

**PENGEMBANGAN STARTUP COOKING MEDIA YANG  
MENGEFISIENKAN WAKTU MEMASAK DENGAN  
BAHAN BAKU *READY TO COOK***



**Tugas Akhir Skripsi**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Disusun Oleh:

Nama : Gabriel Ananta Arimustoko

NIM : 00000029749

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

## **BUSINESS PLAN**



### **Cooking Media**

Universitas Multimedia Nusantara, New Media Tower Lv.11 & 12, Jl. Boulevard Raya Gading Serpong, Curug Sangereng, Kec. Klp. Dua, Tangerang, Banten 15811

Email: [Cooking.media1@gmail.com](mailto:Cooking.media1@gmail.com)

Instagram: [@cookingmedia.official](https://www.instagram.com/@cookingmedia.official)

LinkedIn: [Cooking Media](#)

---

#### **Varent Tamarisca**

Co-Founder - CEO

#### **Gabriel Ananta Arimustoko**

Co-Founder - COO

Jln. Citarum 1 no 2 Kel. Jalan Gedang Kec. Gading Cempaka, Lingkar Barat, Kota Bengkulu

**Phone:** (+62) 813-7979-1327

**Email:** [varent@student.umn.ac.id](mailto:varent@student.umn.ac.id)

Perumahan Puri Gading, Alam Raya 2 Blok C9 no 9B, Jatimelati, Pondok Melati, Kota Bekasi, Jawa Barat

**Phone:** 0878-8619-7578

**Email:** [gabriel.arimustoko@student.umn.ac.id](mailto:gabriel.arimustoko@student.umn.ac.id)

#### **Vilensia Theresa**

#### **Raymond Christopher H.**

CMO

CTO

Jln. Rawa Dollar No.2, RT.003/RW.05

Jln.Graha Molek I Blok A3 no.26,

Jatiraden Jatisampurna, Kota Bekasi,

Margahayu,, Bekasi Timur, Jawa Barat

Indonesia 17432

**Phone:** (+62) 813-8569-0379

**Phone:** (+62) 822-9726-2044

**Email:** [vilensia.theresa@student.umn.ac.id](mailto:vilensia.theresa@student.umn.ac.id)

**Email:** [raymond.heriyanto@student.umn.ac.id](mailto:raymond.heriyanto@student.umn.ac.id)

## LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Gabriel Ananta Arimustoko

NIM : 00000029749

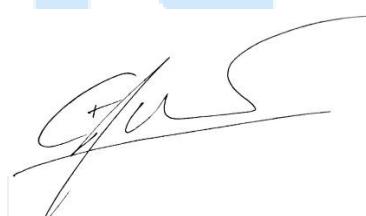
Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: "**PENGEMBANGAN STARTUP COOKING MEDIA YANG MENGEFISIENKAN WAKTU MEMASAK DENGAN BAHAN BAKU READY TO COOK**" merupakan hasil tulisan kami sendiri dan tidak melakukan plagiarisme. Semua kutipan karya ilmiah pihak atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan kerja magang ini telah disebutkan sumber kutipannya dan telah dicantumkan di Daftar Pustaka. Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan, maka kami bersedia menerima konsekuensi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 3 Januari 2022

Yang membuat pernyataan,

  
GABRIEL ANANTA ARIMUSTOKO

NIM. 00000029749

# LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

## PENGEMBANGAN STARTUP COOKING MEDIA YANG MENGEFISIENKAN WAKTU MEMASAK DENGAN BAHAN BAKU

*READY TO COOK*

Oleh

Nama : Gabriel Ananta Arimustoko  
NIM : 00000029749  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Tangerang, 3 Januari 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP

  
12/29/2021  
Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M.  
NIDN : 0306088501

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

  
Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP

## HALAMAN PENGESAHAN

Final Project dengan judul

### PENGEMBANGAN STARTUP COOKING MEDIA YANG MENGEFISIENKAN WAKTU MEMASAK DENGAN BAHAN BAKU

*READY TO COOK*

Nama  
NIM  
Program Studi  
Fakultas

Oleh  
: Gabriel Ananta Arimustoko  
: 000-000-29749  
: Manajemen  
: Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 21 Januari 2022

Pukul 08.00 s/d 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc.  
NIDN : 0308118803

Penguji

Mudjiyono, S.T., M.M., CSCM.,  
CISCP  
NIDN

Pembimbing 1

  
03/02/2022

Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M  
NIDN : 0306088501

Pembimbing 2

Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par.,  
M.M., CSCP  
NIDN : 0312087404

