



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

Terakreditasi A

*SK BAN – PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/20219*

**Penerapan Strategi *Cost Reduction* dengan**  
**Memanfaatkan *Food Waste* Studi Kasus di Startup**  
**“CRISPY CRUSH”**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Yohanna

2016320107

Bandung

2020



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

Terakreditasi A

*SK BAN – PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/20219*

**Penerapan Strategi *Cost Reduction* dengan**  
**Memanfaatkan *Food Waste* Studi Kasus di Startup**  
**“CRISPY CRUSH”**

Skripsi

Oleh

Yohanna

2016320107

Pembimbing

Angela Caroline, S.AB., MM.

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Yohanna  
NPM : 2016320107  
Judul : Penerapan Strategi *Cost Reduction* dengan Memanfaatkan *Food Waste* Studi Kasus di Startup "Crispy Crush"

Telah diuji dalam Ujian Sidang Jenjang Sarjana

Pada 4 Agustus 2020

Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**


**Ketua Sidang Merangkap Anggota**

Dr. Gandhi Pawitan : 

**Sekretaris :**

Angela Caroline, S.AB., MM : 

**Anggota :**

Albert MPL Tobing, ST., MBA :   
7 Agustus 2020

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si.

## Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Yohanna

NPM : 2016320107

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Penerapan Strategi *Cost Reduction* dengan Memanfaatkan *Food Waste*  
Studi Kasus di Startup Crispy Crush

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang penuh diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 22 July 2020



Yohanna

## ABSTRAK

Nama Penulis : Yohanna  
Nomor Pokok Mahasiswa : 2016320107  
Judul : Penerapan Strategi Cost Reduction dengan Memanfaatkan Food Waste

### Studi Kasus di Startup “Crispy Crush”

---

Crispy Crush adalah bisnis startup yang menjual produk makanan ringan atau snack sehat yang berdiri pada tahun 2019. Crispy Crush memanfaatkan food waste sayur organik sebagai bahan baku utama pembuatan snack sehat yang kemudian dikemas menjadi abon sayur. Sebagai perusahaan yang baru berdiri, tentu Crispy Crush menginginkan penjualan yang maksimal dan mendapatkan laba yang tinggi dari penjualannya. Namun dalam mencapai hal itu, Crispy Crush masih jauh untuk mencapai target penjualan dan BEP untuk mendapatkan pengembalian modal awal. Karena penetapan harga yang murah tidak sesuai dengan pembiayaan operasional yang dikeluarkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari, menemukan, dan memangkas biaya yang tidak memberikan keuntungan dari bisnis untuk meningkatkan laba, tanpa berdampak negatif pada kualitas produk.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis yang menggambarkan mengenai keadaan Crispy Crush dalam menemukan dan memangkas biaya yang tidak memberikan keuntungan dari bisnis. Menggunakan studi kasus sebagai metode penelitian pada startup Crispy Crush. Penelitian ini menggunakan 4 teknik pengumpulan data, yaitu; wawancara dengan pedagang sayur, observasi secara tidak langsung beberapa pesaing, studi dokumen sebagai literatur pendukung, dan focus group discussion untuk mendapatkan ide dan solusi.

Dari hasil penelitian, Crispy Crush dapat menerapkan strategi *cost reduction* dengan melakukan *cost controlling* untuk melakukan penekanan biaya overhead, langkah selanjutnya menerapkan *cost based pricing and mark up pricing* dengan menghitung biaya produksi yang dikeluarkan dan menambah laba yang ditetapkan. Penerapan strategi *cost reduction* dapat dilakukan juga dengan melakukan percobaan *substitution raw material* untuk mendapatkan pengganti bahan baku utama, selain melakukan substitusi bahan baku Crispy Crush dapat membuat diferensiasi produk dari penerapan *substitution raw material* dengan memanfaatkan sayur *food waste* dan melakukan penerapan sistem *operasional mapping* untuk melakukan penekanan biaya ongkos dengan mengurangi jarak antar lokasi pembelian bahan baku dan proses produksi, agar lebih efektif dan efisien.

Kata Kunci : *cost control, price fixing, substitution raw material, operational mapping*

## **ABSTRACT**

Nama Penulis : Yohanna

Nomor Pokok Mahasiswa : 2016320107

Judul : Implementation of the Cost Reduction Strategy  
Using the Food Waste

Case Study at Startup “Crispy Crush

---

*Crispy Crush was a startup business that sells snacks or healthy snacks that was established in 2019. Crispy Crush utilized organic vegetable food waste as the main raw material for making healthy snacks which was then packaged into vegetable floss. As a newly established company, Crispy Crush aimed high profits from its sales. However, Crispy Crush was still far from reaching the sales target and BEP to get a return on initial capital because the product price was too cheap to match the operational financing incurred. The purpose of this research was to determine and to cut costs that do not provide profits from businesses to increase profits, without having a negative impact on product quality.*

*The research type that was used is analytical descriptive which describes the state of Crispy Crush in finding and cutting costs that do not provide benefits from the business. It also used case studies as a research method at Crispy Crush startup. The research consists of 4 type of data collection techniques which are interviewing vegetable sellers, indirect observation of several competitors, using documents as supporting literature, and focus group discussions to get ideas and solutions.*

As the results, Crispy Crush have applied cost reduction strategy by performing cost controlling for high costs overhead, the next step have applied cost-based pricing and mark-up pricing by calculating the production costs and adding the projected profit. The implementation of the cost reduction strategy was carried out by conducting substitution of raw material to get an alternative substitution. In addition to substitution of raw material, Crispy Crush also made product differentiation from the substitution of raw material by utilizing food waste and applying the operational mapping system to suppress shipping cost by reducing the distance from the location of purchasing raw materials and production processes, to be more effective and efficient .

**Keywords : *cost control, price fixing, substitution raw material, operational mapping***

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Penerapan Strategi Cost Reduction pada Crispy Crush dengan Memanfaatkan Food Waste”. Studi Kasus di Startup “Crispy Crush”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dengan tersusunnya skripsi ini, Penulis juga menyadari bahwa selama berlangsungnya penyusunan sampai tahap penyelesaian, Penulis memperoleh bantuan, bimbingan, motivasi, doa, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini Penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si, selaku Kepala Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.
2. Ibu Angela Caroline, S.AB., MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan sabar serta dukungan bagi Penulis sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu untuk mengajar mahasiswanya.
4. Mamah dan Papah, selaku orang tua yang selalu memberikan dukungan, nasehat dan doa kepada Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Yoshua selaku kakak kedua yang selalu memberikan dukungan semangat, doa, dan masukan serta yang menemani menyelesaikan skripsi ini.
6. Yonathan selaku kakak pertama yang selalu memberikan dukungan, doa, dan masukan kepada Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Gianni Adela selaku sahabat dari TK Penulis yang selalu mendukung, memotivasi, dan mendengarkan keluh kesah serta memberi masukan kepada Penulis.
8. Devinia Prisilia selaku sahabat dari TK Penulis yang selalu mendukung, memotivasi dan mendengarkan keluh kesah serta memberi masukan kepada Penulis.
9. Janet Yonatan selaku rekan seperjuangan yang selalu mendukung, memotivasi, serta memberi masukan kepada Penulis.
10. Catharine Suwanto selaku rekan seperjuangan dan teman kampus yang positif yang selalu mendukung, memotivasi, serta memberi masukan kepada Penulis.
11. Delvina Agustine selaku teman seperjuangan dan rekan bisnis startup Crispy Crush yang selalu mendukung, memotivasi, dan memberi masukan kepada Penulis.
12. Natasha Tanu dan Viola Heriyanto selaku teman seperjuangan yang turut memberikan dukungan serta doa.
13. Vivian Susanto selaku teman yang turut memberikan dukungan support serta doa.



