

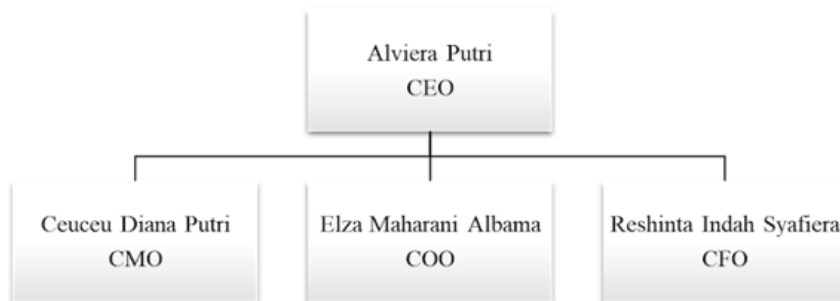
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Roast Relief merupakan sebuah merek produk natural deodorant spray yang terbuat dari ampas kopi dan bahan-bahan alami lainnya. Perusahaan ini dibentuk pada tahun 2023 di Kabupaten Bandung. Dengan memanfaatkan limbah dari ampas kopi menjadi sebuah inovasi untuk produk deodorant spray yang dapat menarik bagi konsumen untuk perawatan yang alami. Kami menggunakan bahan-bahan alami yang ramah lingkungan dan berkualitas. Roast Relief cocok digunakan untuk semua kalangan terutama para konsumen yang banyak melakukan kegiatan diluar ruangan dan mudah berkeringat agar tidak mengeluarkan aroma yang tidak sedap dan selalu segar sepanjang hari, dengan harga terjangkau dan ramah lingkungan karena Roast Relief terbuat dari ampas kopi sehingga bisa sekaligus mengurangi limbah yang ada agar tidak mencemari bumi dan memanfaatkannya menjadi sebuah produk yaitu deodorant.

Struktur Organisasi Roast Relief :



Gambar 1.1 Struktur Organisasi Roast Relief

Job Description dari masing-masing divisi:

Alviera Putri sebagai CEO (Chief Executive Officer) bertugas sebagai:

- a. Mengembangkan dan melaksanakan visi dan misi perusahaan
- b. Melaksanakan strategi perusahaan secara keseluruhan mengawasi pelaksanaan/mengkoordinasikan
- c. Berkonsultasi dengan dewan direksi
- d. Berkomunikasi dengan pemegang saham, dewan direksi dan pihak lain atas nama perusahaan
- e. Selalu mengikuti perkembangan pasar untuk mengidentifikasi peluang pesaing bisnis dan kemajuan teknologi
- f. Memantau dan menilai risiko dan mencegah segala kerugian dan kerusakan yang ada pada perusahaan
- g. Berpartisipasi dalam acara apapun yang bersangkutan dengan industri untuk meningkatkan seluruh aspek perusahaan
- h. Mengembangkan dan menetapkan tujuan bisnis strategi yang terukur
- i. Bertindak sebagai perwakilan dari perusahaan untuk publik
- j. Merencanakan atau menciptakan strategi bisnis untuk memastikan pertumbuhan dan meminimalkan resiko

Elza Maharani Albama sebagai COO (Chief Operating Officer) bertugas sebagai:

- a. Berkerjasama dengan berbagai departemen dan pihak tentang pelaksanaan kegiatan operasional dan perencanaan keuangan
- b. Melaporkan kinerja keuangan yang akurat operasionalisasi perusahaan secara akurat
- c. Mengawasi operasi pada internal perusahaan
- d. Menilai kinerja dengan melalui interpretasi data dan mengembangkan metrik bisnis
- e. Menjalankan hubungan dengan mitra usaha dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan ekspansi
- f. Melaporkan hal-hal yang penting kepada CEO perusahaan

Ceuceu Diana Putri sebagai CMO (Chief Management Officer) bertugas:

- a. Rekrutmen karyawan: pengadaan tenaga kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan berdasarkan aspek kualitatif, kuantitatif, waktu dan geografis.
- b. Pembagian tugas karyawan: pekerjaan yang akan dilakukan dialokasikan kepada karyawan berdasarkan kebutuhan perusahaan dan bidang keahlian karyawan
- c. Pengembangan potensi karyawan: mendukung karyawan dalam Upaya pengembangan profesional dan pribadi mereka. Dilakukan supaya karyawan mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap loyalitas pada perusahaan dalam jangka panjang
- d. Menyusun anggaran kebutuhan tenaga kerja: jumlah karyawan saat ini dicocokkan dengan perkiraan tenaga kerja yang akan datang
- e. Evaluasi karyawan: anggota staff sering membutuhkan surat rekomendasi atau evaluasi
- f. Manajer SDM Menyusun segala kebutuhan informasi yang telah disediakan oleh para eksekutif di perusahaan
- g. Administrasi SDM: segala pengelolaan terkait kepegawaian serta kegiatan administratif
- h. Mengembangkan kebijakan yang mendorong budaya perusahaan yang positif

