRAK

Dalam masa pandemi Covid-19, mobilitas dan aktifitas masyarakat terbatas oleh PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dimana adanya pembatasan kegiatan di berbagai fasilitas umum, seperti rumah makan, *mall*, bioskop, tempat wisata, dan sebagainya. Oleh sebab itu pembelian bahan makanan dilakukan melalui *online shop*. Kuliner *frozen food* selama tahun 2020 menjadi salah satu minat bisnis yang digeluti banyak wirausahawan, seperti baso, ayam unkep, *nugget*, sosis, otak-otak ikan, dan siomay (dimsum). Produk dimsum yang dimiliki penulis memiliki keunggulan, yaitu bentuk ukuran dimsum lebih besar dibandingkan produk pesaing dan memiliki rasa unik dan khas. Penulis memberikan nama Dimsumoo untuk usaha produk dimsum ini. Dimsumoo merupakan daging ayam tidak menggunakan campuran tepung dan memakai racikan khusus berstandar *premium*. *Targeting* Dimsumoo adalah wanita dan pria dari berbagai kalangan di Bandung tengah dengan usia 22-30 tahun yang memiliki daya beli dimsum dan berstatus pelajar dan pekerja. Strategi pemasaran yang digunakan, yaitu mempromosikan produk Dimsumoo di Instagram *food blogger*, Instagram *ads*, Grab Food, dan Go-Food. Modal awal yang digunakan untuk menjalankan usaha ini sebesar Rp 403.725.500, dimana modal ini disetor oleh penulis. Kelayakan dalam menjalankan usaha ini dapat dibuktikan dengan menggunakan metode *Net Present Value*, *Payback Period*, dan *Profitability index*. Hasil dari metode *Net Present Value* Rp 1.064.980.052 dapat diartikan, $NPV > 0$. Hasil dari metode *Payback Period*, yaitu 1 tahun 2 bulan 4 hari, dapat diartikan investasi awal sebesar 403.725.500 didapatkan kembali selama 1 tahun 2 bulan 4 hari. Hasil dari *Profitability index*, yaitu 3,5, dapat diartikan $PI > 1$. Hasil dari penilaian dengan metode tersebut, dapat disimpulkan bahwa Dimsumoo layak untuk dijalankan.

Kata Kunci: bisnis kuliner, bahan makanan beku

ABSTRACT

During the Covid-19 pandemic, community mobility and activities are limited by PSBB (Large-Scale Social Restrictions) where there are restrictions on activities in various public facilities, such as restaurants, malls, cinemas, tourist attractions, and so on. Therefore, the purchase of food ingredients is done through an online shop. Frozen food culinary during 2020 has become one of the business interests that many entrepreneurs are engaged in, such as meatballs, unkep chicken, nuggets, sausages, otak-otak, and siomay (dimsum). Dimsum products owned by the author have advantages, namely the shape of the dimsum size is larger than competing products and has a unique and distinctive taste. The author gives the name Dimsumoo for this dimsum product business. Dimsumoo is chicken meat that does not use a mixture of flour and uses a special blend of premium standards. Targeting Dimsumoo are women and men from various circles in Center Bandung aged 22-30 years who consume dimsum and are students and workers. The marketing strategy used is promoting Dimsumoo products on Instagram food bloggers, Instagram ads, Grab Food, and Go-Food. The initial capital used to run this business is Rp403.725.500, where this capital is paid in by the author. The feasibility of running this business can be proven by using the Net Present Value, Payback Period, and Profitability index methods. The results of the Net Present Value method of Rp1.064.989.052 can be interpreted, $NPV > 0$. The results of the Payback Period method, which is 1 year 2 months 4 days, can mean that the initial investment of Rp403.725.500 is recovered for 1 year 2 months 4 days. The results of the Profitability index, which is 3,5, can be interpreted as $PI > 1$. The results of the assessment with this method, it can be concluded that Dimsumoo is feasible to run.

Keywords: culinary, frozen food

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL (Bahasa Indonesia)	i
HALAMAN JUDUL (Bahasa Inggris)	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Deskripsi Konsep Bisnis	1
1.2 Deskripsi Bisnis	11
BAB II ANALISIS PELUANG BISNIS DAN IDE PRODUK	16
2.1 Analisis Peluang	16
2.2 Analisis Ide Produk dan Pasar	34
BAB III ASPEK PEMASARAN	39
3.1 Strategi Pemasaran	39
3.2 Bauran Pemasaran	45
3.3 Perkiraan Penjualan	50
BAB IV ASPEK OPERASIONAL	67
4.1 Peralatan dan Kapasitas Produksi/ Operasi	67
4.2 Proses Produksi/ Operasi	77
4.3 Lokasi dan Tata Letak (<i>Layout</i>).....	79
BAB V ASPEK SUMBER DAYA INSANI DAN MANAJEMEN	83
5.1 Struktur Organisasi	83
5.2 Waktu Kerja dan Kompensasi	90
5.3 <i>Standard Operating Procedure</i>	92
BAB VI ASPEK KEUANGAN	102
6.1 Kebutuhan Dana	102
6.2 Sumber Dana	105
6.3 Proyeksi Neraca	105
6.4 Proyeksi Laba Rugi	106
6.5 Proyeksi Arus Kas	118
6.6 Metode <i>Net Present Value</i>	119
6.7 <i>Payback Period</i>	120
6.8 Profitabilitas Index	121