Ketua Program Studi Manajemen

  
Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP

V

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Skripsi ini dengan judul: “PENGEMBANGAN STARTUP COOKING MEDIA YANG MENGEFISIENKAN WAKTU MEMASAK DENGAN BAHAN BAKU READY TO COOK” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Management Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par, M.M, CSCP, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M, sebagai Pembimbing pertama yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Ayah, Ibu, Adik dan keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Raymond, Vilen dan Ari sebagai teman dan rekan seperjuangan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 3 Januari 2022



Gabriel Ananta Arimustoko

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	III
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	IV
KATA PENGANTAR .....	VI
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR GAMBAR .....	X
DAFTAR TABEL.....	XII
BAB I EXECUTIVE SUMMARY .....	1
1.1    Pendahuluan .....	1
1.2    Deskripsi Perusahaan .....	1
1.3    Analisis Industri .....	1
1.4    Analisis Pasar .....	2
1.5    Analisis Pemasaran .....	2
1.6    Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan .....	3
1.7    Rencana Operasional dan Pengembangan Produk .....	4
1.8    Proyeksi Keuangan.....	4
1.9    Pendanaan.....	4
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN.....	5
2.1    Pendahuluan .....	5
2.2    Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan .....	6
2.3    Misi Perusahaan .....	7
2.4    Tagline.....	8
2.5    Produk .....	8
2.6    Status Bisnis Saat ini .....	10
2.7    Kebutuhan Dana Yang Diharapkan.....	11
2.8    Status Hukum dan Kepemilikan Usaha.....	12
BAB III ANALISIS INDUSTRI .....	13
3.1    Ukuran Industri .....	13
3.2    Pertumbuhan Industri .....	15
3.3    Proyeksi Penjualan Industri.....	15
3.4    Karakteristik Industri.....	17

3.5	Tren Industri .....	18
3.6	Prospek Jangka Panjang Industri.....	20
3.7	Kesimpulan.....	20
	<b>BAB IV ANALISA PASAR.....</b>	<b>22</b>
4.1	Segmentasi Pasar dan Seleksi Target Pasar .....	24
4.1.1	Segmentasi Pasar .....	24
4.1.2	Seleksi Target Pasar .....	25
4.1.3	Positioning Market.....	27
4.2	Perilaku Konsumen .....	27
4.3	Analisis Kompetitor .....	29
4.4	<i>Competitive Analysis Grid .....</i>	30
4.5	Estimasi Annual Sales dan Market Share .....	31
	<b>BAB V ANALISA PEMASARAN .....</b>	<b>35</b>
5.1	Strategi Pemasaran .....	35
5.1.1	<i>Positioning Produk.....</i>	35
5.1.2	Diferensiasi Produk.....	35
5.1.3	<i>Product Attribute Map .....</i>	35
5.1.4	Strategi Harga .....	38
5.1.5	Strategi Penetrasi Pasar.....	38
5.2	Proses Penjualan dan Bauran Promosi .....	38
5.2.1	Proses Penjualan & Distribusi.....	38
5.2.2	Bauran Promosi.....	40
	<b>BAB VI TIM MANAJEMEN DAN PERUSAHAAN .....</b>	<b>43</b>
6.1	Tim Manajemen .....	43
6.2	Tujuan dan Sasaran Perusahaan .....	45
	<b>BAB VII PERENCANAAN OPERASIONAL .....</b>	<b>47</b>
7.1	Model dan Prosedur Operasional .....	47
7.2	Lokasi Bisnis .....	51
7.3	Fasilitas dan Peralatan .....	51
	<b>BAB VIII DESAIN PRODUK DAN RENCANA PENGEMBANGAN .....</b>	<b>54</b>
8.1	Status Pengembangan dan Tugas .....	54
8.2	Tantangan dan Resiko .....	58
8.3	Biaya Pengembangan .....	59
8.4	Properti Intelektual .....	61

8.4.1	<i>Website</i> dan Aplikasi.....	61
8.4.2	Logo Cooking Media .....	64
BAB IX	IMPLEMENTASI STRATEGI .....	65
9.1	Milestones .....	65
9.2	Akuisisi Konsumen .....	68
9.3	Revenue Model .....	71
BAB X	PROYEKSI KEUANGAN .....	72
10.1	Pendanaan dan Biaya .....	72
10.2	Proyeksi Penjualan .....	76
10.3	Proyeksi Penjualan 3-Tahun.....	78
10.4	Proyeksi Laba Rugi .....	80
10.5	<i>Balance Sheet</i> .....	82
10.6	Arus Kas 3-Tahun .....	84
10.7	Break Event Point.....	86
LAMPIRAN	.....	88
A.	Indepth Interview .....	88
B.	User Testing .....	98
C.	<i>Google Form</i> (Survei Perilaku Ibu Rumah Tangga).....	114
D.	Hasil Cek Turnitin.....	121
E.	Form Bimbingan Dengan Dosen Pembimbing .....	122
DAFTAR PUSTAKA	.....	124



UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Struktur Organisasi Cooking Media .....	3
Gambar 2. 1 Rancangan Awal <i>Website</i> Cooking Media .....	9
Gambar 2. 2 Bahan Baku Ready to Cook Cooking Media.....	9
Gambar 2. 3 Instagram Cooking Media yang Sedang Dikembangkan .....	10
Gambar 3. 1 Ekonomi Digital Indonesia Terbesar Di Asia Tenggara.....	14
Gambar 3. 2 Pertumbuhan Industri Ekonomi Digital .....	15
Gambar 3. 3 Penjualan Makanan yang Naik di Marketplace .....	16
Gambar 3. 4 <i>Industry/Product Life Cycle</i> .....	17
Gambar 3. 5 Pertumbuhan Ekonomi Digital Negara-negara ASEAN .....	18
Gambar 3. 6 Pertumbuhan PDB Sektor Informasi dan Komunikasi Tahunan dan Kuartal (TW I-2018 - TW II-2021) .....	19
Gambar 4. 1 Hasil Survei Kebiasaan Membeli Bahan Baku.....	22
Gambar 4. 2Hasil Survei Keinginan Membeli Bahan Baku.....	22
Gambar 4. 3Hasil Survei Kesulitan Ibu dalam Memasak.....	25
Gambar 4. 4Hasil Survei Keinginan Ibu dalam Membeli Bahan Baku.....	25
Gambar 4.5 Estimasi Penjualan Cooking Media .....	33
Gambar 5. 1 <i>Product Attribute Map</i> .....	37
Gambar 5. 2 <i>Flowchart</i> Distribusi Cooking Media.....	39
Gambar 5. 3 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia .....	41
Gambar 6. 1 Struktur Organisasi Cooking Media .....	44
Gambar 7. 1 Operation Model Cooking Media .....	47
Gambar 8. 1Status Pengembangan Cooking Media .....	54
Gambar 8. 2 Prototype Awal Cooking Media .....	55
Gambar 8. 3 <i>Website</i> Cooking Media.....	55
Gambar 8. 4 Instagram Cooking Media .....	56
Gambar 8. 5 Rekap Penjualan Market Test .....	57
Gambar 8. 6 Laman <i>Website</i> Cooking Media (1) .....	61
Gambar 8. 7 Laman <i>Website</i> Cooking Media (2) .....	61
Gambar 8. 8 Laman <i>Website</i> Cooking Media (3) .....	62

Gambar 8. 9 Laman <i>Website</i> Cooking Media (4) .....	62
Gambar 8. 10 Laman <i>Website</i> Cooking Media (5) .....	63
Gambar 8. 11 Logo Cooking Media .....	64
Gambar 9. 1 Hasil Survei Biaya yang Dibutuhkan Untuk Membeli Bahan Baku .....	70



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Proyeksi Kebutuhan Dana yang Diharapkan .....	11
Tabel 4. 1 Hasil Indepth Interview Cooking Media .....	23
Tabel 4. 2 Target Market Cooking Media .....	26
Tabel 4. 3 Perbandingan Kompetitor .....	29
Tabel 4. 4 Perbandingan Value Competitor .....	31
Tabel 4. 5 Estimasi Penjualan .....	32
Tabel 7. 1 Fasilitas dan Peralatan yang Dibutuhkan dalam Proses Produksi .....	51
Tabel 8. 1 Tantangan dan Resiko .....	58
Tabel 8. 2 Daftar Biaya Pengembangan Cooking Media Tahun 2022 .....	59
Tabel 9. 1 <i>Customer Acquisition Cost</i> .....	69
Tabel 10. 1 Proyeksi Biaya Tahun Pertama .....	72
Tabel 10. 2 Proyeksi Pendanaan dan Biaya Tahun Kedua .....	73
Tabel 10. 3 Biaya Tahun Ketiga .....	74
Tabel 10. 4 Startup Asset .....	75
Tabel 10. 5 Proyeksi Penjualan .....	76
Tabel 10. 6 Proyeksi Penjualan 3 Tahun .....	78
Tabel 10. 7 Proyeksi Laba Rugi .....	80
Tabel 10. 8 Balance Sheet .....	82
Tabel 10. 9 Arus Kas 3 Tahun .....	84
Tabel 10. 10 Break Event Point .....	86

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA