

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Sejarah Perusahaan



Gambar 1.1
Logo Momochi

Sumber : Data Internal Momochi

Momochi merupakan produk lokal di Indonesia yang khusus memproduksi makanan Mochi yang berasal dari Kota Bogor. Momochi ini dimiliki oleh pasangan suami istri muda bernama Iwan Widoyoko, S.T dan Lusiana Dwiyantri, S.H masing-masing adalah pegawai di perusahaan dan perbankan di Indonesia. Namun setelah mengalami kejenuhan dalam bekerja menjadi pegawai pada awal tahun 2011 keduanya memutuskan untuk *resign* dari pekerjaan masing-masing dan beralih menjadi *entrepreneur*. Jika Iwan memutuskan menjadi pengusaha kontraktor, Lusiana memutuskan untuk bergerak di bidang jasa makanan. Awal mulanya, Lusiana mencoba berbagai resep kue namun mengalami kegagalan. Lalu, selama tiga bulan Lusiana mempelajari bagaimana cara membuat mochi dengan cita rasa dan paduan yang cocok untuk dipadukan dengan *ice cream*. Sempat ditentang oleh suami karena belum cukup berhasil dalam produksi mochi *ice cream* karena terus menghabiskan dana untuk modal produksi tidak membuat Lusiana menyerah.

Perkembangan teknologi informasi mempermudah jalan pemilik dalam memperkenalkan produknya. Dalam wawancara informal dengan peneliti pada tanggal yang berlokasi di Rumah Produksi Momochi, diperoleh informasi bahwa sistem penjualan, pemesanan, dan promosi sangat mengandalkan sistem yang berbasis *online*. Awal mula memulai bisnis ini pemilik Ibu Lusiana, menjajakan produknya melalui BBM (*Blackberry Messenger*) Lalu dengan berkembangnya bisnis pemilik menjual melalui *social media* lainnya yaitu *twitter* dan *website*. Untuk pelanggan yang ingin membeli mochi ice cream secara langsung dapat mengunjungi Rumah Produksi Momochi yang

berlokasi di Bogor yang buka setiap hari Senin sampai Sabtu pukul 08.00 sampai 16.00 seperti yang tertera pada Gambar 1.2 Peta Lokasi Rumah Produksi Momochi :



Gambar 1.2
Peta Lokasi Rumah Produksi Momochi
Sumber : Google Maps 2014

1.1.2. Profil Perusahaan

Nama Usaha	: Momochi (<i>Premium Mochi Ice Cream</i>)
Pemilik	: Iwan Widoyoko, S.T dan Lusiana Dwiyanti, S.H
Tahun Berdiri	: 2011
Alamat Usaha	: Komplek Perumahan Villa Bogor Indah Blok F3 No. 39 Kecamatan Bogor Utara, Kota Bogor 16157
Produk	: Mochi <i>Ice Cream</i>
Harga	: Rp12.000,00 – Rp 17.000,00
Alamat Website	: www.momochi.co.id

1.1.3. Visi dan Misi

Momochi sebagai salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner Mochi Ice Cream memiliki visi dan misi sebagai berikut :

- a. Visi :
 - Membangun cita rasa kuliner Indonesia menjadi lebih beragam terutama yang menjadi ciri khas daerah sendiri yaitu Bogor.
 - Menciptakan lapangan kerja baru dibidang kuliner, sehingga membantu membangun bangsa.
 - Mengedepankan cita rasa khas dari daerah, sehingga makanan atau jajanan daerah bisa disukai oleh lidah masyarakat Indonesia bahkan warga negara asing yang berkunjung di Bogor.

b. Misi :

- Ikut mensukseskan gerakan wirausaha mandiri Indonesia, sehingga ikut membangun bangsa Indonesia
- Membangun kreatifitas dalam bidang kuliner sehingga menambah jenis kuliner baru yang bisa menjadi ciri khas daerah tertentu.

1.1.4. Produk Momochi

Momochi memproduksi Mochi *Ice Cream* dengan cita rasa dan paduan ice cream yang sangat lezat. Dibuat langsung oleh pemilik dengan kualitas *premium*. Momochi dijual dengan harga Rp 12.000,00 sampai Rp 17.000,00. Terdapat 24 Cita Rasa yang ditawarkan oleh Momochi diantaranya Oreo, Choconut, ChocoBrownies, Red Velvet, Hazelnut, Milk Tea, Blueberry, Ogura, Durian, Greentea, Strawberry, VanillaGrape, Lychee, Taro, Mango, Bubblegum, Guava, Tiramisu, Blackforest, Rum Raisin, VanillaBlue, Strawberry Yogurt, Blueberry Yogurt, RedGrape Yogurt seperti yang ditampilkan pada gambar 1.3.



Gambar 1.3

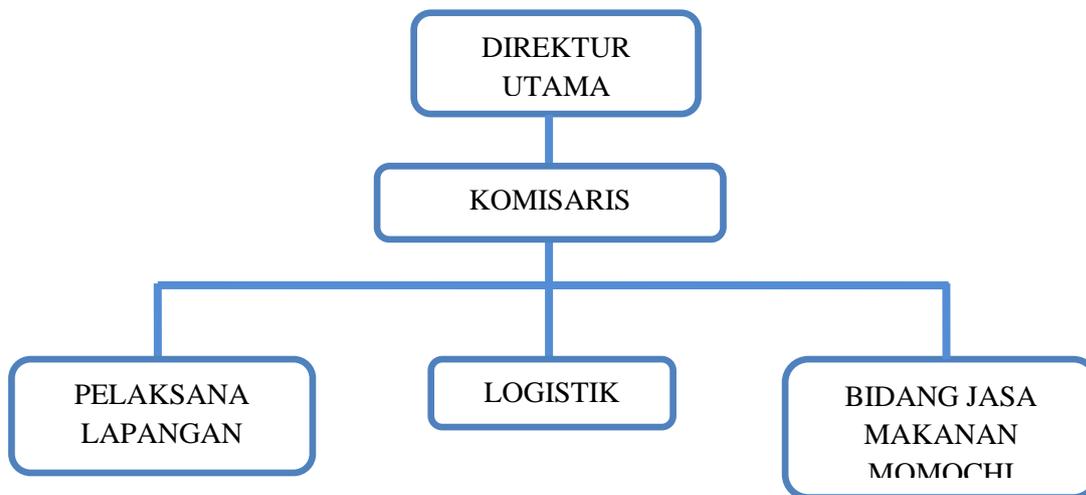
Varian Rasa Momochi

Sumber : Data Internal Momochi

1.1.5. Struktur Organisasi Momochi

Struktur Organisasi yang berlaku di Momochi masih menyatu dengan CV. Azura yaitu Perusahaan Kontraktor milik suami dari Ibu Lusiana. Dalam Pengambilan keputusan dan hal lain yang bersangkutan dengan Momochi menjadi tanggung jawab penuh Lusiana Dwiyanti S,H selaku pemilik.

Untuk kegiatan produksi dan operasional pemilik dibantu oleh pembuat mochi yang berjumlah 15 orang. Berikut gambar bagan dari Struktur Organisasi Momochi :



Gambar 1.4
Struktur Organisasi

Sumber : Data Internal Momochi

- Direktur Utama : Iwan Widoyoko, S.T
- Komisaris : Eva Lusiana
- Pelaksana Lapangan : Yayan Karsian
- Logistik : Riko Sugiarto
- Bidang Jasa Makanan : Lusiana Dwiyanti, S.H

1.2. Latar Belakang Penelitian

Diberitakan bahwa pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang terus membaik membawa pengaruh positif terhadap perkembangan industri khususnya pada sektor pasar dan sektor produksi. Dalam berita tersebut, dipaparkan:

"Peluang Indonesia untuk tumbuh luar biasa. IMF saja memperkirakan sampai 2016 kita akan terus tumbuh 7 persen dengan peran investasi yang besar, prediksi IMF sesuai dengan kondisi perekonomian Indonesia yang terus membaik didukung kondisi demografi yang menjanjikan dengan tingginya populasi kaum muda serta masyarakat kelas menengah yang mencapai sekitar 120 juta jiwa. Indonesia memiliki pasar dan produksi yang terus tumbuh. Sekarang tinggal Pemerintah segera menyelesaikan masalah infrastruktur paling tidak mulai 2012 mendatang". (<http://www.antarane.ws.com/berita/271955/pengamat-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-akan-terus-membaik>)

Dengan demikian dapat tergambar bahwa seiring pertumbuhan perekonomian Indonesia berdampak pada seluruh lini industri, salah satunya Industri Produksi Makanan.

