

BAB I

PENDAHULUAN

Bab I pada penelitian ini merupakan pendahuluan penelitian yang membahas seputar latar belakang, pokok permasalahan, tujuan penelitian, pembatasan masalah, dan sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan dasar atau yang lebih sering didengar sebagai kebutuhan sehari-hari manusia seperti makanan, minuman, produk kebersihan, dan sebagainya merupakan hal-hal yang akan selalu dibutuhkan manusia setiap harinya. Produk seperti makanan dan minuman atau yang bisa disebut sebagai produk pangan, secara universal tentu menjadi kebutuhan dasar setiap makhluk hidup. Produk pangan ini mempunyai fungsi sebagai sumber energi untuk manusia beraktivitas setiap harinya, seperti bekerja, belajar, berolahraga dan lain lain. Produk kebersihan juga memiliki peran yang penting dalam kehidupan manusia. Produk kebersihan ini memiliki peran dalam membantu memudahkan manusia untuk menjaga kebersihan pada daerah tempat tinggal yang memiliki fungsi untuk menjaga kesehatan manusia di sekitarnya.

Produk kebutuhan sehari-hari manusia ini sering ditemukan pada pasar tradisional, toko grosir, toko kelontong, *supermarket*, *mini market*, dan lain lain. Toko yang menjual produk kebutuhan sehari-hari ini masih sering menggunakan produk plastik sekali pakai sebagai wadah pengemas produk. Tentu toko-toko di

Indonesia khususnya di Jakarta sudah membuat kebijakan untuk para pembeli agar membawa kantong belanja sendiri dengan tujuan untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai sebagai wadah untuk membawa barang belanjaan. Namun produk-produk yang disediakan oleh toko-toko ini masih menggunakan wadah plastik, seperti kemasan camilan, botol sampo, botol minuman, kemasan *frozen food*, kemasan tissue, kemasan sayuran, dan masih banyak lagi.

Produk pengemas berbahan plastik memiliki peran penting dalam toko-toko ini. Namun produk pengemas plastik ini juga memiliki dampak buruk kepada lingkungan. Sampah plastik memiliki dampak buruk kepada lingkungan, contohnya pada ekosistem laut. Penelitian yang dilakukan oleh Schmidt dan Jambeck pada sampah plastik yang mencemari lautan di negara Asia Tenggara mengatakan bahwa sekitar 8 sampai 10 ton sampah plastik setiap tahunnya mencemari lautan dan sekitar 70% sampai 80% sampah plastik ini datang dari daratan (National Plastic Waste Resduction Strategic Indonesia 2020). Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia mengatakan diperkirakan sebanyak 12.000 ton sampah akan terdapat di TPA (Tempat Pembuangan Akhir) atau di lingkungan alam pada tahun 2020 (National Plastic Waste Resduction Strategic Indonesia 2020). Plastik dapat mencemari ekosistem lautan dan juga lingkungan pada daratan. Pencemaran ekosistem laut dapat membahayakan terumbu karang dan juga biota laut. Sampah plastik di daratan dapat mencemari lingkungan karena melebihi kapasitas TPA sehingga sampah mencemari lingkungan sekitar.

Plastik masih sering menjadi sarana untuk menjadi kemasan kebutuhan manusia. Toko - toko yang menjual kebutuhan sehari - hari ini juga sering

menggunakan kemasan plastik sekali pakai sebagai sarana pengemas belanja konsumen. Kebiasaan ini akan terus berjalan jika penyesuaian tidak dilakukan. Penyesuaian pada penggunaan produk plastik sudah pernah dilakukan sebelumnya, tepatnya pada produk sedotan plastik. Pada tahun 2018 merek kopi ternama *Starbucks* melakukan gerakan pelarangan penggunaan sedotan plastik (Britschgi, 2018). Hal ini bisa terjadi dikarenakan adanya gerakan dari generasi Millennial dan generasi-Z setelah menonton video yang diupload oleh “Sea Turtle Biologist” pada website video bernama youtube.com dengan judul “Sea Turtle with Straw up its Nostril - "NO" TO PLASTIC STRAWS”. Sebanyak 68% dari penonton berumur 13-17 tahun dan sebanyak 44% dari penonton dengan umur 18-36 tahun memiliki beragam reaksi mengenai sedotan plastik dan penggunaan plastik dikarenakan video ini (YPULSE 2018).

