

EXECUTIVE SUMMARY

Jumlah penduduk yang sangat besar serta berbanding lurus dengan tingkat konsumsi yang tinggi membuat Indonesia menjadi pasar yang sangat menggiurkan bagi beragam industri, terutama makanan dan minuman. Terdapat aneka produk minuman yang menarget pasar tersendiri, mulai dari yang dipandang kurang sehat seperti *booming bubble tea*, hingga yang dipandang sebagai tren gaya hidup sehat: kopi, jus buah, dan susu.

Industri susu memiliki potensi yang cukup luas. Selain memiliki rasa yang disukai banyak orang, susu juga menawarkan manfaat yang sangat baik untuk tubuh seperti untuk membantu menjaga kekuatan tulang karena kandungan kalsiumnya. Risiko yang kerap terjadi akibat kekurangan kalsium dan protein pada tulang diantaranya dapat menyebabkan osteoporosis. Namun tidak semua orang dapat mengonsumsi susu dengan bebas karena mengidap *lactose intolerance*. Mereka yang terkondisi alergi terhadap laktosa ini mengalami keluhan dimana mereka tidak dapat memecah kandungan gula alami atau laktosa yang terdapat pada produk *dairy*. Satu-satunya solusi agar tetap mendapatkan asupan kalsium tambahan adalah dengan mengonsumsi susu nabati, yang diperoleh dari kacang-kacangan sebagai bahan dasar dalam pembuatan susu tersebut.

Salah satu jenis kacang-kacangan yang dapat diolah menjadi sebuah susu dan mengandung kalsium, protein dan berbagai mineral yang dibutuhkan oleh tubuh dalam menjaga kekuatan tulang manusia adalah kacang edamame. Tidak hanya itu edamame ini juga mengandung isoflavon yang termasuk ke dalam phytoestrogen yang memiliki fungsi sama seperti hormon estrogen bekerja pada tubuh manusia di dalam menjaga kekuatan dan kepadatan tulang.

Dengan demikian, terdapat peluang besar dari pemanfaatan edamame untuk bisnis dengan produk yang memiliki tujuan dan solusi untuk mengatasi masalah osteoporosis pada konsumen *lactose intolerance*. Rencana bisnis ini bertujuan untuk membangun usaha dan produk berbasis susu edamame dengan brand "*House of Edamame*". Produk *House of Edamame* membantu mencegah osteoporosis dengan asupan gizi yang berfokus pada kandungan kalsium, protein

dan isoflavon sebagai pengganti hormon estrogen yang dibutuhkan tubuh dalam membantu menjaga kekuatan tulang.

House of Edamame menawarkan 2 variant rasa yaitu rasa *original* dan rasa yang dikolaborasikan dengan *barley*. Untuk kian memperkuat komitmen mendukung gaya hidup sehat, produk ini tidak menggunakan pemanis buatan, pewarna buatan, perisa buatan dan pengawet sama sekali. *House of Edamame* memanfaatkan sari dari buah kurma sebagai pemanis alami, dan garam sebagai pengawet alaminya.

House of Edamame akan mengadakan *give away* dan memberikan voucher beli 1 gratis 1 produk secara bergantian setiap 2 bulan sekali yang akan diumumkan melalui akun instagram *House of Edamame*. Bisnis ini juga bekerja sama dengan Gojek, Grab & *Help* sebagai partner dari brand ini dan membantu dalam hal pendistribusian produk hingga sampai ke tangan konsumen dengan baik. *House of Edamame* juga akan membuat *packaging* secara khusus dan sesuai sebagai identitas dari brand ini.

House of Edamame membutuhkan dana sebesar Rp.157.991.232 yang akan digunakan untuk melengkapi seluruh kebutuhan yang diperlukan termasuk peralatan, bahan dasar, *packaging*, dan biaya pemasaran. Kemudian akan menggunakan uang tersebut dibulan berikutnya seperti yang tertera pada tabel alur kas. Bisnis ini akan mencapai BEP pada bulan Desember 2021 dan ROI pada bulan Februari 2022. Imbal hasil yang dapat diharapkan di 2 tahun berikutnya mencapai 403,34% atau sebesar Rp 637.253.544.

