

# BAB I

## RINGKASAN EKSEKUTIF

### 1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Pada masa pandemi *COVID-19*, masyarakat Indonesia mengalami perubahan perilaku selama pandemi berlangsung. Masyarakat cenderung memiliki kekuatiran akan habisnya *stock* makanan dikarenakan mobilitas dan aktifitas mereka terbatas karena PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Selain itu masyarakat memilih untuk menyimpan makanan beku dirumah dikarenakan masyarakat memiliki rasa takut jika pergi membeli bahan makanan keluar rumah dan bertemu banyak orang, akan mengakibatkan terpaparnya *COVID-19*. Selain adanya rasa takut di masyarakat mengenai situasi pandemi ini, mobilitas dan aktifitas masyarakat terbatas oleh PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dimana adanya pembatasan kegiatan di fasilitas umum, seperti tempat makan, *mall*, dan dilarang berkumpul di tempat publik, jika melanggar akan ditegur keras dan diberikan sanksi. Maka dari itu masyarakat memilih untuk menyimpan bahan baku makanan dan makanan beku di rumah agar tidak perlu sering berpergian keluar rumah untuk membeli bahan baku.

Setelah adanya situasi yang diberlakukannya PSBB, masyarakat memilih membeli bahan makanan melalui *marketplace* atau *online shop*. Pembelian bahan baku, tidak hanya melalui pasar tradisional atau pasar *modern*, tetapi dapat dibeli melalui *marketplace*. *Marketplace* di Indonesia terdiri dari Tokopedia, Shopee, Bukalapak, BliBli.com, Lazada, dan JD.id dimana *marketplace* ini memberikan tempat yang memfasilitasi para pedagang *online* dalam menjual produknya. Hal

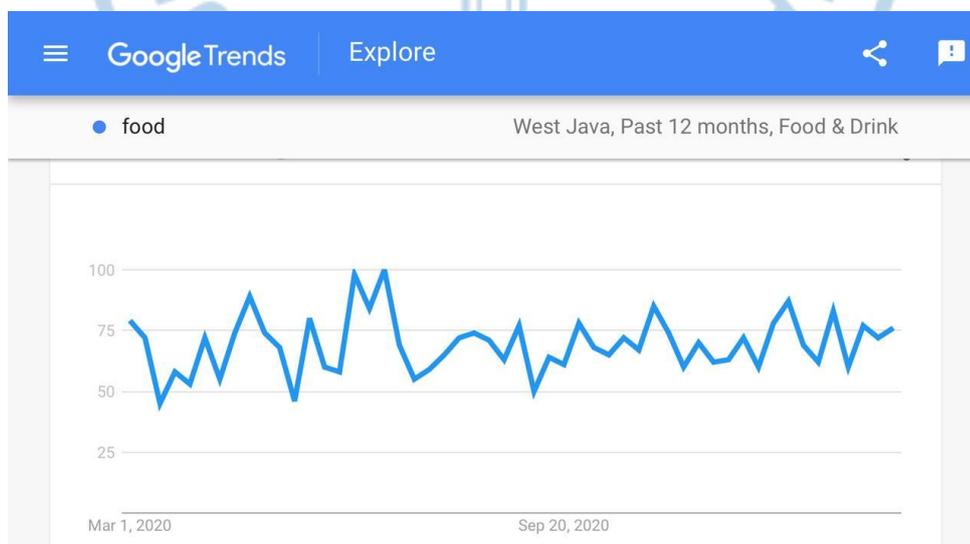
ini memberikan ide kepada penulis untuk berjualan makanan beku dan dapat menjual produk ini di *marketplace*, dimana *marketplace* ini sedang ramai digunakan masyarakat Indonesia untuk membeli makanan dan menjadi peluang untuk penulis membuka usaha *online*.