DAFTAR PUSTAKA	124
<i>CURRICULUM VITAE</i>	127



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Daftar Restoran dan Kaki Lima yang Menjual Dimsum 8
Tabel 1.2	Daftar Produsen Dimsum di Bandung 8
Tabel 2.1	Daftar Pedagang Kaki Lima yang Menjual Dimsum 19
Tabel 2.2	Daerah Ketertarikan 20
Tabel 2.3	<i>Decision Matrix Analysis</i> 20
Tabel 2.4	<i>Paired Comparison Analysis</i> 22
Tabel 2.5	<i>Final Score</i> 22
Tabel 2.6	Analisis SWOT: EFAS 31
Tabel 2.7	Analisis SWOT : IFAS 32
Tabel 2.8	Matrik SWOT Dimsumoo 33
Tabel 3.1	Harga <i>Frozen</i> Dimsum 46
Tabel 3.2	Harga Dimsum Matang 47
Tabel 3.3	Perkiraan Penjualan dari Bulan ke-1 sampai Bulan-3 51
Tabel 3.4	Penjualan Semua Menu dari Januari sampai Maret 52
Tabel 3.5	Penjualan Bulan ke-4 Sampai Bulan ke-6 52
Tabel 3.6	Penjualan Semua Menu Bulan April - Juni 53
Tabel 3.7	Penjualan Bulan ke-7 sampai Bulan ke-9 54
Tabel 3.8	Penjualan Semua Menu Bulan Juli - September 54
Tabel 3.9	Penjualan Bulan ke-10 sampai Bulan ke-12 55
Tabel 3.10	Penjualan Semua Menu Bulan Oktober - Desember 56
Tabel 3.11	Penjualan Bulan ke-1 sampai Bulan ke-3 Tahun ke-2 56
Tabel 3.12	Penjualan Menu dari Bulan Januari sampai Bulan Maret .. 57
Tabel 3.13	Penjualan Bulan ke-4 sampai Bulan ke-6 Tahun ke-2 57
Tabel 3.14	Penjualan Menu dari Bulan April sampai Bulan Juni 58
Tabel 3.15	Penjualan Bulan ke-7 sampai Bulan ke-9 Tahun ke-2 59
Tabel 3.16	Penjualan Menu dari Bulan Juli sampai Bulan September 59
Tabel 3.17	Penjualan Bulan ke-10 sampai Bulan ke-12 Tahun ke-2 ... 60
Tabel 3.18	Penjualan Menu dari Bulan Oktober sampai Bulan Desember 61
Tabel 3.19	Penjualan Bulan ke-1 sampai Bulan ke-3 Tahun ke-3 61
Tabel 3.20	Penjualan Menu dari Bulan Januari sampai Bulan Maret .. 62
Tabel 3.21	Penjualan Bulan ke-4 sampai Bulan ke-6 Tahun ke-3 62
Tabel 3.22	Penjualan Menu dari Bulan April sampai Bulan Juni 63
Tabel 3.23	Penjualan Bulan ke-7 sampai Bulan ke-9 Tahun ke-3 63
Tabel 3.24	Penjualan Menu dari Bulan Juli sampai Bulan September 64
Tabel 3.25	Penjualan Bulan ke-10 sampai Bulan ke-12 Tahun ke-3 ... 65
Tabel 3.26	Penjualan Menu dari Bulan Oktober sampai Bulan Desember 66
Tabel 4.1	Peralatan Pembuatan Dimsum 67
Tabel 4.2	Perlengkapan Pembuatan Dimsum 71
Tabel 4.3	Bahan Baku Dimsum 72
Tabel 4.4	Harga Modal Dimsum (1) 73
Tabel 4.5	Harga Modal Dimsum (2) 74
Tabel 4.6	Harga Modal Dimsum (3) 74
Tabel 4.7	Harga Modal Dimsum (4) 75