I. ANALISIS INDUSTRI

I.1. Latar Belakang Usaha

Industri yang bergerak di bidang makanan di Indonesia saat ini semakin meningkat dikarenakan populasi masyarakat Indonesia yang juga semakin meningkat sehingga permintaan dan kebutuhan akan makanan dan minuman pun meningkat. Menurut BPS dan Bappenas dilihat dari 2 tahun terakhir ini penduduk di DKI Jakarta meningkat sebanyak 0,7%, hal ini menunjukkan bahwa penduduk DKI Jakarta bertambah sebanyak 72 ribu jiwa menjadi 10,57 juta jiwa dari tahun sebelumnya sejumlah 10.504.100 jiwa. (Badan Pusat Statistik, 2020). Tidak hanya makanan tetapi usaha minuman pun semakin berkembang dan meningkat seperti kopi, teh, *bubble tea*, dan juga minuman yang menyehatkan seperti jus buah segar, jamu, maupun susu.

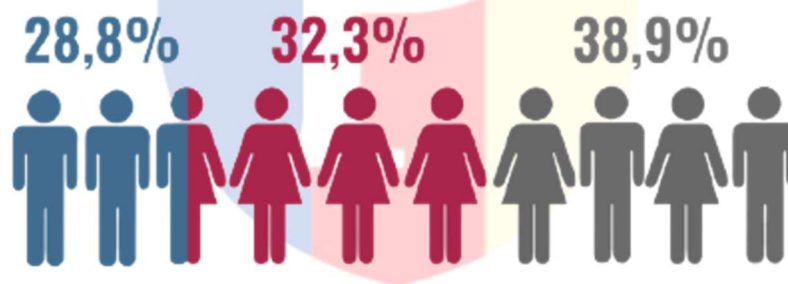
Susu itu sendiri merupakan sebuah minuman yang memiliki banyak manfaat karena mengandung banyak kalsium, protein, dan juga vitamin lain yang terkandung di dalamnya. Oleh karena itu susu ini baik untuk memenuhi kebutuhan gizi selain itu susu juga sebuah minuman yang mudah untuk dikonsumsi dan disukai oleh semua orang baik dari segi gender maupun usia. Kalsium dan protein yang terkandung di dalamnya juga merupakan suatu hal yang penting di dalam proses pertumbuhan tulang yang optimal dan membantu untuk menjaga kepadatan tulang

Salah satu penyakit yang disebabkan oleh kurangnya kadar kalsium dan protein pada tubuh seseorang adalah osteoporosis. Osteoporosis merupakan salah satu penyakit pada sistem *musculoskeletal* yang diakibatkan adanya degeneratif karena proses penuaan, meningkatnya kerapuhan tulang serta massa tulang yang rendah, kerusakan pada struktural jaringan tulang dan berkurangnya kandungan mineral pada tulang atau biasa dikenal juga sebagai Densitas Mineral Tulang (DMT) (Cielen et al, 2014). Berkurangnya hormon estrogen dan testosterone juga dapat memicu terjadinya osteoporosis biasa dikenal juga dengan osteoporosis primer, sehingga tidak heran mengapa wanita hamil dan juga wanita pascamenopause akan lebih mudah untuk terkena osteoporosis ini.

Defisiensi estrogen ini sebenarnya dapat diatasi dengan memberikan estrogen tambahan yang dikenal sebagai *Hormone replacement therapy* (HRT), namun

selain harganya yang cukup mahal cara ini juga dapat memicu resiko terkena kanker payudara dan juga endometrium. (Kartini, 2020). Oleh karena itu cara ini cukup dihindari dan alternatif lain untuk menggantikan HRT adalah dengan memanfaatkan phytoestrogen yang terdapat pada beberapa jenis *legumes* sebagai asupan estrogen tambahan agar kadar estrogen dalam tubuh seimbang. (Yunita, 2011). *International Osteoporosis Foundation* (IOF) menyatakan bahwa 1 dari 4 orang wanita di Indonesia dengan rentang usia 50 – 80 tahun memiliki resiko osteoporosis (Kementrian Kesehatan RI, 2015).