Sosial media memiliki peran penting dalam mendukung gaya hidup *zero waste* pada kalangan generasi-Z (Pratiwi, Handra, dan Choirisa 2021). *Zero waste* adalah konservasi seluruh sumber daya dengan cara bertanggung jawaban atas produksi, konsumsi, penggunaan kembali dan pemulihan produk, pengemasan, dan bahan tanpa terbakar terbuang ke darat, air atau udara yang dapat mengancam lingkungan atau kesehatan manusia (Z. Săplăcan and B. Márton 2019). Generasi-Z adalah generasi yang dikatakan sebagai generasi dominan di Indonesia (Pratiwi, Handra, dan Choirisa 2021). Sebanyak 27,94% penduduk di Indonesia adalah generasi-Z, dengan kelahiran di tahun 1997 - 2012 dengan perkiraan umur 8 tahun hingga 23 tahun (Badan Pusat Statistika Indonesia 2020).

Artikel yang ditulis dengan judul “Gen Z and millennials consumers naturally favor organic foods and beverages, reports packaged facts” mengatakan bahwa sebanyak 29% dari milenial dan gen-Z dengan umur 18-24 memiliki keinginan untuk mencoba produk makanan sehat. Artikel ini juga mengatakan bahwa gen-Z dewasa dan millennials juga merupakan pengguna produk makanan natural dan organik. Namun gen-Z dewasa secara signifikan adalah generasi yang membeli produk makanan beku (PR Newswire 2022). Penelitian yang dilakukan mengenai perbedaan perilaku pembelian bahan organik antar generasi mengatakan bahwa generasi-Z memiliki perilaku pembelian yang rendah terhadap bahan organik dibanding dengan generasi *silent*. Generasi-Z juga memiliki tingkat konsumsi produk-produk organik yang rendah. Kedua hal ini terjadi karena mayoritas dari populasi generasi-Z masih tinggal dengan orang tua, sehingga produk yang dikonsumsi oleh generasi-Z masih bergantung kepada produk yang disediakan oleh orang tua. Walaupun tidak semua generasi-Z tinggal dengan orang tua (merantau/tinggal sendiri), generasi-Z masih bergantung kepada pemberian orang tua (tunjangan).

Generasi Z memiliki ketertarikan spesifik kepada makanan. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2019 oleh Technomic's new College and University mengatakan sebanyak 46% generasi Z memilih daging ayam sebagai pilihan protein mereka untuk makan malam. Daging ayam juga memiliki tingkat produksi yang tinggi di dunia. Menurut FAO (Food and Agriculture Organization) daging ayam mendominasi produksi global dengan persentase 35% di tahun 2020, dan produksi daging ayam juga memiliki pertumbuhan yang pesat jika dibandingkan dengan

produksi daging lainnya. Menurut OECD mengenai data konsumsi daging di tahun 2021 diketahui bahwa, konsumsi daging ayam di Indonesia adalah 8,1 kg per kapita. Jika dibandingkan dengan daging sapi (2,2 kg) dan daging babi (1 kg), maka dapat disimpulkan daging ayam merupakan daging yang paling sering dikonsumsi masyarakat Indonesia. Hal ini dikarenakan daging ayam memiliki harga yang lebih terjangkau, protein yang tinggi, dan juga diversifikasi pengolahan yang luas. Diversifikasi ini mengartikan bahwa daging ayam dapat diolah dengan banyak cara. Salah satunya adalah dengan menggunakan bumbu dapur seperti bawang putih, bawang merah, jahe, merica, garam, dan lain-lain. Bumbu dapur ini hanya bertahan dalam 2 minggu sampai 6 bulan. Alternatif lain untuk meningkatkan umur simpan bumbu dapur adalah dengan mengeringkan bumbu dapur (rempah). Menurut artikel dari Healthline pada tahun 2020 diketahui bahwa bumbu masakan berbentuk bubuk atau kering (rempah) dapat bertahan 2-3 tahun. Bubuk masakan ini terdapat di toko-toko yang menjual kebutuhan keseharian seperti toko grosir.

Toko-toko yang menjual kebutuhan keseharian di Indonesia dapat dikatakan kurang berperan dalam menerapkan konsep *zero waste*. Konsep *zero waste* bukan berarti tidak menghasilkan sampah sama sekali, melainkan konsep *zero waste* adalah sebuah gaya hidup yang mengevaluasi sampah yang dihasilkan manusia tidak berdampak buruk pada lingkungan. *Bulk store* bisa dikategorikan sebagai toko grosir yang menerapkan *zero waste* dikarenakan tidak menggunakan produk seperti plastik untuk menjadi sarana bagi konsumen dan penjual untuk mengemas produk. *Bulk store* memiliki sistem pembelian dimana konsumen membawa wadah mereka sendiri sehingga setiap konsumen membeli produk yang akan ditakar sesuai

kebutuhan. Sistem pembelian di *bulk store* dapat terdengar asing dan mungkin menyusahkan bagi masyarakat, namun kesadaran masyarakat terhadap melestarikan lingkungan harus dikembangkan.

Mayoritas toko *Bulk store* di Indonesia adalah toko grosir yang menerapkan konsep “*zero waste*”. Toko grosir sendiri merupakan toko yang menjual produk dengan kuantitas dalam ukuran besar Hal ini memiliki kesamaan dengan *bulk store*, namun perbedaan *bulk store* dengan toko grosir pada umumnya adalah tentang penerapan “*zero waste*”. *Zero waste* yang diterapkan pada *bulk store* adalah toko *bulk store* tidak menggunakan atau menyediakan kemasan sekali pakai, melainkan pelanggan/konsumen membawa kemasan mereka sendiri. Kemasan ini berupa *eco-friendly bag*, toples, dan kemasan lain yang membantu pembeli dalam membawa barang belanjaan. *Bulk store* tertentu biasanya menyediakan toples yang dapat dipinjam oleh konsumen dengan tujuan mengurangi limbah dari pengemasan dan juga sebagai cara untuk memastikan konsumen kembali ke toko grosir *bulk store* untuk mengembalikan toples yang dipinjamkan, sehingga pelanggan bisa melihat ada apa yang baru di dalam toko grosir *bulk store* tersebut.

Indonesia tidak asing dengan keberadaan *bulk store*, menurut Zero Waste Indonesia pada tahun 2019, di Indonesia tercatat ada sebanyak 39 (tiga puluh sembilan) *bulk store* yang sudah beroperasi. Tahun 2019 *bulk store* pertama di Jakarta hadir dengan nama Naked Inc. Naked Inc bisa dinamakan sebagai pelopor *bulk store* di Jakarta, dikarenakan toko ini adalah toko kelontong dengan konsep *zero waste* pertama di Jakarta. Naked Inc sendiri mengatakan bahwa mereka adalah *health store* pertama di Jakarta yang mengaplikasikan konsep *zero waste*. Tidak

hanya itu Naked Inc juga melakukan gerakan *zero waste* dengan tidak menggunakan kemasan plastik sekali pakai dan mengaku bahwa Naked Inc bebas dari limbah yang dapat membahayakan manusia dan lingkungan.

Naked Inc memiliki banyak kelebihan, salah satunya adalah dikarenakan Naked Inc merupakan pelopor *bulk store* pertama di Jakarta dengan mengaplikasikan konsep *zero waste*. Naked Inc juga memberikan sistem penjualan dimana konsumen membawa wadah masing-masing untuk menjadi tempat pengemasan produk yang diinginkan. Kekurangan yang bisa dilihat dari Naked Inc adalah dari harga produk yang dijual. Produk Naked Inc didominasi oleh produk-produk organik dan juga produk *environmentally friendly* yang biasanya datang dengan harga yang kurang bersaing dengan pasar tradisional pada umumnya ataupun toko kelontong lainnya.

Jabodetabek memiliki toko-toko *bulk store* lainnya seperti BulkSource dan juga Saruga. Kedua toko *bulk store* ini adalah toko grosir yang menjual produk dengan tujuan untuk menjaga lingkungan dengan mengaplikasikan konsep pembelian secara *bulk*. Keunggulan dari kedua *bulk store* ini adalah produk yang dijual bisa dikatakan cukup unik untuk sebuah toko grosir. Produk - produk seperti adas halus, tepung kacang almond, minuman tonic, dan lain-lain. Namun salah satu kekurangan dari kedua toko ini adalah pengaplikasian pembelian secara *bulk* dalam sebuah *bulk store*. Masih sering dilihat produk-produk yang dikemas dengan penggunaan plastik sekali pakai seperti toples untuk selai dan kacang-kacangan.

