

BAB I

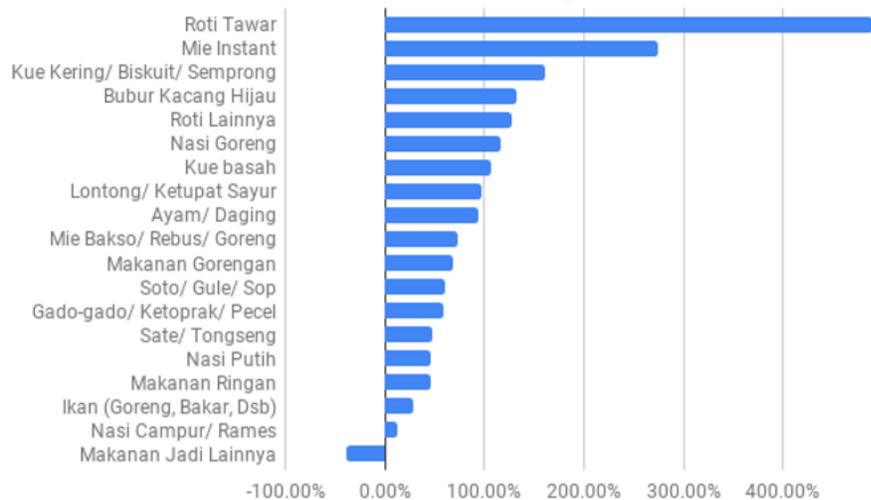
PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Bisnis *Bakery* adalah salah satu kegiatan usaha yang ramai pembeli di Indonesia, karena roti merupakan salah satu makanan yang dapat dijadikan sebagai cemilan atau makanan pokok orang Indonesia. Perkembangan bisnis *bakery* di Indonesia mengalami pertumbuhan baik di skala usaha kecil, menengah, maupun besar. Hal ini terjadi bahkan pada industri pendukungnya seperti mesin, bahan penunjang dan bahan baku terigu.

Berdasarkan data statistik yang dikeluarkan oleh Kementerian Pertanian, pada tahun 2018, konsumsi roti seperti roti tawar mencapai kenaikan tertinggi di antara makanan lainnya dengan persentase kenaikan hampir 500% dalam lima tahun (2014 - 2018), disusul oleh produk bakery lainnya seperti kue kering, dan variasi roti lainnya.

Persentase Perubahan Konsumsi Per Kapita (2014-2018)



Sumber: Statistik Pangan 2017, Kementerian

Pada Grafik diatas, dapat dilihat bahwa permintaan terhadap produk roti terus meningkat dari tahun ke tahun. Presentase kenaikan tersebut melebihi jenis makanan Indonesia lainnya seperti kue basah, nasi goreng, soto, ketoprak, sate dan lain-lain. Maka secara tidak langsung, grafik tersebut menggambarkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia sudah mulai mengikuti gaya orang Barat yaitu perlahan mengganti asupan sehari-hari dengan produk bakery.

Berdasarkan data statistik konsumsi pangan 2020 yang dikeluarkan oleh Kementerian Pertanian, rata-rata konsumsi per kapita roti manis pada 2020 mencapai 1.129 ons per minggu. Angka itu lebih tinggi dibandingkan rata-rata konsumsi per kapita varian lainnya seperti kue kering yang mencapai 438 ons per minggu.

Alasan peningkatan konsumsi roti salah satunya yaitu roti dinilai lebih praktis untuk dikonsumsi, sangat variative mulai dari bentuk, rasa hingga tekstur dan mempunyai keseimbangan dalam nilai gizi khususnya karbohidrat dan protein. Dari informasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa di era teknologi ini, segala sesuatu termasuk hal asupan makanan yang praktis merupakan hal utama yang diincar oleh masyarakat Indonesia.