Kemudian hasil penelitian *white paper* yang dilaksanakan bersama dengan Perhimpunan Osteoporosis Indonesia pada tahun 2007 menyatakan bahwa proporsi penderita osteoporosis dengan usia diatas 50 tahun adalah sebesar 32,3% pada wanita, 28,8% pada pria, dan terdapat 38,9% penduduk berusia 50 tahun keatas yang tidak terkena osteoporosis (Kementrian Kesehatan RI, 2015). Walaupun osteoporosis kadang dianggap sebagai *woman disease* karena paling banyak menyerang wanita tetapi osteoporosis juga dapat mempengaruhi pria.



Gambar I.1 Persentase Penderita Osteoporosis di Indonesia

Sumber : Olahan sendiri (2020)

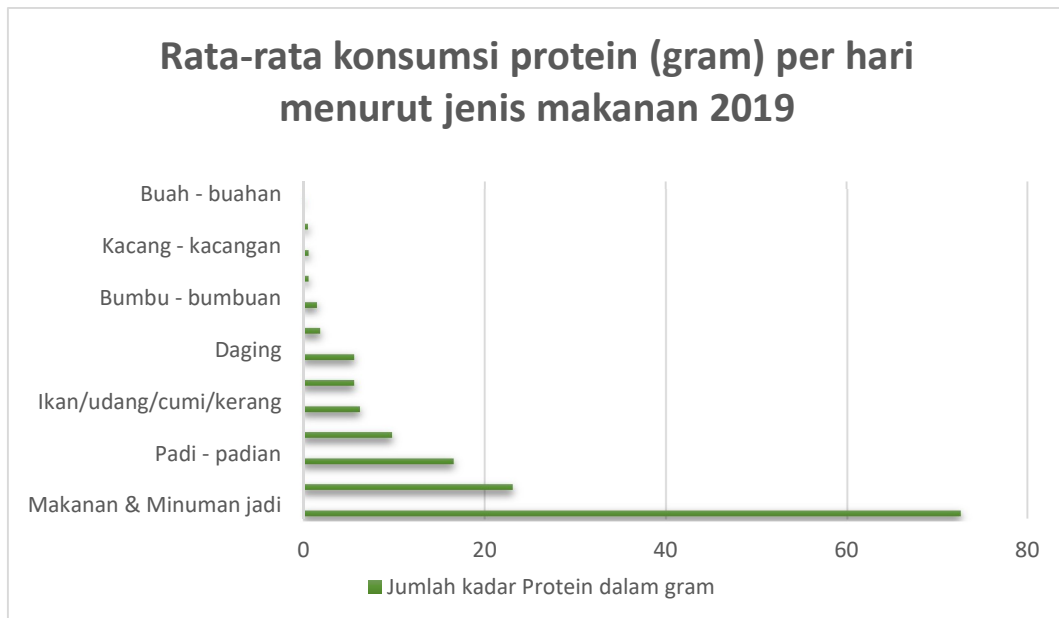
Kemudian jika ditinjau dari segi usia, tidak hanya lansia tetapi anak muda pun dapat mengalami osteoporosis walau memang kemungkinannya lebih sedikit dan biasa disebut dengan osteoporosis idiopathic. Bahkan salah satu penyebab osteoporosis menurut (Kementrian Kesehatan RI, 2015) adalah tingkat aktivitas seseorang, dimana ketika kita menggunakan otot secara berlebihan atau terlalu lama tidak bergerak aktif saat muda. Oleh sebab itu kita harus memperhatikan kebutuhan gizi untuk perkembangan tulang kita sejak remaja, karena pada saat usia remaja

merupakan puncak dari proses pertumbuhan massa tulang (*peak bone mass*) (Almatsier, 2002).

