

BAB I

PENDAHULUAN

A. Profil Bisnis

Identitas Usaha	: Muhammad Bintang Alfarizi
Nama Usaha	: Es Cemil Yizy
Bentuk Usaha	: Food and Beverage
Bidang Usaha	: Usaha Mikro Kecil dan Menengah
Tahun Berdiri	: 2024
Tagline	: Manis, Segar, Bikin Mood Naik
Alamat Usaha	: Bumi Orange, Cimekar, Kec. Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40623, Gedebage Wetan, RT.3/RW.3, Cisantren Kidul, Gedebage (Al-Fatih Kost No. 6), Kota Bandung, Gedebage, Jawa Barat, 40295.
Pemilik /Pendiri	: Muhammad Bintang Alfarizi
Kontak	: 085311547942, alfarizi.mbintang@gmail.com

B. Latar Belakang Proyek Bisnis

Perekonomian Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan dinamika yang cukup signifikan akibat perkembangan global, perubahan pola konsumsi masyarakat, dan transformasi digital yang semakin masif. Indonesia tetap mampu mempertahankan posisi sebagai salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi yang stabil di kawasan Asia Tenggara, meskipun menghadapi tekanan eksternal seperti perlambatan ekonomi global dan perubahan kebijakan perdagangan internasional (Bank Indonesia, 2025). Kondisi ini menunjukkan adanya fondasi ekonomi yang kuat, salah satunya karena kontribusi besar dari sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional.

Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia sangat dominan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai lebih dari 65 juta unit pada tahun 2024 (Antara News, 2024). Jumlah tersebut menjadikan UMKM sebagai sektor dengan populasi pelaku usaha terbesar di Indonesia dan sebagai penunjang utama dalam pembentukan struktur ekonomi rakyat. Selain dari sisi jumlah unit usaha, UMKM juga memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Data Kementerian Perdagangan melalui Bisnis.com mencatat bahwa UMKM menyumbang 61% dari total PDB Indonesia pada tahun 2025, menunjukkan bahwa sektor ini memiliki peranan vital dalam menggerakkan perekonomian nasional (Bisnis.com, 2025).

Tidak hanya berkontribusi terhadap PDB, UMKM juga menjadi tulang punggung dalam penyediaan lapangan pekerjaan. Antara News (2024) melaporkan bahwa UMKM menyerap 97% dari total tenaga kerja nasional, menjadikannya sektor paling penting dalam pengurangan pengangguran dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan kontribusi sebesar itu, UMKM disebut sebagai pilar utama dalam menjaga stabilitas ekonomi Indonesia, terutama di tengah ketidakpastian global.

Di antara seluruh kategori UMKM, sektor makanan dan minuman (Food and Beverage/F&B) menjadi salah satu sektor yang paling berkembang pesat. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan permintaan masyarakat terhadap produk makanan praktis, kreatif, dan kekinian yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Menurut Statista (2024), pendapatan industri F&B di Indonesia diproyeksikan mencapai US\$57 miliar, menjadikannya sebagai salah satu sektor

yang paling dinamis dan memiliki tingkat konsumsi yang tinggi. Pertumbuhan ini sejalan dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin terbuka dengan inovasi produk kuliner, serta meningkatnya budaya jajan di luar rumah.

Perkembangan sektor F&B juga sangat didorong oleh penetrasi digital. Berdasarkan laporan We Are Social & Kepios (2024), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221 juta pengguna, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan populasi digital terbesar di dunia. Berbagai platform digital seperti TikTok Shop, Instagram, Shopee Food, GoFood, dan GrabFood telah membuka peluang pasar yang sangat besar bagi pelaku UMKM F&B dalam memperluas jangkauan konsumennya. Melalui platform ini, pelaku usaha dapat memasarkan produk secara lebih efektif, membangun brand awareness, serta menjangkau konsumen dari berbagai daerah tanpa batasan fisik.

