

Artikel Bussiness Plan

Perencanaan Bisnis Agen Frozen Food Era New Normal

Tecnopreneur Digital Content Kelas R

Supangat, S.Kom., M.Kom.



Oleh :

Rika Rahmadini

1151900025

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2021

LATAR BELAKANG

Era new normal membatasi kita untuk melakukan kegiatan diluar rumah dan menghindari keramaian. Tak terkecuali pasar, yang termasuk dalam lingkungan yang tidak pernah sepi. Karena di pasar kita melakukan proses jual beli terutama untuk bahan pokok seperti makanan untuk sehari-hari.

Jam pasar yang memiliki batasan waktu, jarak, ditambah dengan adanya ketentuan menghindari keramaian menjadikan konsumen beralih pada berbelanja secara digital. (Supangat, 2020)

Hingga akhirnya para produsen makanan perlu untuk mengikuti kebutuhan pasar yang kini lebih memilih berbelanja dari rumah. Produsen juga menyesuaikan produk makanan sesuai minat konsumen yang sedang trend saat ini.

PEMBAHASAN

Frozen food menjadi jenis makanan kekinian akhir-akhir ini. Istilah frozen food sendiri sudah menggambarkan produk makanan yang dipasarkan, makanan cepat saji yang dibekukan dalam freezer dengan tujuan mengawetkan makanan menggunakan es batu. Frozen food dikemas dalam plastik kedap udara menggunakan vakum sealer.

Deskripsi Perusahaan

- **Bentuk Usaha**

Sebagai pengecer frozen food dalam skala kecil. Produk dibeli langsung dari produsen makanan UMKM yang berada di wilayah Surabaya. Selanjutnya produk dipasarkan langsung pada konsumen baik secara online maupun offline. Ide bisnis dalam skala kecil dengan kepemilikan bisnis ritel mandiri atau perorangan. Seiring berjalannya waktu usaha bisa saja menjadi franchise menyesuaikan perkembangan bisnis dan kebutuhan konsumen.

- **Visi & Misi**

Visi

Bekerja sama dengan UMKM dan membantu agar lebih mudah menyalurkan produk ke konsumen makanan.

Misi

1. Produk lokal dan homemade memiliki kualitas yang dapat bersaing.
2. Memiliki kerjasama yang baik dengan produsen maupun sesama ritel.
3. Menjalani hubungan baik dengan konsumen.
4. Memperluas jaringan pasar frozen food.

Produk yang Dijual

Menjual aneka macam makanan cepat saji yang dibekukan atau yang kini sering disebut frozen food. Berawal dari menjual beberapa produk yang memiliki peminat seperti cireng, dilanjutkan dengan menjual produk lain yang lebih beragam agar konsumen dapat leluasa memilih produk sesuai kebutuhannya.

- **Ragam Produk yang Dijual**

1. Lauk makan. Diantaranya nugget, bakso, sosis, bandeng presto, dan lain-lain.
2. Camilan. Diantaranya cireng, pempek, sotong, dan lain-lain.
3. Sayuran. Diantaranya jagung pupil, edamame, buncis dan lain-lain.

- **Alasan Konsumen Memilih Frozen Food**

1. Lebih praktis dalam penyimpanan, pengemasan, hingga penyajian dapat disesuaikan kebutuhan.
2. Sebagai stok makanan yang bisa disimpan kembali.
3. Kualitas terjaga dengan dibekukan dan kemasan yang rapat.
4. Harga frozen food cukup terjangkau bahkan lebih hemat karena cenderung lebih murah karena tidak bergantung dengan musim.
5. Dapat disimpan cukup lama sehingga membantu konsumen di masa penerapan social distancing.
6. Dapat dijadikan oleh-oleh.

Analisis Aspek Pasar

Dalam menganalisis segmen pasar dari konsumen Frozen Food menggunakan Strategi Marketing Mix dengan memperhatikan aspek pasar dalam menentukan strategi pemasaran menggunakan 4P yaitu Product, Price, Place, dan Promotion.

Tujuan dari analisis pasar adalah mengetahui kebutuhan konsumen mengenai makanan frozen food yang kini menjadi trend di masyarakat khususnya anak muda.

- **Product**

Menjaga kualitas produk Frozen food agar tetap fresh sampai pada tangan konsumen sehingga dapat memberikan kepercayaan dari konsumen. Selain itu pengemasan yang rapat dan rapi juga perlu diperhatikan.