Menurut teori kebutuhan Maslow, pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia atau *basic needs*. Karena termasuk kebutuhan dasar, maka pemenuhan terhadap pangan menjadi hal mutlak jika manusia ingin tetap bisa menjaga keberlangsungan hidupnya. Setelah kebutuhan dasar terpenuhi, manusia baru akan bisa memikirkan untuk mencapai kebutuhan lainnya. Kebutuhan bersosialisasi (*social needs*), percaya diri (*self esteem*) dan aktualisasi diri (*self actualization*) merupakan tiga teratas kebutuhan manusia. (sumber : <http://gopanganlokal.miti.or.id>)

Pangan bukan lagi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia semata. Pangan saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pangan berubah menjadi sebuah industri kuliner yang memberikan tidak hanya cita rasa tapi juga kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi maupun beraktualisasi. Sebab, industri kuliner yang berkembang saat ini juga menyediakan ruang bagi konsumen untuk bisa berkumpul dengan komunitasnya melalui layanan ruangan maupun jasa lainnya. (sumber : <http://gopanganlokal.miti.or.id>)

Perkembangan bisnis saat ini semakin pesat, salah satu bisnis yang banyak berkembang saat ini yaitu bisnis yang berbasis makanan dan minuman. Bicara makanan yang lain dari biasanya, kota Bogor saat ini dijadikan tujuan wisata kuliner. Tidak hanya terkenal dengan kawasan puncak-nya saja, namun kini Bogor telah menjadi salah satu kota surga jajanan yang memiliki beraneka jenis makanan. Apalagi saat masa-masa liburan, Kota Hujan ini akan dibanjiri para pengunjung. (Gunawan : 2010)

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Bogor selama tahun 2011-2012 jumlah bisnis yang menunjukkan kemampuan berkontribusinya lebih dibanding subsektor lainnya adalah pada subsektor perdagangan, hotel dan restoran yang terdapat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1
Kontribusi Sektor Dalam Perekonomian Kota Bogor Tahun 2011 – 2012

Kode Sektor	Sektor	PDRB Atas Dasar Harga Berlaku		PDRB Atas Dasar Harga Konstan	
		2011*)	2012**)	2011*)	2012**)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	A. PRIMER	0,18	0,17	0,29	0,28
1	Pertanian	0,18	0,17	0,29	0,28
2	Pertambangan & Penggalian	0,00	0,00	0,00	0,00
	B. SEKUNDER	34,02	34,56	38,27	38,16
3	Industri Pengolahan	26,86	27,51	28,32	28,31
4	Listrik, Gas dan Air Bersih	2,00	2,01	3,29	3,32
5	Bangunan	5,16	5,04	6,66	6,53
	C. TERSIER	65,80	65,27	61,44	61,56
6	Perdagangan, Hotel dan Restoran	36,65	36,23	28,97	28,74
7	Angkutan dan Komunikasi	15,29	15,05	10,28	10,36
8	Keuangan, Persewaan & Jasa Perusahaan	10,14	10,33	15	15,33
9	Jasa-jasa	3,72	3,66	7,19	7,13
	PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO	100,00	100,00	100,00	100,00

*) Angka Perbaikan **) Angka Sementara

Sumber : BPS Kota Bogor

Melihat daftar Tabel 1.1 Menurut BPS struktur perekonomian Kota Bogor merupakan struktur yang didominasi oleh Sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran, Sektor Industri Pengolahan (Sub Sektor Industri non-Migas) dan Sektor Angkutan dan Komunikasi atau dengan perkataan lain Sektor Tersier merupakan Sektor yang paling besar kontribusinya disusul Sektor Sekunder dan Sektor Primer. Selama kurun waktu 2008 – 2012 terlihat bahwa Sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran mendominasi kontribusi terhadap PDRB Kota Bogor (Atas Dasar Harga Berlaku maupun Atas Dasar Harga Konstan). (BPS : 2013)

Sebagai salah satu kota yang perekonomiannya didominasi oleh Sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran, Sektor Industri Pengolahan (Sub Sektor Industri non-Migas) dan Sektor Angkutan dan Komunikasi, Bogor memiliki banyak sekali tempat wisata kuliner dan juga banyak jenis panganan ciri khas Kota Bogor yang dapat dijadikan oleh-oleh seperti Bolu Lapis Talas Sangkuriang, asinan gedong dalem, roti unyil venus, Kacang Bogor dan Stick Talas “Istana”, dan Mochi. (<http://www.wego.co.id/berita/6-oleh-oleh-wajib-dari-bogor>)