Seiring meningkatnya digitalisasi dan perubahan pola konsumsi pasca pandemi, model bisnis *Pre-Order* menjadi salah satu strategi yang paling relevan untuk UMKM saat ini. Sistem *Pre-Order* memungkinkan pelaku usaha memproduksi makanan berdasarkan pesanan yang masuk, sehingga lebih efisien dalam penggunaan bahan baku dan mengurangi risiko kerugian akibat produk tidak terjual. Model ini juga membantu menjaga kualitas produk karena produksi dilakukan sesuai jadwal pesanan. Bagi pelaku UMKM pemula, sistem *Pre-Order* memberikan keuntungan dalam mengatur skala produksi tanpa memerlukan modal besar untuk stok barang.

Selain model *Pre-Order*, konsep *Pop-up Store* atau gerai sementara menjadi strategi yang semakin populer digunakan pelaku UMKM F&B. Dengan membuka

Pop-up Store pada event tertentu, bazar, atau lokasi strategis dalam waktu terbatas, pelaku usaha dapat mengenalkan produk secara langsung, menguji pasar, membangun pengalaman pelanggan, serta meningkatkan visibilitas brand. Konsep ini memberikan fleksibilitas yang besar dan tidak memerlukan biaya besar seperti membuka gerai permanen. Banyak pelaku UMKM sukses memulai brand mereka melalui *Pop-up Store* sebelum akhirnya berkembang ke toko *offline* atau *franchise*.

Model usaha berbasis *home industry* juga terus diminati karena menawarkan fleksibilitas tinggi dan efisiensi biaya. Dengan memulai usaha dari rumah, pelaku UMKM dapat mengurangi biaya operasional seperti sewa ruko, peralatan besar, atau karyawan tetap. Hal ini sangat cocok bagi pengusaha pemula yang ingin membangun brand secara bertahap sambil memaksimalkan potensi digital marketing. Model *home industry* juga memungkinkan manajemen produksi yang lebih sederhana, penggunaan modal lebih kecil, dan kontrol kualitas yang lebih baik pada tahap awal usaha.

Dalam konteks proyek bisnis ini, hadir usaha “Es Cemil Yizy” yang merupakan usaha kuliner berbasis *home industry* yang mengombinasikan sistem *Pre-Order* dan strategi *Pop-up Store*. Es Cemil Yizy menawarkan produk es dessert yang segar, inovatif, terjangkau, dan dikemas dengan menarik sesuai tren konsumsi generasi muda. Melalui pendekatan ini, Es Cemil Yizy berupaya memanfaatkan peluang besar di sektor F&B Indonesia serta menyesuaikan diri dengan pola konsumsi modern berbasis digital.

Namun, meskipun peluang usaha F&B sangat besar, sektor ini juga memiliki tingkat persaingan tinggi. Banyak pelaku usaha menawarkan produk

sejenis dengan berbagai inovasi rasa, konsep packaging, maupun strategi marketing digital. Tantangan ini menuntut pelaku usaha untuk memiliki perencanaan bisnis yang matang, inovasi berkelanjutan, serta kemampuan memahami pasar dan konsumen. Oleh karena itu, penyusunan proyek bisnis Es Cemil Yizy ini menjadi penting sebagai dasar strategis dalam mengembangkan usaha secara sistematis, terarah, dan berkelanjutan.

Dengan adanya latar belakang ini, diharapkan proyek bisnis Es Cemil Yizy dapat menjadi langkah awal yang kuat dalam pengembangan usaha kuliner kekinian yang relevan dengan kebutuhan konsumen, kompetitif dalam pasar, dan berpotensi menjadi usaha yang berkelanjutan pada masa mendatang.