Tabel 4.8	Harga Modal Dimsum (5)	75
Tabel 4.9	Kapasitas Produksi Dimsum per Hari	76
Tabel 4.10	Proses Pembuatan Dimsum	77
Tabel 5.1	Spesifikasi Pekerjaan Administrasi	86
Tabel 5.2	Spesifikasi Pekerjaan Kepala Operasi	87
Tabel 5.3	Spesifikasi Pekerjaan Karyawan Pembuat Dimsum	87
Tabel 5.4	Spesifikasi Pekerjaan Karyawan Pembuat Sambal	88
Tabel 5.5	Spesifikasi Pekerjaan Karyawan Pembuat Dimsum	88
Tabel 5.6	Waktu Kerja yang Diterapkan di Dimsumoo	90
Tabel 5.7	Kompensasi yang Diberikan Kepada Karyawan	91
Tabel 5.8	Standar Bahan Baku yang Dipakai Dimsumoo	92
Tabel 5.9	Standar Peralatan dan Perlengkapan Pembuatan Dimsum .	94
Tabel 5.10	Operasional Usaha	100
Tabel 5.11	Jam Operasi Produksi Dimsum Bahan Mentah Hingga Menjadi Frozen Dimsum	101
Tabel 6.1	Biaya Awal Peralatan	102
Tabel 6.2	Penyusutan Per Tahun	103
Tabel 6.3	Biaya Operasional	103
Tabel 6.4	Biaya Perlengkapan	104
Tabel 6.5	Harga Jual	104
Tabel 6.6	Proyeksi Neraca Awal	105
Tabel 6.7	Pendapatan Tahun Pertama	106
Tabel 6.8	Pendapatan Tahun Kedua	107
Tabel 6.9	Pendapatan Tahun Ketiga	107
Tabel 6.10	Pajak	108
Tabel 6.11	Biaya Produksi Tahun Pertama	109
Tabel 6.12	Biaya Produksi Tahun Kedua	109
Tabel 6.13	Biaya Produksi Tahun Ketiga	110
Tabel 6.14	Harga Modal Dimsum (1)	110
Tabel 6.15	Harga Modal Dimsum (2)	111
Tabel 6.16	Harga Modal Dimsum (3)	111
Tabel 6.17	Harga Modal Dimsum (4)	112
Tabel 6.18	Harga Modal Dimsum (5)	113
Tabel 6.19	Gaji Pegawai Tahun Pertama	113
Tabel 6.20	Gaji Pegawai Tahun Kedua	114
Tabel 6.21	Gaji Pegawai Tahun Ketiga	114
Tabel 6.22	Proyeksi Laporan Laba Rugi Tahun Pertama	115
Tabel 6.23	Proyeksi Laporan Laba Rugi Tahun Kedua	116
Tabel 6.24	Proyeksi Laporan Laba Rugi Tahun Ketiga	117
Tabel 6.25	Proyeksi Arus Kas Dimsumoo	119
Tabel 6.26	<i>Net Present Value</i>	120
Tabel 6.27	<i>Payback Period</i>	120
Tabel 6.28	Kesimpulan Hasil Penilaian Kelayakan Investasi Dimsumoo	122

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 1.1	Hasil Penelusuran Peminat Penjualan Makanan	3
Gambar 1.2	Lima Kota Terbesar di Jawa Barat yang Memiliki Minat Menjual Makanan Tertinggi	5
Gambar 1.3	Logo Dimsumoo	12
Gambar 1.4	Peta Lokasi	14
Gambar 2.1	Lima Kota Terbesar di Jawa Barat yang Memiliki Minat Jual Makanan Tertinggi	16
Gambar 2.2	Data Akun Instagram yang Berkunjung ke <i>Profile</i> Dimsumoo	35
Gambar 2.3	Data Lokasi Akun Instagram yang Berkunjung ke <i>Profile</i> Dimsumoo	36
Gambar 2.4	Data Gender dan Umur Akun Instagram yang Berkunjung ke <i>Profile</i> Dimsumoo	37
Gambar 3.1	<i>Packaging Frozen Dimsum</i>	44
Gambar 3.2	<i>Packaging Premium Box</i>	44
Gambar 3.3	Produk Dimsumoo	45
Gambar 3.4	Gambar Promosi Dimsumoo	49
Gambar 4.1	Lokasi Dimsumoo pada <i>Google Map</i>	80
Gambar 4.2	<i>Layout</i> Tempat Produksi Dimsum	81
Gambar 5.1	Struktur Organisasi Dimsumoo	83
Gambar 5.2	Proses Rekrutmen dan Seleksi	89
Gambar 5.3	Proses Mendapatkan Bahan Baku	95
Gambar 5.4	Proses Mempersiapkan Peralatan Produksi	96
Gambar 5.5	Proses Mengelola Bahan Baku Hingga Produk Siap Jual ..	96
Gambar 5.6	Prosedur Membersihkan Peralatan Produksi	96
Gambar 5.7	Proses Pemasaran Produk Dimsum ke Konsumen Melalui Media	97
Gambar 5.8	Proses Transaksi Pelanggan	97
Gambar 5.9	Proses Pembuatan Anggaran	98
Gambar 5.10	Proses Perekrutan dan Pelatihan Karyawan	98
Gambar 5.11	Prosedur Evaluasi Kinerja Karyawan	98
Gambar 5.12	Prosedur Pembersihan Tempat	99
Gambar 5.13	Proses Penyambutan Pelanggan dan Pemberian Informasi Menu.....	99
Gambar 5.14	Prosedur Menerima dan Menangani Keluhan Pelanggan ...	100