Berbicara mengenai makanan khas Bogor salah satunya adalah mochi. Jika selama ini mochi hanya dikenal sebagai kue manis lembut dari beras ketan panganan orang Jepang hanya cemilan biasa, namun kini mochi dimodifikasi dengan isian *ice cream*. Dengan es krim, mochi tidak lagi keras saat disimpan di lemari pendingin maupun ruangan terbuka. Dengan kombinasi es krim rasanya malah jadi kian enak. Es krim mochi digemari masyarakat, sehingga tidak heran bila usaha es krim mochi kemudian menjanjikan keuntungan cukup besar bagi para pelakunya. Kini Mochi *Ice Cream* ini dapat dicicipi di mall-mall yang tersebar di berbagai Kota besar di Indonesia berikut ini :

Tabel 1.2

Daftar Nama Usaha Mochi *Ice Cream*

No.	Nama Usaha Mochi	Lokasi Mochi	Range Harga	Varian Rasa
1.	Momochi (<i>Premium Mochi Ice Cream</i>)	Memiliki Enam Belas Outlet Tersebar di Indonesia berikut ini : <ul style="list-style-type: none"> - Botani Square Bogor - Kalibata City Square Jakarta - Cibubur Junction - Giant Pekanbaru - Mall Ciputra Pekanbaru - Festival City Link Bandung - Semawis Semarang - Paragon Mall Semarang - Bandung Indah Plaza 	Rp 12.000 s.d Rp 17.000	Menawarkan 20 macam rasa mochi es krim

		<ul style="list-style-type: none"> - Plaza Semanggi Jakarta - Eleven Store (Tri D Store) Jambi - Happy Selling Corner, Bandung - Fx Plaza Senayan - Ruko Danau Sentum, Pontianak - Alfamart O. Isdiman Purwokerto - Mall Ambassador Jakarta 		
2.	Mochiila	<p>Memiliki Dua Outlet di daerah Jakarta, diantaranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grand Indonesia West Mall - Mall Gandaria City 	Rp 12.000 s.d Rp 24.000	Menawarkan 27 macam rasa mochi es krim
3.	Pesca <i>Ice Cream</i>	<p>Memiliki Lima Outlet tersebar di daerah Jakarta, Tangerang dan Bandung</p>	Rp 15.000/satuan	Menawarkan 7 macam rasa mochi es krim
4.	Raff House Mochi dan Tempura Ice Cream	<p>Memiliki Enam Store yang tersebar di :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hypermart Puri Indah Jakarta - Mall Kelapa Gading Jakarta - Hypermart Mall Balekota Tangerang - Botani Square Bogor - Pia 170, Bandung - Prima rasa Kemuning, Bandung 	Rp 12.000	Menawarkan 12 macam rasa mochi es krim

Sumber : Data Diolah Penulis

Sesuai dengan data tabel 1.2 diatas Peneliti tertarik untuk memilih Momochi yang berasal dari Kota Bogor sebagai objek penelitian ini karena mempunyai 16 Outlet yang tersebar di beberapa kota besar di Indonesia, dengan kata lain Momochi sudah memiliki pangsa pasar luas yang tersebar di Indonesia bila dibandingkan dengan usaha lainnya yang bergerak dalam industri kuliner yang sama. Dengan sistem franchise usaha dengan merek dagang Momochi Ice Cream ini memiliki prospek yang menjanjikan. Selain itu seiring dengan pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang terus membaik berdampak pada peningkatan taraf hidup dan daya beli masyarakat Indonesia sehingga terdapat peningkatan jumlah warga kelas menengah dan kelas atas. Mengingat bahwa pangsa pasar Momochi (Premium Mochi Ice Cream) adalah level *middle up*, hal ini tentu bisa dianggap sebagai peluang.