C. Tujuan Proyek Bisnis

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. **Mengembangkan usaha kuliner skala kecil (*home industry*)** yang mampu menghasilkan produk makanan/minuman kekinian yang terjangkau, berkualitas, dan sesuai kebutuhan pasar.
2. **Meningkatkan pendapatan dan kemandirian ekonomi pelaku usaha**, khususnya melalui sistem *Pre-Order* dan *Pop-up Store* yang lebih fleksibel, efisien, dan minim risiko.
3. **Memperluas jangkauan pemasaran produk** melalui pemanfaatan media sosial, *Pre-Order*, dan kegiatan *Pop-up Store* guna memperkenalkan brand *Es Cemil Yizy* kepada lebih banyak konsumen.
4. **Memberikan peluang pembelajaran dan pengalaman langsung dalam berwirausaha**, sehingga dapat menjadi referensi akademik maupun praktik

lapangan bagi mahasiswa, pelaku UMKM, dan individu yang ingin memahami proses membangun bisnis kuliner dari awal.

5. **Membuktikan bahwa usaha kuliner berbasis *home industry* dapat berkembang**, serta dapat dianalisis secara akademik untuk mengetahui faktor pendukung, tantangan, dan strategi pengembangannya agar menjadi usaha berkelanjutan.
6. Menyusun dan menerapkan kebijakan akuntansi sederhana pada UMKM Es Cemil Yizy yang mencakup pencatatan transaksi, pengakuan pendapatan dan beban, serta pemisahan keuangan usaha dan pribadi sesuai prinsip akuntansi yang berlaku bagi UMKM.
7. Mengimplementasikan sistem pencatatan dan pelaporan keuangan usaha yang terstruktur sebagai bentuk penerapan ilmu akuntansi, sehingga informasi keuangan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis.
8. Menganalisis kinerja keuangan usaha melalui laporan keuangan sederhana berbasis Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) guna menilai tingkat keberlanjutan dan kelayakan usaha.

D. Manfaat Proyek Bisnis

1. Bagi Pelaku Usaha
 - a. Memberikan pengalaman langsung dalam mengelola bisnis kuliner mulai dari produksi, pemasaran, distribusi, hingga pelayanan konsumen.
 - b. Menjadi sarana untuk mengasah kreativitas dalam menciptakan inovasi produk, desain kemasan, dan strategi promosi.

- c. Membangun jaringan bisnis melalui kegiatan *Pop-up Store*, kolaborasi, dan interaksi langsung dengan pelanggan
- d. Menjadi sarana untuk mengasah kreativitas dalam menciptakan inovasi produk, desain kemasan, dan strategi promosi.

2. Bagi Akademik

- a. Menjadi bahan pembelajaran nyata mengenai penerapan teori kewirausahaan, manajemen, pemasaran, dan UMKM dalam praktik lapangan.
- b. Memberikan contoh studi kasus yang dapat digunakan untuk laporan proyek, penelitian, atau referensi akademik mengenai bisnis kuliner skala kecil.
- c. Menjadi acuan untuk menganalisis strategi bisnis sederhana yang efektif untuk UMKM berbasis *home industry*.
- d. Menghubungkan pengetahuan teori dengan pengalaman praktik sehingga proses belajar menjadi lebih komprehensif.

3. Bagi Konsumen

- a. Memberikan pilihan produk kuliner kekinian yang rasanya enak, terjangkau, dan mudah dijangkau melalui sistem *Pre-Order* maupun *Pop-up Store*.
- b. Memberikan pengalaman berbelanja yang fleksibel dan praktis dengan pelayanan yang cepat dan responsif.
- c. Memberikan kesempatan bagi konsumen untuk menikmati produk fresh karena dibuat berdasarkan pesanan (*fresh made by order*).
- d. Konsumen dapat mengenal brand lokal baru yang menawarkan kualitas dan inovasi produk yang tidak kalah dengan brand besar.