Dalam membuka usaha *online*, banyak sekali jenis usaha ditawarkan untuk dijual kepada masyarakat. Berikut usaha-usaha *online* yang diminati di saat pandemi *COVID-19* yaitu pemasaran digital, kuliner *online*, *fashion*, alat kesehatan, jasa pengiriman, produk kesehatan, produk pendidikan, produk hobi dan produk teknologi. Hal ini memicu para wirausahawan membuka usaha secara *online* dan menjual produknya di *marketplace* yang mengikuti *trend* di masa pandemi ini. Dalam pertimbangan memilih usaha dan ide bisnis, penulis akhirnya memilih usaha bidang kuliner yaitu makanan beku (*frozen food*). Makanan beku menjadi sorotan utama di bidang kuliner pada masa pandemi *COVID-19*. Banyak masyarakat memilih menyimpan makanan beku agar tidak perlu pergi keluar rumah untuk membeli makanan dan bahan baku makanan, maka dari itu meningkatnya penjualan makanan beku dan penjualan produk secara *online* di masa pandemi ini.

Kuliner *frozen food* selama tahun 2020 menjadi salah satu minat bisnis yang diminati banyak wirausahawan. Salah satunya, banyak wirausahawan memilih berjualan makanan yang serupa di media sosial, contohnya seperti baso, ayam unkep, nugget, sosis, otak-otak ikan, dan siomay (dimsum). (<https://www.pikiran-rakyat.com>, 15 Maret 2021). Dikarenakan cukup banyak wirausahawan menjual produk *frozen food* yang sama, maka dalam hal ini

menjadi persaingan yang cukup ketat dalam berjualan *frozen food*, dimana penulis berencana untuk menjual menu *frozen food* yaitu dimsum.

Sebelum masa pandemi, penulis memiliki usaha dimsum yang telah berjalan 1 tahun dan sudah memiliki konsumen tetap, dimana dilingkungan pertemanan penulis sudah mengetahui produk dimsum ini. Produk ini sudah memiliki *marketplace* yaitu Grab Food dan Go-Food. Selain itu produk dimsum ini sudah mempunyai Instagram dan memiliki *followers* Instagram lebih dari 900 orang. Oleh karena penulis memiliki ide untuk membuat menu *Frozen* dimsum, dimana konsumen dapat menyimpan produk ini sebagai cemilan sehari-hari atau dapat dijadikan menu sarapan. Maka dari itu, penulis memiliki keberanian membuka usaha sebagai produsen dimsum di Bandung. Berikut hasil dari *Google Trend* mengenai penjualan makanan di Jawa Barat pada tahun 2020 hingga 26 Februari 2021