Selain itu, Head of Strategy and Growth, Dailybox Group Miranda Haryanto juga menyatakan bahwa konsumsi gandum per kapita untuk roti di Indonesia mencapai 4,7 kg per tahun. Diperkirakan angka tersebut akan terus meningkat menjadi 6,6 kg per tahun pada tahun 2030 mendatang. Bahkan penjualan roti di Indonesia pada tahun 2021 menjadi yang tertinggi di kawasan Asia Tenggara, mencapai USD 18,7 miliar atau setara Rp2.6 triliun. Oleh karena itulah, bisnis Obamah Bakery ini sangat berpotensi untuk dikembangkan.

Sebagian orang memilih untuk membeli dan menikmati roti produksi pabrik yang dijual di mal-mal besar, tetapi tanpa disadari roti yang dikonsumsi tersebut menggunakan bahan pengawet yang kurang baik untuk kesehatan. Hal ini disebabkan

edukasi yang kurang di antara masyarakat mengenai apa yang dikonsumsi, sehingga hal tersebut berimbas pada pola pikir atau *mindset* yang salah.

Membeli roti dengan masa kadaluarsa yang lama dan beranggapan bahwa roti tersebut dapat dikonsumsi keesokan harinya merupakan hal yang salah. Hal tersebut dikarenakan dibalik kadaluarsa yang lama terdapat bahan pengawet yang dapat memberikan dampak buruk seperti infeksi saluran pencernaan, pernapasan, diare, bahkan rusaknya jantung dan ginjal. Dampak seperti ini yang membuat Obamah Bakery tersadar dan ingin memberikan perubahan terhadap bisnis kuliner khususnya *bakery*.

Dalam sebuah bisnis kuliner yang terpenting adalah untuk menjaga hubungan baik antara penjual dan pembeli yang nantinya akan tercipta, bila sebuah bisnis kuliner mampu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen. Kesuksesan sebuah bisnis kuliner bukan hanya diukur dari strategi pemasarannya saja, melainkan kualitas dan kepuasan pelanggan juga merupakan faktor terpenting bagi sebuah bisnis kuliner. Artinya, kualitas yang baik akan selalu memberikan dampak yang baik untuk kedepannya.

Maka dari itu, Obamah Bakery merupakan bisnis *bakery* yang memiliki visi dan misi sebagai berikut:

Visi: Menjadi toko roti pertama di area Jakarta Utara dan Gading Serpong yang mengutamakan mutu dan rasa.

Misi:

- Mengembangkan kualitas roti rumahan seiring dengan berjalannya waktu.
- Memproduksi roti baru setiap 24 jam dengan sistem *open kitchen* di toko sehingga pelanggan dapat melihat langsung prosesnya.
- Menjual roti *homemade* dengan harga yang terjangkau.

Obamah Bakery berdiri sejak tahun 2016 dan saat ini sudah memiliki 2 cabang, yaitu di Fajar Aladin dan Gading Serpong. Slogan yang dimiliki Obamah Bakery saat ini adalah *Fresh Bread Everyday* yang berarti Roti Baru Setiap Hari.

Obamah Bakery akan dikembangkan dengan membuka cabang baru dengan konsep baru. Alasannya, selama pandemi, banyak pengusaha yang membuka *bakery* dengan konsep yang sama. Sehingga, persaingan antara bakery dengan satu sama lain pun semakin ketat. Cabang Obamah Bakery lama pun mengalami masalah yaitu keunikan yang terlalu biasa. Oleh karena itu, Obamah Bakery bertujuan untuk mengekspansi bisnisnya dengan menambahkan konsep unik baru agar dapat bersaing. Selain itu, melaksanakan strategi digital marketing juga merupakan hal yang penting agar produk-produknya dapat lebih banyak dikenal oleh orang.

Visi dan Misi pada cabang baru tersebut adalah sebagai berikut:

Visi: Menjadi produsen roti homemade pilihan utama di seluruh area Jakarta dan Serpong yang menjual roti jadul modern dengan rasa lokal.

Misi:

- Menciptakan roti baru setiap hari dengan rasa khas Nusantara versi modern.
- Menginovasi roti *fusion* yang berasal dari luar negeri, namun dimodifikasi resepnya supaya cocok dengan lidah orang Indonesia.
- Memasarkan produk-produk roti unggulan yang tergolong rasa lokal Indonesia.