Susu memang menjadi salah satu solusi termudah dalam membantu pembentukan massa tulang, mengantisipasi serta mencegah osteoporosis dengan menerapkan metode menabung kalsium pada tulang dengan mengonsumsi makanan yang mengandung tinggi akan kalsium, protein dan juga vitamin D untuk mencukupi kebutuhan gizi tulang, karena dengan memperhatikan perkembangan dan kebutuhan asupan gizi pada tulang sejak remaja akan membantu pembentukan dan pematangan tulang secara optimal serta menghambat terjadinya osteoporosis (Meikawati, 2010). Namun tidak semua orang dapat mengonsumsi susu secara bebas karena mengidap *lactose intolerance* dimana mereka tidak dapat memecah kandungan gula alami atau laktosa yang terdapat pada produk *dairy* (Fallahnda, 2019). Satu-satunya cara agar setiap konsumen tetap bisa mendapatkan asupan kalsium tambahan adalah dengan mengonsumsi susu nabati, dimana dengan memanfaatkan kacang-kacangan sebagai bahan dasar dalam pembuatan susu tersebut.

Selain kacang kedelai jenis kacang-kacangan yang dapat diolah menjadi sebuah susu dan mengandung kalsium, protein dan berbagai mineral yang dibutuhkan oleh tubuh dalam menjaga kekuatan tulang manusia adalah kacang edamame. Edamame (*Glycin max*) merupakan salah satu makanan yang sudah tidak asing lagi bagi setiap kita. Selain dari rasanya yang enak edamame ini memiliki kandungan protein yang lengkap, artinya ia memiliki semua asam amino yang dibutuhkan oleh tubuh baik untuk memelihara keseimbangan hormon, perkembangan otot, tulang dan masih banyak lagi, sehingga edamame ini juga sangat baik dikonsumsi untuk mengantisipasi osteoporosis (Mahoussi, 2019). Selain itu terdapat juga kandungan isoflavon yang dapat kita klasifikasikan dengan Phytoestrogen pada edamame yang sangat baik dalam menjaga kepadatan tulang (Rizaludin, 2018).

Menurut survey sosial ekonomi Indonesia yang dilaksanakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan Maret 2019, konsumsi protein harian terbanyak warga Jakarta di peroleh dari konsumsi makanan dan minuman jadi (Statistik.Jakarta, 2020).



Gambar I.2 Gambar Tabel Sumber Konsumsi Protein per hari
(Statistik.Jakarta, 2020)

Berdasarkan hal tersebut, bisnis ini memiliki peluang yang sangat baik dimana memiliki tujuan untuk membantu menyediakan dan memenuhi asupan gizi kalsium, protein dan juga isoflavon sebagai pengganti estrogen untuk membantu menjaga kekuatan tulang serta mengantisipasi osteoporosis dengan memanfaatkan kacang edamame sebagai bahan dasar untuk dijadikan susu atau dapat dikenal juga dengan susu edamame.

Oleh karena itu bisnis ini bertujuan untuk menjadikan susu edamame ini sebagai produk dari brand “*House of Edamame*” yang memiliki konsep minuman yang dapat membantu untuk mengantisipasi osteoporosis dengan asupan gizi yang berfokus pada kandungan kalsium, protein dan isoflavon sebagai pengganti hormon estrogen yang dibutuhkan tubuh untuk membantu menjaga kekuatan tulang.