Toko-toko *bulk store* seperti Naked Inc, Saruga, dan BulkSource memiliki keunikannya masing-masing. Keunikan ini meliputi produk yang dijual pada

masing-masing tempat. Produk unik ini juga memiliki kekurangan yaitu, harga yang kurang bersaing. Seperti contohnya kacang almond yang dijual oleh Saruga dan BulkSource. Saruga membandrol harga kacang almond mentah dengan harga Rp. 261 per gram. BulkSource membandrol harga kacang almond mentah dengan harga Rp 48,850 untuk 185 gram dan Rp 100,500 untuk 300 gram, yang dapat diperkirakan untuk harga per gram kacang almond sekitar Rp 264 - Rp 335. Harga kacang almond mentah pada kedua bulk store dapat dikatakan kurang bersaing dengan harga pasaran. Kacang almond mentah dapat ditemukan di Tokopedia dengan harga Rp 33.000 untuk 250 gram, jika dihitung harga kacang almond per gram di Tokopedia adalah Rp 132.

Produk-produk unik yang ditawarkan oleh toko *bulk store* di Indonesia juga merupakan produk yang tidak biasa ditemukan di rumah tangga penduduk Indonesia. Produk unik ini meliputi *longan bites*, *quinoa*, *pumpkin seeds*, dan lainnya. Produk yang unik ini tentunya jarang dikenal dan arahan penggunaan dibutuhkan saat membeli produk tersebut. *Bulk store* yang berada di Indonesia juga menjual produk yang umum digunakan oleh masyarakat seperti bubuk bawang putih. Namun perbandingan harga yang cukup signifikan terlihat. Contohnya untuk produk seperti bubuk bawang putih, toko *BulkSource* menjual dengan harga Rp 39.050 untuk 150 gram. Jika dihitung per gram maka harganya menjadi sekitar Rp 260 per gram. Sedangkan bubuk bawang putih yang bermerek “Koepoe Koepoe” adalah Rp 13,300 per 150 gram, jika dihitung per gram maka harganya menjadi sekitar Rp 102 per gram. Dapat dilihat perbedaan harganya mencapai 61%.

Bulk store di Indonesia memiliki tujuan untuk menyediakan produk organik dan juga ramah lingkungan. Hal ini dikarenakan *bulk store* di Indonesia ingin memaksimalkan konsep *zero waste* dimana produk yang dijual merupakan produk yang ramah lingkungan dan juga tidak membahayakan manusia. Namun *bulk store* di Indonesia jika diperhatikan masih belum memaksimalkan pembelian secara *bulk* dan juga pengaplikasian *zero waste* dikarenakan masih menjual produk dengan menggunakan pengemas plastik sekali pakai. Penggunaan produk plastik sekali pakai masih sering digunakan untuk menjadi sarana pengemas untuk pembelian dan pengiriman secara online.

Penjualan secara online menjadi pilihan untuk *bulk store* di Indonesia selama terjadinya pandemi ini. Penjualan secara online menjadi alternatif dan juga sebagai inovasi penjualan, dikarenakan kotak fisik antar manusia diusahakan untuk seminimal mungkin sehingga menghindari penyebaran Covid-19 pada saat pandemi. Penjualan secara online ini dilakukan lewat website, e-commerce, dan lain-lain. Menurut artikel dengan judul “*Grocery Shopping Habits of Gen Z and Millennials*” kebanyakan dari generasi Z sering melakukan aktivitas belanja online, namun pada survey yang dilakukan sebanyak 56% tidak melakukan aktivitas belanja secara online dikarenakan adanya pengalaman yang tidak berkenan seperti susah untuk menavigasi, produk yang cacat, pengiriman yang telat, dan produk yang habis (Wiley, 2020). Sehingga ketertarikan generasi Z terhadap pembelian kebutuhan sehari-hari secara online menurun. Sebanyak 71% responden berminat untuk memilih secara mandiri produk yang diinginkan sebagai bagian dari pengalaman belanja, 56% dari responden senang untuk menemukan produk baru,

dan sebanyak 41% responden senang dengan pengalaman yang ada saat melakukan belanja langsung pada toko.