- **Price**

Harga dari produk dapat menentukan konsumen dalam membeli produk. Bahkan biasanya menjadikan aspek paling utama membeli produk kita. Oleh karenanya perlu adanya keseimbangan antara kualitas produk dengan harga yang ditawarkan.

- **Place**

Lokasi yang strategis dapat menjangkau konsumen menemukan toko. Selain strategis perlu adanya informasi toko secara detail dan jelas agar konsumen mudah menemukan lokasi.

- **Promotion**

Strategi promosi bertujuan sebagai pengenalan produk dengan konsumen. Kini promosi melalui media digital dinilai lebih efektif karena lebih luas jangkauannya dan dapat membantu untuk mendatangkan traffic.

Kondisi Persaingan

Pesaing dalam bisnis akan selalu ada. Adanya persaingan yang sehat dapat berdampak yang baik seperti lebih berkembangnya bisnis di Indonesia. Seringkali ide bisnis muncul karena terinspirasi

dari bisnis yang sudah ada lalu di modifikasi dengan menyesuaikan kondisi, kendala dan permasalahan yang dialami konsumen. Ide bisnis muncul tentunya bertujuan untuk mempermudah konsumen dan mengevaluasi dari yang sebelumnya. (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2000)

Amati, Tiru, dan Modifikasi merupakan metode yang dapat diterapkan pada bisnis terhadap kompetitor. Karena pada hakekatnya tujuan dari adanya bisnis ritel adalah sama yaitu menjual produk sampai ke konsumen.

Market Segmentation Table

Merupakan proses menentukan target konsumen berdasarkan klasifikasi karakteristik secara rinci, sehingga dapat lebih fokus dengan menyesuaikan strategi yang lebih menjurus pada konsumen karena adanya target yang spesifik.

Segmentasi	Karakteristik Target
Demografis	Usia produktif dan milenial
Psikografis	Pekerja, pelajar, perantau
Geografis	Perkotaan
Perilaku	Sibuk dan tidak ada waktu

Analisis Aspek Teknis

- **Lokasi**
 - Letak produsen sebagai pemasok produk adalah industri frozen food rumahan yang tergabung dalam UMKM di kota Surabaya.
 - Penjual berlokasi di wilayah Tenggilis Mejoyo yang mana merupakan salah satu kecamatan di kota Surabaya yang cukup strategis.
 - Konsumen berlokasi di area Surabaya dan Sidoarjo.

- **Layout**

Tata letak layout sebagai lokasi penempatan produk untuk dapat menarik perhatian konsumen. Ide tata layout untuk ritel bisa menyesuaikan masing masing kondisi.

Memberikan karakter pada bangunan toko misalnya cat yang mencolok, atau properti tambahan seperti lampu atau bisa juga menggunakan sesuatu yang khas dari toko tujuannya agar dapat diingat oleh konsumen.

Penerapan layout yang dapat dilakukan adalah :

- Menampilkan promo atau diskon
- Menampilkan poster / banner / merek produk frozen food di depan toko
- Menyediakan beragam metode pembayaran e-wallet

- **Skala Produksi**

Produk frozen food langsung diantar oleh para supplier ke toko. Produk yang dijual ada beragam, sehingga produk didatangkan dari banyak supplier. Masing-masing supplier memiliki ketentuan dan perjanjian dengan ritel bergantung pada produk yang dijual.

Misalkan supplier nugget pisang dapat memberi stok 60 bungkus nugget pisang dalam 7 hari. apabila dalam pertengahan minggu berkurang 23 bungkus terjual maka di hari tersebut supplier menambahkan 23 stok ke ritel.

Untuk skala yang digunakan adalah skala kecil karena kepemilikan bisnis ritel perorangan.

- **Pemilihan Mesin dan Teknologi**

- Penggunaan Mesin Chest Freezer untuk penyimpanan frozen food.
- Vacuum sealer untuk pengemasan
- Facebook Ads sebagai media promosi digital

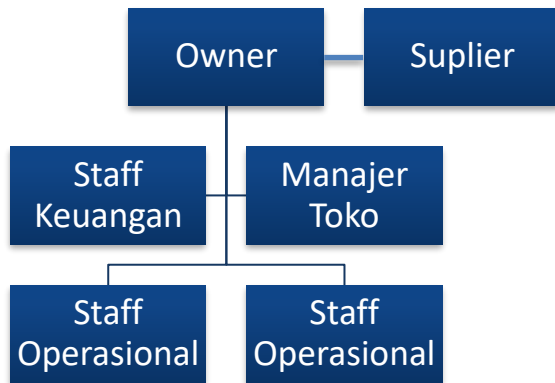
- GoFood, Gojek, dan Shopeefood sebagai marketplace pemasaran online

Analisis Aspek Manajemen

- **Manajemen Alur Kerja**

1. Owner menghubungi supplier untuk bekerja sama.
2. Suplier mengantarkan produk ke toko dan melakukan update stok.
3. Manajer toko menerima produk dan saling konfirmasi produk dengan supplier.
4. Staff operasional melayani pembelian konsumen.
5. Pembeli bisa melakukan transaksi offline di toko atau online.
6. Transaksi diterima oleh Staff keuangan yang juga menjadi kasir toko.