I.2. Deskripsi Produk

Mengusung nama brand “*House of Edamame*”, bisnis ini berfokus kepada produk berbasis kacang edamame sebagai bahan dasar utamanya. Produk *House of Edamame* adalah susu edamame dan kami akan menyediakan 2 variant rasa yaitu rasa *original* dan rasa yang dikolaborasikan dengan *barley*. Olahan kacang edamame belum banyak ditemukan di pasar publik, walaupun edamame sudah dikenal secara luas oleh masyarakat Indonesia dan sudah banyak dikonsumsi sebagai makanan cemilan maupun menjadi makanan pembuka, tetapi manfaat yang terkandung di dalam kacang edamame ini belum dimanfaatkan secara maksimal

I.2.1. Kandungan dan Manfaat

Manfaat yang diberikan oleh edamame sangatlah banyak karena mengandung lebih banyak vitamin A, C, K dan B dibandingkan kacang kedelai. Kandungan zat besi, magnesium, fosfor, kalsium, kalium, natrium, tembaga dan mangan pada edamame lebih tinggi dari kacang polong dan kacang hijau (Mahoussi, 2019). Kandungan nutrisi edamame yang lengkap ini menjadikan edamame sebagai salah satu bahan makanan penyedia sumber nutrisi nabati yang lengkap bagi kesehatan tubuh manusia. Edamame juga mengandung kadar protein yang lebih banyak (41,3%) dibandingkan kacang kedelai (35,3%) (Mahoussi, 2019). Susu edamame memang belum begitu dikenal baik oleh masyarakat luas seperti bagaimana mereka mengenal susu almond dan susu oat yang dikenal sehat karena memiliki berbagai macam kandungan vitamin dan serat namun jika kita bandingkan kandungan yang terdapat dan juga manfaat diantara ketiga bahan tersebut, kandungan nutrisi dan vitamin yang terdapat pada edamame juga tidak kalah dari *almond* dan *oat* karena memiliki manfaat yang cukup setara dengan kedua bahan lainnya. Berikut ini merupakan perbandingan kandungan dan manfaatnya secara singkat dari *almond*, edamame, dan *rolled oat* dalam bentuk diagram matrix.

Tabel I.1 Tabel Perbandingan Bahan Dasar

	ALMOND	EDAMAME	ROLLED OAT
GLUTEN	×	×	✓
LARUT DALAM AIR	×	✓	✓
PROTEIN / 100GR	14 %	35,71 %	17 %
SERAT	12 %	4,08 %	5,10 %
HARGA / 1KG	Rp. 135.000	Rp. 22.000	Rp. 29.000

* Dihitung dari nilai per takaran ukuran porsi

Sumber: Olahan Sendiri (2020)

Pada tabel 1 dapat kita lihat perbedaan dan juga persamaan yang terdapat antara *almond*, edamame, dan juga *rolled oat* dalam setiap 100 gram, dimana di dalam edamame terdapat kadar protein yang lebih banyak dibandingkan dengan kedua bahan lainnya, memiliki kadar serat yang lebih sedikit. Kadar serat yang lebih sedikit ini membuktikan bahwa edamame ini juga akan lebih mudah untuk dicerna dengan baik oleh anak kecil. Edamame juga tidak mengandung gluten dan kandungan protein nya dapat dengan mudah larut di dalam air. Tidak hanya itu, edamame juga memiliki keunggulan lain karena harga 1 kg edamame juga lebih murah dibandingkan dengan *almond* dan rolled oat.

Selain kandungan vitamin dan juga protein yang lengkap, edamame juga mengandung senyawa genistein dan daidzein dan menjadi *isoflavan* yang dapat diklasifikasikan juga ke dalam keluarga phytoestrogen. Phytoestrogen ini memiliki struktur kimia yang sangat mirip dengan hormon estrogen pada tubuh manusia, bahkan cara kerjanya pun mirip dengan cara estrogen bekerja pada tubuh manusia. Oleh karena itu phytoestrogen ini berpotensi dapat mempengaruhi setiap proses yang diatur oleh hormon estrogen seperti mengatur siklus menstruasi dan

reproduksi hingga berperan dalam modulasi kepadatan tulang dan transport kolesterol (Yunita, 2011). Itu sebabnya seseorang akan dengan mudah terkena pengeroposan tulang dan osteoporosis apabila mengalami penurunan hormon estrogen pada dirinya, karena hormon ini lah yang bertugas untuk menjaga kepadatan dan kekuatan tulang pada manusia.