Reshinta Indah Syafiera sebagai CFO (Chief Financial Officer) bertugas:

- a. Melakukan pengawasan terhadap keuangan perusahaan
- b. Bertanggung jawab untuk melaporkan keuangan dalam bentuk yang detail, rinci, dan akurat kepada para stakeholders
- c. Menentukan kebijakan keuangan perusahaan yang sesuai dengan kondisi perusahaan
- d. Wajib memahami berbagai situasi terkait dengan keuangan perusahaan dan menyerahkan laporan efektivitas mengenai strategi perusahaan
- e. Mengelola biaya dan pengeluaran perusahaan, mengembangkan inisiatif taktis untuk mengurangi kehilangan keuntungan

Visi Roast Relief :

Menjadi perusahaan natural *deodorant* terbaik dan terpercaya dalam lima tahun kedepan.

Misi Roast Relief :

- a. Berkomitmen memberikan produk *deodorant spray* dari ampas kopi yang berkualitas
- b. Memberikan pelayanan yang optimal dan ramah
- c. Peduli dengan lingkungan sekitar dengan membuat produk ramah lingkungan yang mengurangi limbah
- d. Bekerja secara optimal agar terus dapat dipercaya oleh konsumen

Tujuan :

Menciptakan produk *natural deodorant spray*, yang memiliki keunggulan utama dengan penggunaan bahan natural dari limbah kopi yang diambil dari *coffee shop* yang berada di kota Bandung.

1.2 Latar Belakang Penelitian

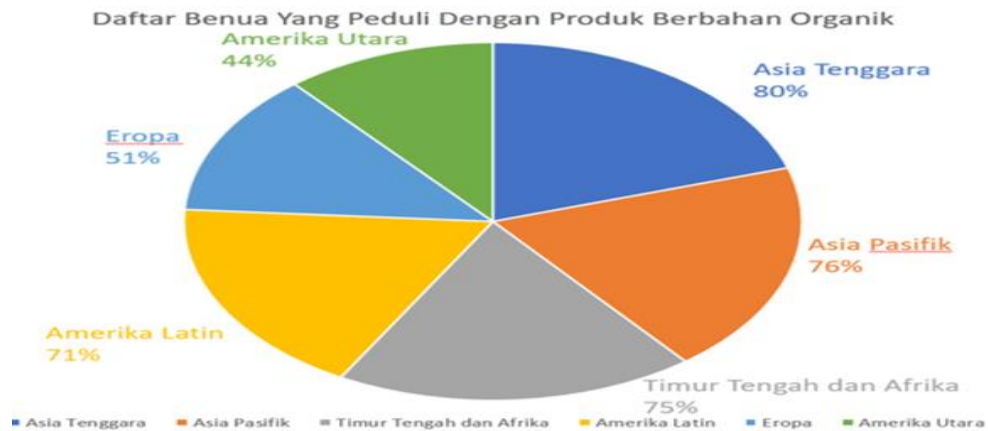
Bau badan adalah hal yang paling dihindari oleh banyak orang, munculnya bau badan dapat disebabkan oleh kebersihan yang buruk dan berkembangbiaknya bakte seperti *Corynebacterium*, *Propionibacterium*, dan *Staphylococcus epidermidis*, serta *Stabsaureus*, *Pseudomonaks aeruginosa*, atau *Streptococcus*. (Oktaviana, Pahalawati, Kurniasih, 2019) Dizaman modern ini sudah banyak cara yang mudah untuk mengetasi bau badan yang muncul bersamaan dengan bakteri, salah satunya dengan menggunakan *deodorant antispray*. Namun *deodorant antispray* ini memiliki beberapa bahan yang berbahaya jika dipakai berlebihan, deodorant yang mengandung bahan kimia berkonsentrasi tinggi dapat berisiko menyebabkan iritasi pada kulit ketiak dan diruangan yang tertutup seperti aerosol yang berbahaya bagi kesehatan sehingga diperlukan alternatif lain yang lebih aman. (Rizky et al., 2021)