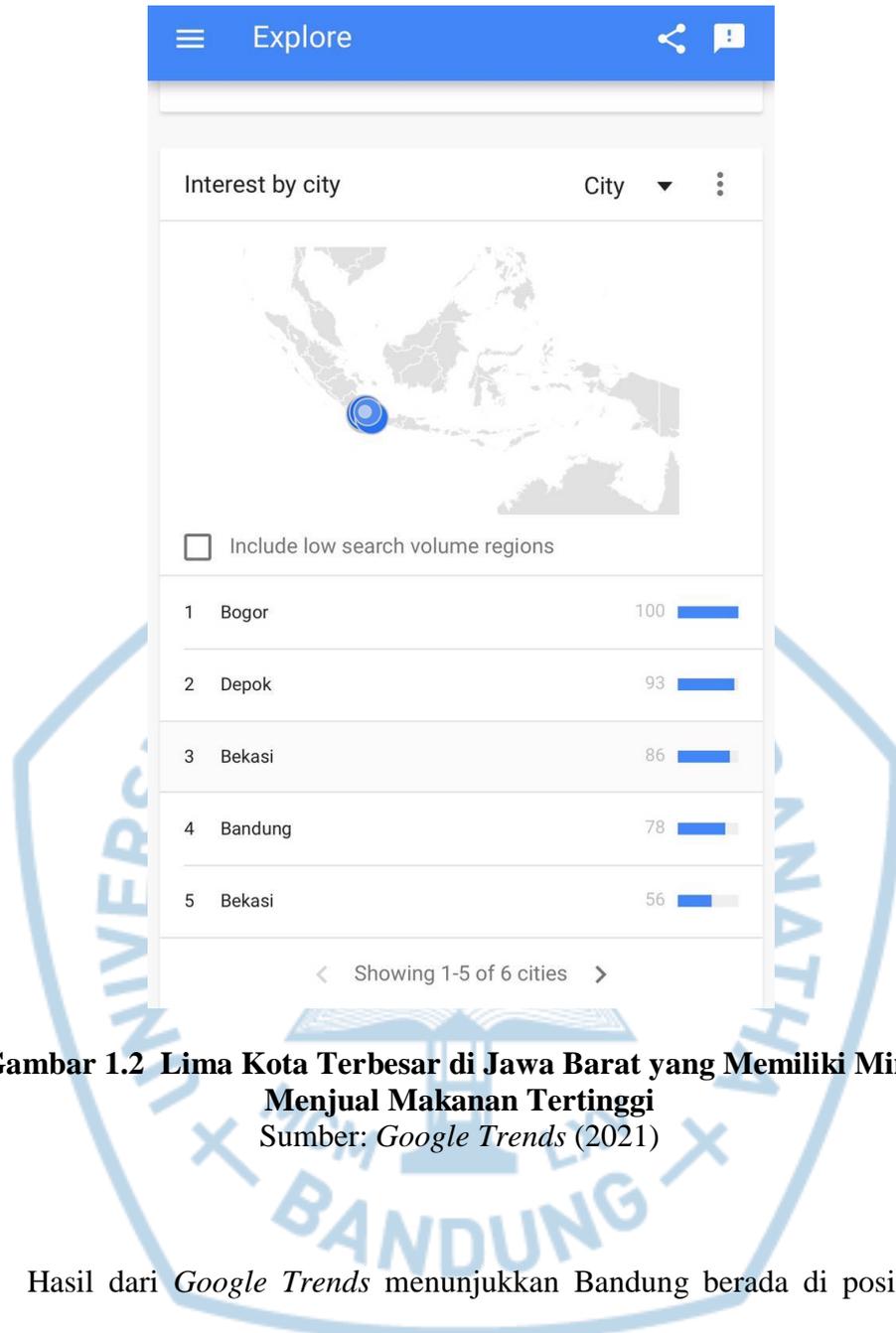
**Gambar 1.1 Hasil Penelusuran Peminat Penjualan Makanan**  
Sumber: *Google Trends* (2021)

Hasil dari *Google Trends* menunjukkan adanya kenaikan dan penurunan, tetapi adanya kenaikan penjualan makanan di akhir diagram. Hal ini, menunjukkan hasil yang baik dalam penjualan makanan. Pada akhirnya penulis memiliki keberanian untuk membuka usaha *fozen food* dimsum.

Penulis akan membuka usaha makanan beku tersebut di Bandung. Bandung dikenal dengan wisata kuliner yang menjadi daya tarik para pelancong dari luar kota. Bandung memiliki banyak tempat wisata kuliner seperti di Cibadak, Paskal 23, dan lainnya.

Para pelancong biasanya mendatangi wisata kuliner di Cibadak karena menyediakan berbagai jenis makanan unik dan beraneka ragam, dari yang halal hingga non-halal. Selain itu Paskal 23 menjadi salah satu destinasi kuliner yang harus didatangi, dikarenakan memiliki *Foodcourt* yang menjual berbagai jenis makanan dan memiliki konsep *outdoor* untuk *Foodcourt*, sehingga para pelancong menyukai dan menikmati suasana dan makanan di Paskal 23. Bandung memiliki banyak wisata kuliner lainnya sehingga Bandung termasuk kota wisata kuliner.