Sebuah studi epidemiologi prospektif juga meninjau sebanyak 183 orang wanita pascamenopause di Indonesia selama 1 bulan dan melakukan skrining penelitian mendapati bahwa sebanyak 130 orang memiliki kepadatan tulang yang rendah dan sebanyak 53 orang yang memiliki kepadatan tulang normal (Ardicoglu, 2014). Didapati kadar kandungan isoflavon kedelai yang lebih tinggi pada 53 orang subjek yang memiliki kepadatan tulang normal dibandingkan dengan subjek yang memiliki kepadatan tulang rendah. Proses kerja isoflavon inik juga bergantung dengan kadar estradiol, dimana ketika jumlah hormon estrogen pada tubuh manusia sedikit maka aktifitas isoflavon akan meningkat. Isoflavon akan menstimulasi sel osteoblas (pembentuk tulang) dalam memproduksi osteoprotegerin (OPG) yang berguna untuk menghambat aktivitas sel osteoklas (resorpsi tulang) (Ardicoglu, 2014).

I.2.2. Bahan Tambahan

Selain kacang edamame, Produk *House of Edamame* juga menggunakan beberapa bahan tambahan untuk meningkatkan kualitas rasa pada produk. *House of Edamame* tidak menggunakan gula pasir ataupun pemanis buatan lain, melainkan menggunakan sari kurma sebagai pemanis alaminya dan *barley* sebagai alternatif rasa lain. Sari kurma ini pun akan diolah sendiri dari buah kurma melalui proses pematangan dan juga penyaringan terlebih dahulu.

Kurma (*Phoenix Dactylifera*) merupakan salah satu buah yang cukup lama dikenal terutama di wilayah Arab, Afrika Utara dan Timur Tengah (Silviana, 2019) dan mengandung riboflavin, niasin, piridoksal dan folat bahkan di dalam 100 gram kurma dapat memenuhi lebih dari 9% kebutuhan vitamin harian. Kandungan lain yang terdapat pada kurma adalah protein, glukosa, fruktosa, serat, mineral seperti zat besi, kalsium, sodium dan juga potassium (Onuh, 2012). Komponen yang paling

penting dari kurma adalah karbohidrat dan gulanya dimana jumlahnya mencapai 78% (Latifa, 2009) itu sebabnya *House of Edamame* memilih kurma sebagai pemanis alami untuk produk ini.

Selain kurma produk ini juga akan mengkolaborasikan antara susu edamame biasa dengan *barley* (*Hordeum vulgare L*) sebagai bahan tambahannya dimana *barley* merupakan salah satu sereal dalam bentuk biji-bijian yang memiliki kandungan lemak rendah, kaya akan serat makanan, indeks glikemik rendah, kalsium, zat besi dan laktogenik (Ferdiansyah, 2018) Sebuah penelitian yang berhubungan dengan serat makanan menyatakan bahwa gandum *barley* ini mengandung β -glucan yang cukup tinggi sehingga serat pada *barley* dapat dengan mudah larut dalam air (GhotraT, 2008). Tidak hanya itu, *barley* ini mengandung fitokimia yang memiliki kemampuan antioksidan yang baik, sehingga baik dalam meningkatkan daya tahan tubuh (Emmanuel, 2017). Sifat laktogenik yang terdapat di dalam *barley* ini menyerupai hormon dalam tubuh wanita yang dapat berfungsi untuk membantu proses pembuatan ASI dan menghasilkan lebih banyak ASI (Rahmawati, 2017)



Gambar I.3. Bahan Utama Produk Ini

Sumber : Olahan sendiri (2020)