Dengan tingginya pertumbuhan coffee shop di Indonesia, khususnya di Bandung, Jawa Barat. Maka banyak juga limbah kopi yang dihasilkan dari coffee shop tersebut, Data statistic menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia, dengan total produksi kopi di atas 600 ribu ton per tahun pada tahun 2016. (Dewi et al., 2021) Berdasarkan data, pada tahun 2020, daerah jawa memproduksi kopi terbesar yaitu sebesar 24,90 ton. (Ramadhani et al., 2023) Data tersebut menyebutkan bahwa limbah kopi di Indonesia khususnya pulau jawa terus meningkat setiap tahunnya. Limbah kopi juga memiliki kandungan kafein, asam organik, mineral, dan antioksidan yang bermanfaat untuk menghaluskan kulit, melembabkan kulit, mendukung regenerasi kulit, dan mencegah radikal bebas. (Ayu Purwaningtyas, 2022)

Maka dari itu dengan peluang tersebut kami membuat inovasi yaitu *deodorant spray* ramah lingkungan yang kami beri nama "*Roast relief natural deodorant spray*" dengan menggabungkan ampas kopi, yang seringkali dianggap sebagai limbah, menjadi bahan baku untuk pembuatan deodorant spray ramah lingkungan ini, kamu juga menggunakan pompa semprot non-aerosol atau wadah berulang yang dapat diisi ulang. *Deodorant spray* ramah lingkungan ini bertujuan untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan juga kesehatan. Masyarakat Indonesia juga sudah banyak yang memiliki kesadaran yang semakin meningkat tentang lingkungan dan kesehatan.

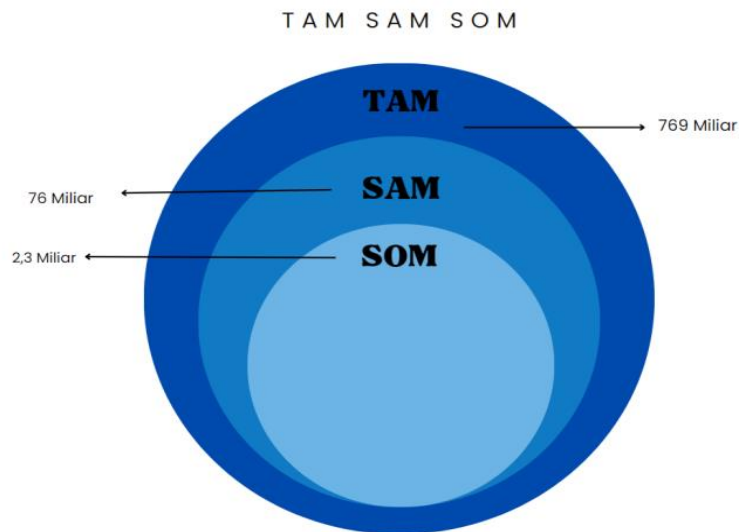
Ada 3 faktor terkuat yang mendorong perkembangan *deodorant spray* ramah lingkungan ini yaitu:

1. Isu Lingkungan: Deodorant konvensional memiliki kandungan bahan kimia yang lebih banyak yang dapat mencemari lingkungan, seperti Aerosol yang dapat merusak lapisan ozon bumi.
2. Kesehatan dan Kesadaran Konsumen: Konsumen semakin sadar dan teliti tentang komposisi dari produk perawatan mereka.
3. Perubahan Gaya Hidup: Menggunakan produk yang dapat di *refill*, mengurangi konsumsi produk sekali pakai, dan mendukung inisiatif daur ulang.



Gambar 1.2 Daftar Benua yang Peduli Dengan Produk Berbahan Organik

Berdasarkan data pada Gambar 1.2 mencatat dari beberapa negara yang sudah dikelompokkan di setiap benua, sebanyak 80% negara yang berasal dari Asia Tenggara, 76% negara yang berasal dari Asia Pasifik, 75% negara yang berasal dari Timur Tengah dan Afrika, 71% negara yang berasal dari Amerika Latin, 51% negara yang berasal dari Eropa, dan 44% negara yang berasal dari Amerika Utara. Daftar tersebut didapatkan dari Hasil survey yang dilakukan oleh Nielsen Global Corporate Sustainability.