Maka dari itu, Bandung termasuk 4 kota terbesar di Jawa Barat dimana peminat kuliner cukup tinggi. Berikut adalah 5 kota yang memiliki peminat penjual makanan terbesar Jawa Barat.



**Gambar 1.2 Lima Kota Terbesar di Jawa Barat yang Memiliki Minat Menjual Makanan Tertinggi**  
Sumber: *Google Trends* (2021)

Hasil dari *Google Trends* menunjukkan Bandung berada di posisi ke-4 terbesar di Jawa Barat dalam peminat penjualan makanan. Maka dari itu penulis memiliki peluang untuk menjual *frozen food* yaitu dimsum yang letaknya di kota Bandung. Dalam membuka usaha di Bandung, penulis tertarik meneruskan usaha menjual produk dimsum, dikarenakan penulis ingin mengembangkan usaha menjadi produsen dimsum yang terpercaya dan profesional, sehingga penulis dapat menjadi produsen dimsum terbesar di Bandung. Dimsum merupakan

makanan berasal dari Tiongkok dan biasanya disantap saat sarapan pagi dan disajikan berdampingan dengan teh hangat. Dimsum memiliki beragam jenis, rasa, dan bentuk. Nama lain dari dimsum adalah Yum Cha yang memiliki arti minum teh disajikan dengan makanan ringan seperti hakao, siomay ayam, siomay udang, dan jenis dimsum lainnya. Dimsum dapat disajikan dengan cara dikukus atau digoreng. Dimsum termasuk menu makanan ringan untuk dijadikan cemilan atau dapat dijadikan sarapan pagi.

Penulis memilih membuka usaha menjadi produsen dimsum dikarenakan kafe dan pedagang kaki lima yang menjual menu dimsum di Bandung sangatlah banyak, dimana penulis dapat menawarkan produk dimsumnya itu ke pemilik kafe atau pedagang dimsum kaki lima, lalu menjadi salah satu pemasok dimsum ditempat usaha pemilik kafe atau pedagang dimsum kaki lima tersebut. Maka dari itu produk dimsum yang dimiliki oleh penulis memiliki beberapa keunggulan Dimsum dari produk penulis memiliki keunggulan yaitu bentuk ukuran dimsum yang besar dibanding dengan produk pesaing produsen dimsum lainnya dan memiliki rasa yang unik dan khas. Penulis memberikan nama usaha untuk produk dimsum ini adalah Dimsumoo.

Penulis berharap hadirnya produk Dimsumoo ini dapat membantu para *reseller* yang menjual produk dimsum ini mendapatkan kepuasan saat menjual produk tersebut, dimana konsumen *reseller* sangat puas dan cocok dengan produk Dimsumoo, dikarenakan rasa, tekstur, dan bentuk dari dimsum ini berbeda dari yang lain dan sebanding dengan harganya. Cita rasa dari dimsum unik dan khas dibandingkan dengan produk pesaing lainnya. Dimsumoo mempertahankan cita

rasa *chinese food* walaupun harga jual Dimsumoo tidak sama seperti produsen pesaing.

Dimsumoo adalah bisnis yang bergerak dibidang kuliner dan merupakan salah satu produsen dimsum di Bandung yang baru saja memulai usahanya pada 1 Agustus 2020. Penulis memilih bisnis ini dikarenakan adanya peluang cukup besar untuk menjadi salah satu produsen tebaik di Bandung. Terbukti banyaknya penjual dimsum kaki lima maupun penjual dimsum di kafe yang terdapat di Bandung cukup banyak. Maka dari itu penulis memiliki ide untuk menjadi produsen dimsum no. 1 di Bandung. Penjual dimsum kaki lima maupun penjual dimsum di kafe sangatlah banyak, sehingga beberapa penjual dimsum di kafe dan penjual dimsum kaki lima di Bandung memiliki harga jual dikisaran Rp15.000 – Rp18.000 seperti di *Lo.Ka.Si coffee& space*. Dikarenakan banyaknya penjual dimsum di Bandung, penulis memiliki ide menjadi produsen dimsum berkualitas premium dengan harga terjangkau yang berada di Bandung.