Slogan baru Obamah Bakery adalah *Local Taste Bread* yang berarti roti jadul versi modern yang memiliki rasa khas Indonesia. Hal ini sesuai dengan himbuan Bapak Presiden Jokowi untuk masyarakat Indonesia bangga menggunakan produk Indonesia. Sebagian *bakery* ternama memiliki jenis spesifikasi roti tertentu yang menjadi ciri khas yaitu roti Korea dan roti Jepang. Sayangnya, tidak banyak yang mengembangkan roti khas Indonesia. Hal tersebut yang membuat Obamah Bakery memiliki ide baru untuk bersaing di industri ini. Pembaruan konsep menu rasa khas

Indonesia tersebut akan diaplikasikan pada cabang baru, beberapa menu baru juga akan di-*launching* yang akan dijelaskan pada Bab II.

Saat ini di Indonesia, usaha atau bisnis dalam bidang *F&B* merupakan bisnis yang populer. Setiap tahun, semakin banyak pengusaha yang membuka bisnis *F&B*. Terutama sejak adanya aplikasi *online*, tidak sedikit orang yang membuka usaha makanan di rumah dan menjualnya secara *online*.

Pandemi Covid-19 juga membuat banyak orang di rumah merasa bosan dan menciptakan kebiasaan baru yaitu makan atau mencamil. Ketertarikan pengusaha dalam membuka usaha di bidang kuliner pun meningkat pesat.

Untuk melihat permasalahan dan peluang di suatu industri sebagaimana dikemukakan oleh Paramadita et.al (2020), bisa menggunakan analisis lingkungan industri/bisnis baik dari aspek Lingkungan Makro yang lebih dikenal dengan Analisis PESTEL yang meliputi analisis aspek Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Ekologi dan Legalitas dan aspek Lingkungan Mikro dengan menggunakan Teori 5 *Forces* oleh Michael Porter.

Manfaat dari analisis PESTEL adalah...

Teori 5 *Forces* juga memiliki beberapa manfaat seperti ...

Jika dianalisa dengan *PESTEL analysis*, beberapa ancaman yang dapat mempengaruhi *F&B Business* ini adalah kebijakan pemerintah mengenai bea atau pajak, tarif perdagangan, tingkat inflasi, pertumbuhan ekonomi, hukum dan lingkungan. Namun, banyak peluang yang bisa diambil dengan mengidentifikasi tren, demografi, budaya, serta kemajuan teknologi yang melakukan otomatisasi dalam operasional perusahaan.

Sedangkan berdasarkan analisis 5 *Forces*, ancamannya yaitu persaingan industri yang semakin ketat, minat pendatang baru yang akan masuk ke bisnis roti,

kondisi *supplier*, adanya produk pengganti hingga daya beli konsumen. Peluang bagi perusahaan yang dapat memberikan keunggulan kompetitif dibanding pesaing, memantau pangsa pasar, meningkatkan kapasitas dan penetrasi pasar, serta menjalankan strategi integrasi dengan pemasok/produsen supaya memberikan harga yang masuk akal.

Dari segi ancaman yang datang dalam bisnis Obamah Bakery dapat dikatakan cukup besar. Inti permasalahan internal Obamah Bakery pada saat ini adalah hampir seluruh masyarakat di daerah sekitar kelurahan Pejagalan sudah tau Obamah Bakery, namun penjualan mengalami penurunan sejak awal tahun 2022 karena saat ini telah banyak pesaing-pesaing yang berada dalam industri yang sama. Selain itu, pesaing-pesaing tersebut juga menawarkan produk yang hampir sama dengan produk yang ditawarkan Obamah Bakery. Atas dasar permasalahan inilah, Obamah berencana untuk melakukan ekspansi ke daerah Serpong.

Obamah juga melihat adanya tingkat peluang yang tinggi dikarenakan semakin banyak pembangunan pemukiman, sekolah dan kantor baru di Serpong. Semakin luas target konsumen dan belum terlalu banyak pesaing. Di sisi lain, faktor yang mendukung yaitu pangan dan bisnis yang saat ini telah berpindah/*switching* melalui *online*. Masyarakat membutuhkan makanan setiap harinya untuk dapat memenuhi kebutuhan nutrisi tubuh, sehingga produk-produk makanan yang dipasarkan tentunya memiliki peluang besar di pasaran untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.