Gambar 1.3 Target dan Penjualan Roast Relief

Teknik pengukuran pasar seperti TAM, SAM dan SOM digunakan oleh perusahaan untuk mengidentifikasi target pasarnya. TAM (Total Addressable Market) mewakili total permintaan pasar terhadap suatu produk atau layanan, SAM (Serviceable Addressable Market) mewakili porsi TAM yang dapat ditargetkan secara efektif oleh perusahaan, dan SOM (Serviceable Obtainable Market) mewakili porsi SAM yang realistis terpisah. Model-model ini membantu perusahaan mengidentifikasi peluang-peluang utama dan mengembangkan strategi bisnis. Identifikasi peluang pasar dan kembangkan strategi untuk penetrasi dan pertumbuhan pasar. (Davalas, 2023)

Berdasarkan Gambar 1.2, Roast Relief menggunakan TAM SAM SOM untuk menghitung target penjualannya dengan:

TAM (Total Addressable Market)

$$3.52.643 \quad 70\% \times 30.000 \times 1 \times 12$$

Penjelasan :

- a. 3.52.643 : Jumlah unit atau pengguna potensial di pasar.
- b. 70% : persentase yang relevan atau target dari total pengguna
- c. 30.000 : harga produk atau pendapatan per unit
- d. 1 : faktor yang tidak mengubah nilai (dapat diabaikan dalam perhitungan)
- e. 12 : periode dalam bulanan (misalnya, pendapatan tahunan jika menggunakan harga bulanan)

Hasil : 769.266.036.000

TAM dihitung dengan memperkirakan jumlah unit potensial 3.052.643, kemudian dikalikan dengan persentase target pengguna 70%, harga per unit 30.000, dan periode waktu 12 bulan, menghasilkan angka 769.266.036.000.

SAM (Serviceable Available Market)

769.266.036 x 0,1

Penjelasan :

- a. 769.266.036.000 : nilai TAM yang telah dihitung sebelumnya
- b. 0,1 : persentase pasar yang dapat dijangkau secara realistis 10% dari TAM

Hasil : 76.926.603.600

SAM adalah 10% dari TAM, yaitu 76.926.603.600, menunjukkan bagian pasar yang dapat dijangkau oleh perusahaan saat ini.

SOM (Serviceable Obtainable Market)

76.926.603.600 x 3%

Penjelasan :

- a. 76.926.603.600 : nilai SAM yang telah dihitung sebelumnya
- b. 3% : persentase dari SAM yang dapat diperoleh perusahaan (target realistis)

Hasil : 2.307.798.108

SOM dihitung sebagai 3% dari SAM, yaitu 2.307.798.108, mencerminkan potensi pasar yang dapat diraih perusahaan dengan kapasitas dan strategi saat ini.



Gambar 1.4 Fishbone Diagram

Upaya pengembangan Roast Relief untuk memenuhi penjualannya. Berikut merupakan masalah yang harus dikembangkan lagi.

No	Akar Masalah	Potensi Pengembangan
1.	Tidak memiliki toko fisik untuk melayani pelanggan	Perancangan untuk membuka toko fisik atau bekerjasama dengan toko skincare
2.	Promosi di sosial media hanya menggunakan satu platform saja (Instragram)	Perancangan pengembangan untuk menambah platform online yang lainnya
3.	Bahan bakau utama yang terbatas	Perancangan menjalin hubungan dengan beberapa café yang berbeda, mengembangkan café yang berbeda, mengembangkan produk-produk yang membutuhkan bahan baku selain bahan utama

Tabel 1.1 Masalah Yang Harus Dikembangkan Roast Relief

Dari ketiga potensi pengembangan pada table 1.1, pengembangan terpilih yaitu perancangan pengembangan untuk menambah *platform online* yang lainnya. Kelebihan untuk menambah *platform online* lainnya selain Instagram yaitu dapat menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Sehingga dengan adanya penambahan *platform online* ini target penjualan dari Roast Relief akan sesuai dengan target. Dilihat dari Gambar 1.1 diatas Asia Tenggara adalah benua yang paling banyak peduli tentang produk organik atau natural, sehingga dapat diharapkan Roast Relief dapat mencapai pasar negara di Asia Tenggara. Maka dari itu, Roast Relief dapat melakukan perancangan pengembangan untuk menambah *platform online*.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah untuk tugas akhir ini yaitu :

1. Bagaimana perkiraan permintaan pasar pada produk Roast Relief di Kota Bandung?
2. Bagaimana kelayakan financial dari Roast relief di Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari tugas akhir ini yaitu :

1. Merencanakan besarnya permintaan pasar pada produk Roast Relief di Kota Bandung
2. Merancang kelayakan finansial dari Roast Relief di Kota Bandung, Jawa Barat

1.5 Kegunaan Penelitian

Manfaat dari tugas akhir ini yaitu :

1. Manfaat tugas akhir ini di dalam bidang akademis yaitu diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang perancangan kelayakan dan perancangan bisnis dari Roast Relief
2. Manfaat dalam tugas akhir ini yaitu diharapkan dapat menjadi nilai pertimbangan untuk pemilik dari Roast Relief