Saat ini banyaknya wirausahawan yang memilih untuk berjualan dimsum, di karenakan peminat dimsum di Bandung cukup tinggi, terutama dikalangan mahasiswa dan mahasiswi. Sehingga penulis melihat peluang cukup besar untuk menjadi produsen dimsum di Bandung. Berbagai jenis dan berbagai macam rasa dimsum yang beredar dikalangan penjual dimsum, menjadi salah satu persaingan dikalangan produsen. Berikut penjual dimsum yang berada di Bandung.

**Tabel 1.1 Daftar Restoran dan Kaki Lima yang Menjual Dimsum**

| No. | Nama Outlet           | Alamat Outlet                         | Tempat Makan |
|-----|-----------------------|---------------------------------------|--------------|
| 1   | Baper Dim Sum         | Jl. Ambon 11 Bandung                  | Kaki Lima    |
| 2   | Lo.Ka.Si Coffe &Space | Jl. Ir.H.Juanda 92 Bandung            | Kafe         |
| 3   | Red Dimsum            | Jl. Dipati Ukur Bandung (depan Unpad) | Kaki Lima    |
| 4   | DU Dimsum Kedai 1     | Jl. Dipati Ukur 33 Bandung            | Kaki Lima    |

Sumber: Google (2021)

Dari Tabel 1.1 merupakan daftar restoran dan kaki lima yang menjual dimsum. Persaingan produsen dimsum di Bandung saat ini cukup ketat, dikarenakan bertambahnya produsen dimsum yang memasarkan produknya di Bandung cukup banyak. Munculnya produsen dimsum yang terbilang baru memulai usahanya menjadi hambatan penulis untuk memperluas produk Dimsumoo di masyarakat, sehingga hambatan dan kendala mulai dirasakan oleh penulis untuk mengembangkan dan memajukan usaha menjadi produsen dimsum no. 1 di Bandung. Berikut adalah produsen dimsum yang berada di Bandung.

**Tabel 1.2 Daftar Produsen Dimsum di Bandung**

| No. | Nama Produsen | Alamat Produsen                      |
|-----|---------------|--------------------------------------|
| 1   | Yumm.Dimsum   | Cicaheum Gg. Irit 17 Bandung         |
| 2   | Nyoi.dimsum   | Jl. Sukarsah 14 Bandung              |
| 3   | DimsumKeun    | Jl. Jend. H. Amir Machmud 888 Cimahi |

Sumber: Instagram (2021)

Keunggulan dari para pesaing produsen dimsum di Bandung yaitu para pesaing memiliki *followers* sangat tinggi di Instagram dan memiliki testimoni yang terpercaya, sehingga pelanggan tidak ragu untuk menjadi *reseller* dari pesaing tersebut. Para pesaing produsen dimsum sedikit banyak telah memulai usahanya sejak 3 tahun yang lalu, sehingga *brand* produsen tersebut telah dikenal masyarakat.

Kekurangan dari para pesaing produsen dimsum yaitu campuran tepung yang cukup banyak di produk dimsum sehingga, jika dimsum telah dingin tekstur dimsum tersebut menjadi keras. Rasa dimsum dari para pesaing pun dibawah standar restoran, sehingga Dimsumoo memiliki keunggulan dimana memiliki cita rasa dan tekstur dimsum berstandar *premium*. Produk dari Dimsumoo merupakan daging ayam yang tidak memakai campuran tepung dan memakai racikan khusus berstandar *premium*, sehingga Dimsumoo memiliki keunggulan untuk bersaing dengan para pesaing dari produsen lainnya.