Berdasarkan uraian di atas sebagai latar belakang ide untuk pengembangan bisnis Obamah Bakery, diantaranya untuk melakukan studi kelayakan ini.

1.1 Permasalahan dan Peluang

Berikut di bawah ini saya menggunakan kedua alat analisa tersebut dalam menentukan permasalahan dan peluang dari bisnis Obamah bakery.

1.1.1 Permasalahan

- 1) Dari sisi ekonomi, adanya kenaikan harga bahan baku, karena sebagian bahan merupakan produk impor yang sangat bergantung kepada inflasi dan kebijakan ekspor impor oleh pemerintah.
- 2) Dari sisi teknologi, semakin banyak orang yang menjual roti lewat *online* dari rumah, tanpa harus membuka toko karena kemudahan dan kemajuan teknologi pada saat ini.
- 3) Dari sisi lingkungan, *bakery* terletak di daerah yang suka macet, sehingga sebagian pelanggan susah untuk mencari parkir dan tidak jadi membeli roti.
- 4) Dari sisi legalitas, Obamah bakery belum memiliki BPOM, P-IRT, dan sertifikat HALAL sehingga target pasar belum cukup luas.
- 5) Tingginya persaingan bakery di Jakarta, banyak *bakery* besar yang sudah terkenal dan memiliki banyak cabang.
- 6) Banyak sekali pendatang baru yang menawarkan produk roti, baik yang berbentuk bakery, *store outlet*, maupun *café* dengan konsep yang sama.
- 7) Adanya ancaman produk pengganti roti yaitu *croissant*, *croffle* dan jenis *pastry* lain dari luar negeri.

1.1.2 Peluang

- 1) Dari sisi politik, pemerintah sedang mendukung kegiatan UMKM terutama di bidang kuliner. Sehingga, menjadi kesempatan untuk membuka *bakery* yang berbeda dan mengembangkan kuliner lokal.
- 2) Dari sisi sosial, roti sudah menjadi salah satu makanan pokok manusia, sehingga bukan hal yang aneh untuk orang Indonesia menggantikan roti sebagai nasi di pagi hari. Semakin banyak masyarakat yang mengonsumsi roti.
- 3) Dari sisi teknologi, semakin banyak generasi millennials yang mengikuti tren makanan yang ada di sosial media dan semakin banyak *platform online food delivery*.

- 4) Dari sisi lingkungan, *bakery* semakin banyak pembeli jika berlokasi di dekat pemukiman yang padat penduduk, rumah duka, sekolah.
- 5) Menawarkan varian roti dengan cita rasa Nusantara.
- 6) Konsep *bakery* yang unik dan *modern* sehingga dapat mengikuti perkembangan zaman.

Dari analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa ancaman utamanya adalah banyaknya persaingan toko roti di Jakarta dan Serpong, bahkan sudah ada beberapa *brand* yang sudah terkenal dan mendominasi Pasar. Sehingga, dari analisa ancaman tersebut, Obamah bakery memiliki beberapa strategi yang akan dilakukan untuk dapat menjadi unggul di pasar, diantaranya dengan tetap menggunakan cita rasa lokal yang tidak pernah lekang oleh waktu dan akan terus dikembangkan dengan menghadirkan produk-produk dengan variasi baru yang akan memenuhi kebutuhan setiap konsumen seiring perkembangan tren. Selain itu, Obamah bakery juga akan melakukan penjualan dalam berbagai *channel* salah satunya online shop dengan menawarkan berbagai promosi menarik seperti diskon dan cashback dengan tujuan menjangkau pelanggan yang lebih banyak.

Sedangkan, untuk peluang utamanya adalah pemerintah sedang mendukung kegiatan UMKM khususnya di bidang kuliner lokal dan sekarang roti juga telah menjadi salah satu makanan pokok orang Indonesia.