Studi kelayakan bisnis pendirian Roempah Bulk Store ditujukan karena adanya peluang pasar yang terlihat pada sikap generasi Z terhadap *zero waste* untuk menyikapi penggunaan plastik yang berdampak buruk kepada lingkungan. Peluang yang dapat dilihat juga ada pada harga yang ditawarkan dan kurangnya arahan penggunaan dikarenakan variasi produk yang unik oleh *bulk store* yang sudah ada di Indonesia. Harga yang ditawarkan kurang bersaing dengan harga pasar tradisional dimana perencanaan toko grosir dengan konsep “*bulk store*” ditujukan untuk menyediakan harga yang dapat bersaing dengan pasar tradisional dan produk bumbu masakan kering yang mudah untuk digunakan.

1.2 Pokok Permasalahan

Pokok Permasalahan yang menjadi dorongan dalam studi kelayakan bisnis pendirian Roempah Bulk Store adalah:

1. Peluang yang dilihat pada perilaku generasi Z terhadap konsep *zero waste*
2. Harga pendahulu *bulk store* di Indonesia yang kurang bersaing

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah melakukan analisis kelayakan bisnis untuk mengetahui apakah bisnis Roempah Bulk Store layak dijalankan.

1.4 Pembatasan Masalah

Batasan masalah pada studi kelayakan bisnis pendirian Roempah Bulk Store adalah:

1. Wilayah penelitian dilakukan di lingkungan pasar modern Intermoda BSD.
2. Perhitungan forecast dilakukan untuk 5 tahun ke depan.
3. Penelitian difokuskan kepada aspek pasar & pemasaran, aspek teknis & operasional, aspek keuangan, dan aspek hukum & manajemen.
4. Penelitian difokuskan kepada generasi Z.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam studi kelayakan bisnis pendirian Roempah Bulk Store sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab I pada penelitian ini merupakan pendahuluan penelitian yang membahas seputar latar belakang, pokok permasalahan, tujuan penelitian, pembatasan masalah, dan sistematika penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab II pada penelitian ini diberikan penjelasan landasan teori, penelitian terdahulu, konsep, dan juga rumus-rumus perhitungan yang digunakan untuk penulisan, perancangan, dan studi kelayakan bisnis.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab III pada penelitian ini menyertakan penjelasan mengenai metode penulisan. Metode penulisan ini meliputi kerangka penulisan yang dipilih.

4. BAB IV PENGOLAHAN DATA KUESIONER

Bab IV pada penelitian ini memberikan pembahasan pada perhitungan jumlah responden dan hasil responden.

5. BAB V ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

Bab V pada penelitian ini memberikan pembahasan pada aspek pasar dan pemasaran Roempah Bulk Store. Pembahasan akan menggunakan data dari hasil kuesioner yang telah disebar kepada generasi Z yang berdomisili di Jabodetabek. Kuesioner yang diberikan meliputi pembahasan demografi, ketertarikan terhadap Roempah Bulk Store, peminatan terhadap layanan yang diberikan, dan produk yang diminati.

6. BAB VI ASPEK TEKNIS DAN OPERASIONAL

Bab VI pada penelitian ini menyediakan pembahasan mengenai aspek teknis dan operasional Roempah Bulk Store. Pembahasan aspek teknis dan operasional meliputi demografi, layanan yang diberikan kepada konsumen, dan ringkasan usaha.

7. BAB VII ASPEK HUKUM DAN MANAJEMEN

Bab VII memberikan informasi mengenai aspek hukum dan manajemen yang digunakan pada perencanaan bisnis ini. Aspek

hukum meliputi tipe badan usaha yang digunakan dan pada aspek manajemen disediakan informasi mengenai struktur organisasi, pekerjaan yang dilakukan.

8. BAB VIII ASPEK KEUANGAN

Bab VIII ini akan membahas mengenai aspek keuangan dari Roempah Bulk Store. Informasi mengenai aspek keuangan Roempah Bulk Store merupakan catatan perolehan dana, perkiraan pendapatan, dan jenis investasi.

9. BAB IX KESIMPULAN DAN SARAN

Bab IX ini memberikan kesimpulan dan saran dari studi kelayakan bisnis Roempah Bulk Store. Kesimpulan yang diangkat merupakan kesimpulan untuk dijalankannya bisnis ini atau tidak. Sedangkan untuk saran, akan diberikan saran untuk penulis, pembaca, dan juga penelitian serupa berikutnya mengenai langkah-langkah maupun teori yang dapat digunakan.