Produk Dimsumoo tidak kalah bersaing dari segi rasa, tekstur, dan jenis-jenis dimsum. Dimsumoo memiliki cita rasa unik dan khas. Komposisi dari daging dimsum tersebut 100% daging dan tidak memakai campuran tepung terigu. Keunggulan dari Dimsumoo yaitu teksturnya tidak keras saat dimsum yang sudah matang menjadi dingin, lalu tekstur dimsum tersebut masih empuk dan tetap terasa *juicy* dari daging ayam tersebut dan memiliki rasa yang khas dan unik. Banyaknya pesaing produsen dimsum di Bandung yang telah memiliki cita rasa dimsum yang menurut saya tidak jauh berbeda dari yang satu dan yang lainnya, sehingga penulis memanfaatkan peluang untuk membuat produk dimsum berkualitas *premium* dengan harga sangat terjangkau.

Selain itu, *Targeting* Dimsumoo yaitu wanita dan pria yang berada di Bandung tengah dengan usia 22-30 tahun yang memiliki daya beli dimsum dan berstatus pelajar dan pekerja. Selain itu, memiliki penghasilan minimal sebesar Rp1.200.000 atau lebih. *Targeting* menurut gaya hidup yang menyukai kuliner makanan.

Potensi pasar Dimsumoo cukup tinggi bagi para *reseller* dimsum yang membeli dimsum secara eceran, sehingga *reseller* berskala kecil tidak mengambil resiko besar untuk menjadi *reseller*, karena Dimsumoo memiliki paket pembelian dimsum khusus untuk *reseller* yang mengambil dimsum dalam kuantitas 90 buah.

Strategi pemasaran yang digunakan Dimsumoo yaitu mempromosikan produk Dimsumoo di Instagram *food blogger* dan Dimsumoo membuat promosi di Instagram *ads*, Grab Food, dan Go-Food. Hingga membuat masyarakat tertarik untuk membeli produk Dimsumoo dan melakukan *repeat order*. Pemasaran yang dilakukan melalui media sosial yaitu di Instagram, dimana penulis memberikan harga promo, lalu Dimsumoo memiliki potongan harga jika membelinya di Grab Food dan Go-Food. Setelah melakukan pemasaran, adanya peningkatan penjualan sebesar 80% dikarenakan di era pandemi *COVID-19* membuat masyarakat lebih berfokus pada pembelian secara *online*. Sehingga jika melakukan pemasaran secara *online* dapat meningkatkan penjualan dan ketertarikan konsumen terhadap produk Dimsumoo. Dimsumoo telah melakukan pemasaran secara *online* dan menghasilkan peningkatan pembelian dan meningkatnya ketertarikan membeli dimsum, dimana konsumen menghubungi Dimsumoo untuk menanyakan produk Dimsumoo.

Modal awal yang digunakan untuk menjalankan usaha ini sebesar Rp430.725.500, 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* Rp1.064.989.052 dapat diartikan,  $NPV > 0$ . Hasil dari metode *Payback Period* yaitu 1 tahun 2 bulan 4 hari, dapat diartikan investasi awal sebesar Rp430.725.500 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 menjalankan usaha ini.

## 1.2 Deskripsi Bisnis

Dimsumoo merupakan bisnis yang bergerak di bidang kuliner. Dimsumoo adalah salah satu jenis makanan yang berasal dari China dan memiliki kelebihan yaitu rasa dimsum yang enak memiliki rasa asli dimsum seperti dari China, tetapi harga jual ini merupakan harga yang terjangkau, dan produk Dimsumoo memiliki ukuran lebih besar daripada dimsum pada umumnya. Dimsumoo menyediakan produk dimsum yang beraneka jenis dan cita rasa yang berbeda. Produk Dimsumoo dapat dikonsumsi diberbagai kalangan masyarakat. Konsumen Dimsumoo merupakan mahasiswa, pegawai swasta, hingga orang tua dapat mengkonsumsi produk ini.