II. SEGMENTASI DAN TARGET PASAR

II.1. Segmentasi dan Target Konsumen

Aktivitas manusia setiap hari semakin padat dan saat ini setiap manusia memiliki gaya hidup modern yang sibuk, dimana kita lebih banyak fokus dengan berbagai pekerjaan dan tanggung jawab masing-masing (McKerr, 2019), dengan demikian mengkonsumsi makanan yang mengandung gizi baik untuk membantu menjaga kekuatan tubuh terutama tulang kita sebagai penunjang penting dari tubuh sejak dini merupakan tindakan yang sangat penting. Oleh karena hal tersebut bisnis ini memilih orang-orang yang peduli dengan kekuatan tulang mereka dan ingin mengantisipasi osteoporosis sejak dini sebagai segmentasinya.

Berdasarkan dengan segmentasi yang telah ditentukan sebelumnya, maka target konsumen *House of Edamame* akan terbagi kedalam 3 kategori utama yaitu:



LANJUT USIA MULAI 40 TAHUN KEATAS



ANAK MUDA BERUSIA 20 -29 TAHUN YANG PEDULI DENGAN PERTUMBUHAN & KEKUATAN TULANG MEREKA



IBU RUMAH TANGGA BERUSIA 25 -35 TAHUN, TERUTAMA WANITA HAMIL DAN PASCA-MENOPAUSE

Dimana dari ketiga kategori target tersebut sama-sama memiliki hubungan dan kepentingan terhadap kekuatan tulang dan DMT. *House of Edamame* menetapkan target kedua dari bisnis ini adalah anak muda yang berusia 20 -29 tahun karena menurut penelitian tentang pertumbuhan dan perkembangan tulang pada seorang manusia menyatakan bahwa 90% puncak dari pembentukan masa tulang terbentuk di usia 18 tahun. Kepadatan tulang dan penumpukan mineral pada tulang terus bertambah di usia 20 tahun sampai puncak kepadatan masa tulang ini berakhir di usia 30 tahun (Faizah, 2015). Berikut ini merupakan penjabaran target konsumen *House of Edamame* berdasarkan demografis, geografis, behavior, dan psycographic kedalam tabel berikut ini.

Tabel II.1 Target Konsumen Berdasarkan Geografis, Demografis, Behavior, Psychographic

TARGET KONSUMEN HOUSE OF EDAMAME 	
DEMOGRAFI	GEOGRAFI
Lansia, berusia ≥ 40 tahun dan memiliki status ekonomi menengah Anak muda, berusia 20 - 29 tahun dan memiliki status ekonomi menengah Ibu rumah tangga, berusia 25 - 35 tahun, dan memiliki status ekonomi menengah	JABODETABEK Universitas (Podomoro University) Perkantoran (Dokter Mobil & Nissan Motor Indonesia) Komunitas (Abbalove Ministries & Oikos Bogor) Klinik Physiotherapy (Physio Active Dharmawangsa)
PSIKOGRAFI	SOCIOCULTURAL
Lansia, yang menginginkan kondisi tulangnya tetap terjaga baik Anak muda, yang menginginkan kondisi tulang yang terjaga dengan baik Ibu rumah tangga, yang ingin menghindari osteoporosis	Pribadi yang menyukai gaya hidup yang praktis Menyukai gaya hidup sehat

Sumber : olahan sendiri (2020)

II.2. Buyer Behavior

Ketiga kategori target konsumen yang dituju memiliki kepedulian lebih terhadap kondisi dan juga kekuatan dari tulang, namun mereka juga memiliki berbagai pekerjaan dan tanggung jawab yang padat akan aktivitas mereka masing- masing.

Seperti kegiatan pendidikan mereka, pekerjaan, bahkan aktivitas kehidupan sosial dari setiap konsumen tersebut. Maka dari itu *House of Edamame* menyediakan produk ini sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan setiap mereka, karena produk ini mudah untuk dikonsumsi, mudah dibawa bepergian dan juga dapat membantu para konsumen untuk memenuhi gizi yang dibutuhkan tubuh untuk membantu menjaga kekuatan tulang.