Ditengah persaingan bisnis yang ada, pemilik tidak pernah berhenti untuk terus mengembangkan usahanya. Upaya pengembangan usaha dilakukan untuk dapat menciptakan

keunggulan bersaing dari perusahaan. Sejak berkembangnya praktik penjualan secara *online*, model bisnis menjadi konsep yang menonjol diantara konsep-konsep manajemen lain. Kepopuleran model bisnis dikarenakan banyak organisasi yang tumbuh pesat dikarenakan dapat menciptakan model bisnis yang tepat. Salah satu konsep model bisnis yang sederhana adalah model yang dikembangkan oleh Osterwalder dan Yves Pigneur yaitu model bisnis kanvas atau lebih dikenal dengan *Business Model canvas* (BMC). (Tim PPM Manajemen, 2012)

Pengembangan aplikasi visualisasi model bisnis telah dilakukan oleh Osterwalder dan Pigneur (2013) dalam bentuk kanvas model bisnis. Penggunaan kanvas model bisnis dapat memberikan gambaran mengenai model bisnis perusahaan dan hubungan yang terjadi antar-blok dengan cara yang lebih atraktif. Business Model Canvas juga membantu perusahaan untuk mengenali apa yang menjadi *value proposition* perusahaan, serta bagaimana membangun dan menjalankan *key activities* dan *key resources* dalam menciptakan *value proposition* dan mendapatkan *revenue streams*, memahami bagaimana produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan dapat dikomunikasikan dengan baik kepada konsumen hingga sampai ke tangan konsumen untuk dikonsumsi.

Kedepannya Usaha Momochi (*Premium Mochi Ice Cream*) ingin mewujudkan visi dan misi perusahaan sesuai dengan apa yang telah dipaparkan pada sub bab 1.1.3 . Dengan beberapa uraian yang telah dipaparkan di atas, penting untuk Momochi (*Premium Ice Cream*) mengetahui deskripsi model bisnis yang sedang dijalani oleh perusahaan untuk menentukan strategi yang cocok untuk diterapkan di perusahaannya. Selain itu, juga penting untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis Momochi (*Mochi Ice Cream*) untuk menghadapi ancaman dan memaksimalkan peluang yang ada untuk meningkatkan pendapatan dengan pendekatan business model canvas.

Berdasarkan uraian dan latar belakang diatas maka penulis mengambil judul skripsi “Pengembangan Bisnis *Mochi Ice Cream* Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (Studi Kasus Pada Momochi Premium Mochi Ice Cream)”.

1.3. Perumusan Masalah

Dalam rangka mengembangkan bisnis dan memperkuat daya saing usaha, Momochi perlu mengetahui seluk beluk bisnis yang sedang di jalannya. Berdasarkan prospek bisnis, Momochi ini memiliki prospek bisnis yang potensial karena memiliki keunggulan dalam hal diversifikasi dan inovasi produk. Namun tetap diperlukan suatu strategi agar bisnis ini dapat bertahan terhadap faktor perubahan dalam berbagai kondisi ekonomi dan persaingan usaha yang semakin ketat. Untuk mampu bertahan dalam persaingan yang ketat, Momochi harus memiliki model bisnis yang kuat sehingga dapat mengetahui bisnis yang sedang dijalani dan membuat suatu model bisnis yang baru sesuai dengan kondisi dan tujuan bisnis. Maka permasalahan yang dapat dikaji berdasarkan kondisi tersebut adalah :

1. Bagaimana identifikasi dan Pemetaan Model Bisnis Momochi (Premium Ice Cream) saat ini dengan pendekatan Business Model Canvas?
2. Bagaimana strategi yang harus dilakukan Momochi dalam upaya pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk memahami gambaran model bisnis yang sedang dijalani Momochi.
2. Untuk menerapkan strategi yang harus dilakukan Momochi dalam upaya pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT dan dengan pendekatan *Business Model Canvas*.

1.5. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan untuk memiliki kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan untuk Momochi dalam memenangkan persaingan bisnis mochi *ice cream* sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini dibagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dikemukakan mengenai latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian. Selain itu terdapat beberapa data objek studi pada bab ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN RUANG LINGKUP PENELITIAN

Bab ini berisi tentang tinjauan kepustakaan yang berkaitan dengan topik penelitian, serta ruang lingkup yang membatasi penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode, pendekatan, dan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan maupun menganalisis data yang dapat menjawab serta menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai analisis gambaran model bisnis perusahaan yang ditinjau dari Sembilan elemen *business model canvas* serta perumusan strategi pengembangan usaha.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan atas hasil penelitian dan saran yang diberikan dengan hasil penelitian.