Dimsumoo merupakan salah satu *produsen* dimsum di Bandung dan baru memulai usahanya di bulan Agustus 2020. Dimsumoo memiliki berbagai macam

jenis dimsum yaitu ada 11 jenis dimsum yang ditawarkan oleh Dimsumoo, sehingga *reseller* dapat memilih dimsum mana yang akan mereka jual.

### 1. Nama Usaha

Produk ini dinamakan Dimsumoo yang memiliki arti dimsum yang besar.

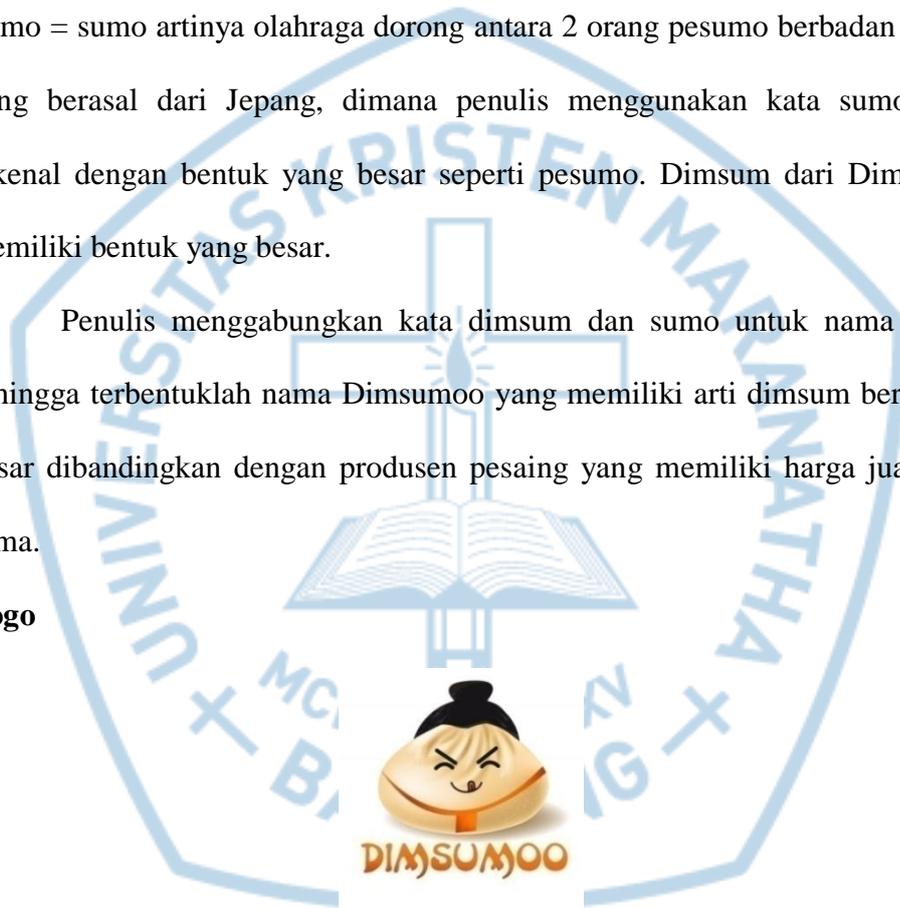
Dimsumoo merupakan gabungan dari 2 kata yaitu:

Dimsum = jenis makanan dimsum atau yum cha

Sumo = sumo artinya olahraga dorong antara 2 orang pesumo berbadan gemuk yang berasal dari Jepang, dimana penulis menggunakan kata sumo yang dikenal dengan bentuk yang besar seperti pesumo. Dimsum dari Dimsumoo memiliki bentuk yang besar.

Penulis menggabungkan kata dimsum dan sumo untuk nama usaha, sehingga terbentuklah nama Dimsumoo yang memiliki arti dimsum berukuran besar dibandingkan dengan produsen pesaing yang memiliki harga jual yang sama.