- **Struktur Organisasi**



Analisis Aspek keuangan

- **Biaya Peralatan Toko**

Kebutuhan	Jumlah	Harga
Mesin Chest Freezer	3	Rp 5.300.000,-
Vacum sealer	1	Rp 490.000,-
Etalase	1	Rp 1.200.000,-
Meja Kursi	5	Rp 710.000,-
Sendok makan besar	2	Rp 40.000,-
Timbangan	1	Rp 200.000,-
Tempat sampah	1	Rp 60.000,-
Lain - lain		Rp 500.000,-
Total Nominal		Rp 8.500.000,-

- **Biaya Operasional Per-Bulan**

Kebutuhan	Jumlah	Harga
Frozen Lauk	120 kg	Rp 4.800.000,-
Frozen Camilan	160 kg	Rp 6.400.000,-
Frozen Sayuran	9 kg	Rp 540.000,-
Air, Listrik, Wifi	-	Rp 2.100.000,-
Kemasan Plastik	2	Rp 100.000,-
Gaji Karyawan	3 Orang	Rp 4.500.000,-
Biaya Penyusutan	1	Rp 500.000,-
Lain - lain		Rp 200.000,-
Total Nominal		Rp 19.140.000,-

- **Estimasi Biaya Keuntungan dan Modal Awal**

Harga jual	Target jual	Pendapatan per bulan
Rp 20.000,-	50 produk X 30 hari	Rp 30.000.000,-
Pendapatan	Biaya Operasional	Keuntungan per bulan
Rp 30.000.000,- – Rp 10.367.000,-		Rp 10.860.000,-

Besar modal awal yang diperlukan usaha retail frozen food dengan memiliki toko sendiri dan tiga karyawan yang membantu adalah Rp 27.640.000,- diambil dari total modal pembelian alat Rp 8.500.000,- ditambah dengan biaya total pertama Rp 19.140.000,-

Keuntungan yang didapatkan adalah Rp 10.860.000,- dalam satu bulan. Dengan target produk terjual 50 bungkus frozen food setiap bulannya. Dan agar dapat mengembalikan modal awal diperlukan waktu selama 3 bulan.

KESIMPULAN

Perencanaan usaha bisnis frozen food dengan konsep yang fleksible sesuai realistis mencakup latar belakang direncanakan usaha ritel dalam skala kecil, lalu bagaimana deskripsi dari bentuk perusahaan yang ada, dilanjutkan dengan alasan mengapa memilih Frozen Food sebagai produk yang dijual.

Hal tersebut disesuaikan dengan analisis aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen dan aspek keuangan. Dengan berjalannya bisnis sesuai perencanaan diatas maka dapat disimpulkan bahwa dalam kurun waktu 3 bulan dapat mengembalikan modal awal dari bisnis ritel Frozen Food.

DAFTAR PUSTAKA

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2000). *Perencanaan Usaha* (pp. 127–151).

Supangat, S. (2020). *Dan DaftarIsi*.

<https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/bisnis-frozen-food/>

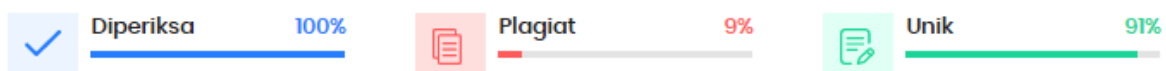
<https://jubelio.com/2020/mengenal-bisnis-ritel-jenis-dan-contohnya/>

<https://www.logique.co.id/blog/2021/07/09/aspek-pasar-dan-pemasaran/>

PLAGIARISM CHECK

Judul	Status	Kesamaan	Laporan	Waktu pengiriman
Perencanaan Bisnis Agen Frozen Food Era New Nor...	Selesai	5%	Membaca laporan ↗	2021-12-17 19:40

— Hasil —



Unduh Laporan

Melihat laporan

Tulis ulang Konten yang Dijiplagi

Mulai Pencarian Baru