E. Tempat Proyek Bisnis

Untuk lokasinya es cemil yizy sendiri untuk *Pop-up Store* terletak di Pujasera foodcourt raffa Komplek Bumi Orange, Cimekar, Kec. Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40623 sedangkan untuk *home industry* terletak Jalan Gedebage Wetan, RT.3/RW.3, Cisantren Kidul, Gedebage (Al-Fatih Kost No. 6), Kota Bandung, Gedebage, Jawa Barat, 40295.

F. Jadwal Waktu Proyek Bisnis

1. Bulan Agustus – Oktober 2024: Proses perjalanan bisnis Es Cemil Yizy dimulai pada bulan Agustus 2024, di mana tahap awalnya berfokus pada pengembangan ide dasar mengenai jenis produk yang ingin dihadirkan. Pada periode Agustus hingga Oktober ini, kegiatan utamanya lebih banyak diisi dengan eksplorasi konsep, mencoba berbagai resep, mencari referensi produk serupa, serta memahami seperti apa tren makanan dan minuman kekinian yang diminati konsumen. Pada masa ini pula dilakukan penentuan konsep dasar brand, mulai dari nama usaha, gaya visual, hingga perkiraan modal yang dibutuhkan sebelum usaha benar-benar berjalan.
2. Bulan November – Desember 2024: perhatian mulai beralih pada tahap pengembangan produk yang lebih serius. Resep yang sebelumnya dicoba mulai disempurnakan secara perlahan melalui uji rasa dan percobaan kecil untuk mengetahui kualitas, konsistensi, serta daya tarik produknya.
3. Bulan Januari – Maret 2025: kegiatan bisnis mulai diarahkan pada persiapan operasional yang lebih rapi. Pada tahap ini pelaku usaha mulai menyusun alur kerja yang lebih teratur, seperti menentukan standar takaran, standar kebersihan produksi,

dan cara penyimpanan bahan baku. Pada periode ini dibuat pula akun media sosial resmi, pengumpulan foto dan video produk.

4. Bulan April – Juni 2025 : usaha ini mulai aktif menerima pesanan secara lebih terbuka melalui sistem *Pre-Order*. Penjualan dilakukan secara santai namun konsisten, dengan fokus pada pelayanan yang ramah dan menjaga kualitas setiap pesanan. Media sosial mulai digunakan secara lebih rutin sebagai sarana promosi, baik melalui unggahan foto, video sederhana, maupun pengumuman jadwal *Pre-Order*. Pada periode ini, usaha belum memasang target besar; fokusnya hanyalah menjaga ritme produksi yang stabil dan memperkenalkan *Es Cemil Yizy* kepada lebih banyak orang secara bertahap.

5. Bulan Juli hingga saat ini berjalan dengan ritme yang stabil. Aktivitas yang dilakukan masih seputar penerimaan *Pre-Order*, menjaga kualitas produk, dan memperhatikan umpan balik pelanggan untuk melihat apa saja yang bisa diperbaiki.

jadwal waktu proyek bisnis Es Cemil Yizy (Agustus 2024 – Juni 2025) dalam bentuk tabel :

-  = kegiatan berjalan
- Kosong = tidak berjalan

Tabel 1. 1 jadwal waktu proyek bisnis

Kegiatan	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1. Pengembangan Ide & Konsep Produk											
2. Eksplorasi Resep Awal & Uji Coba Produk											
3. Penyempurnaan Resep & Standarisasi Rasa											

4. Persiapan Operasional (SOP, alat, bahan)											
5. Pembuatan Konten Media Sosial											
6. Pembuatan Branding Awal (logo, tagline)											
7. Penentuan Harga & Perhitungan Modal Produksi											
8. Mulai Penerimaan <i>Pre-Order</i>											
9. Produksi Rutin Sesuai Pesanan											
10. Pengantaran Pesanan & Layanan Konsumen											
11. Promosi Rutin (Upload Konten, Testimoni)											
12. Evaluasi Produk & Kepuasan Pelanggan											
13. Perbaikan & Perencanaan Usaha											