### 2. Logo



**Gambar 1.3 Logo Dimsumoo**  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2021)

Logo Dimsumoo berbentuk seperti salah satu jenis dimsum yaitu *xiao long bao* yang memiliki rambut seperti sumo dan memakai pakaian sumo. Penulis memilih bentuk *xiao long bao* karena memiliki bentuk oval seperti

badan sumo yang besar. Logo Dimsumoo memiliki nuansa warna kuning dan oranye dikarenakan warna kuning dan oranye memiliki arti kehangatan, ceria, dan menarik perhatian orang.

### 3. Bentuk Kepemilikan dan Perizinan

Bentuk kepemilikan usaha ini adalah perusahaan perseorangan. Usaha ini termasuk sebagai Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Penulis berharap, dalam usaha jangka panjang Dimsumoo akan mendirikan CV (*Commanditaire Vennootschap*). Dalam membentuk CV pada suatu usaha, maka perlu beberapa hal yang harus disiapkan untuk mendirikan CV yaitu:

- a. Akta pendirian CV
- b. Surat keterangan domisili perusahaan
- c. NPWP Nomor Pokok Wajib Pajak
- d. Pengesahan pengadilan
- e. SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)
- f. TDP (Tanda Daftar Perusahaan).

Sebagai perusahaan *start-up*, Dimsumoo memiliki kendala pada modal yang terbatas. Dalam jangka waktu pendek, penulis berencana membuat P-IRT, BPOM, surat izin tempat usaha, hingga surat izin halal.

### 4. Visi dan Misi

#### Visi:

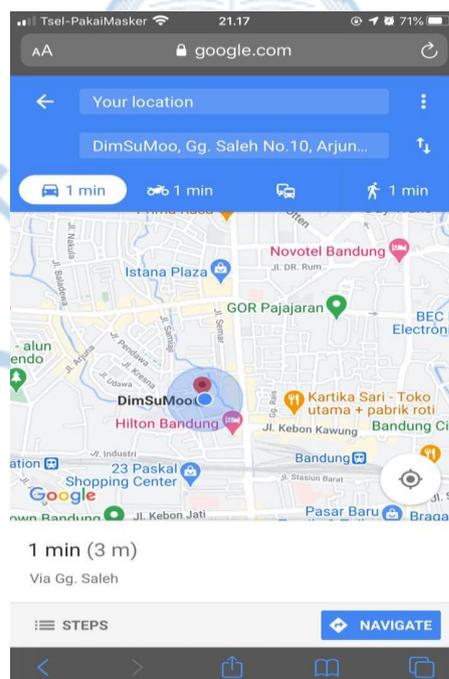
Dimsumoo menjadi produsen dimsum yang berkualitas *premium* dengan harga terjangkau nomor satu di Bandung tahun 2026.

**Misi:**

- Menciptakan berbagai macam varian dimsum dengan menggunakan bahan yang *fresh* dan organik.
- Menciptakan dimsum yang berkualitas premium.
- Mempertahankan rasa dimsum yang khas dan bercita rasa tinggi.
- Melakukan promosi di Instagram, Grab Food, dan Go-Food.
- Memberikan layanan pelanggan dengan *service excellence*.

**5. Alamat Perusahaan**

Alamat Dimsumoo berada di jalan Kesatriaan Gang Saleh 10 Bandung. Letaknya tepat di tengah kota Bandung dimana bisa menjadi titik *point* tengah untuk para konsumen mengambil dimsum. Lokasinya sangat strategis dan mudah dijangkau



**Gambar 1.4 Peta Lokasi**  
Sumber: Google Maps(2021)

Lokasi Dimsumoo ini dekat dengan pasar Ciroyom, pasar Baru, dan pasar Gang Saleh sehingga lokasi pembelian bahan baku jaraknya cukup dekat dengan produsen. Lokasi Dimsumoo dekat dengan sekolah Bina Bakti, SMPN1 Bandung, dekat dengan hotel-hotel dimana wisatawan menginap, dan dekat dengan *mall* Istana Plaza dan Paskal 23.