14. Ronaldo Gunawan dan Angela Fransisca selaku teman Penulis dan rekan bisnis startup Crispy Crush yang turut memberikan dukungan.
15. Cindy, Friska, dan Acien selaku teman yang turut memberikan dukungan dan doa.
16. Ervinna dan Sheila selaku pacar kakak Penulis yang membantu memberikan referensi dan dukungan.
17. Randy, Dolly, Evan, dan Endro selaku teman bermain Penulis yang memberikan dorongan, masukan, dan doa untuk menyelesaikan skripsi ini.
18. Jc Fransland Joyfully selaku teman Penulis yang memberikan semangat dan doa untuk menyelesaikan skripsi ini.
19. Seluruh teman-teman yang telah memberikan saran dan masukan dalam menunjang menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
20. Seluruh subjek yang ikut membantu Crispy Crush untuk penulis dalam melakukan penelitian untuk menyelesaikan skripsi dan memberikan support.

Semoga Tuhan selalu memberkati setiap pihak yang telah membantu Penulis untuk menyusun skripsi ini, baik dalam dukungan nasehat dan doa. Akhir kata, saya menyadari dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari kekurangan, baik aspek kualitas maupun aspek kuantitas dari materi yang disajikan. Semua ini didasarkan dari keterbatasan yang dimiliki Penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna sehingga Penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Untuk segala kritik dan saran akan diterima dengan senang hati, guna menjadi bahan masukan dan pertimbangan di masa mendatang. Akhir kata, saya selaku penulis mengucapkan banyak terima kasih dan berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Bandung, 24 Juli 2020

( Yohanna)

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II KERANGKA TEORITIS .....	9
2.1 Pengertian Strategi .....	9
2.2 Strategi <i>Cost Leadership</i> .....	11
2.2.1 Cost Reduction .....	13
2.2.2 <i>Cost Control</i> .....	15
2.2.3 <i>Price Fixing</i> .....	17
2.2.4 <i>Substitution Raw Material</i> .....	19
2.2.5 <i>Location Operational</i> .....	20
2.3 <i>Food waste</i> .....	25
2.4 Analisis Lingkungan Eksternal .....	26
2.4.1 <i>Five Porter Forces</i> .....	26
2.5 Analisis Lingkungan Internal .....	28
2.5.1 <i>Value Chain</i> .....	28
2.5.2 <i>SWOT</i> .....	34
2.6 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i> .....	38
2.7 <i>Design Thinking</i> .....	40
2.8 <i>Business Model Canvas (BMC)</i> .....	42
BAB III METODE PENELITIAN .....	46
3.1 Jenis Penelitian.....	46

3.2	Metode Penelitian.....	47
3.3	Rumusan Ide.....	49
3.4	Rumusan Strategi Bisnis.....	53
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	54
3.6	Teknik Analisis Data.....	56
3.7	Operasionalisasi Variabel.....	56
BAB IV STARTUP CRISPY CRUSH (Cr:Sh).....		58
4.1	Profil Perusahaan .....	58
4.1.1	Visi dan Misi .....	59
4.1.2	Struktur Organisasi.....	59
4.1.3	<i>Job Description</i> .....	60
4.1.4	<i>Business Model Canvas (BMC)</i> .....	65
4.1.5	<i>Design Thinking</i> .....	71
BAB V RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS Cr : Sh (Crispy Crush).....		78
5.1	Analisis Kondisi Crispy Crush Saat Ini.....	78
5.2	Hasil Analisis Internal - (S.W).....	80
5.3	Hasil Analisis Eksternal (T,O) .....	83
5.4	Analisis SWOT .....	89
5.5	Matriks SWOT .....	92
5.5.1	Analisis Matrik Evaluasi Faktor Eksternal (EFE).....	94
5.5.2	Analisis Matrik Evaluasi Faktor Internal (EFI).....	101
5.5.3	Matriks Internal-Eksternal .....	107
5.6	Strategi Alternatif yang disarankan.....	109
5.6.1	Analisis QSPM .....	109
5.7	Perencanaan Strategi <i>Cost Reduction</i> .....	113
5.7.1	<i>Cost Control</i> (Pengendalian Biaya) .....	113
5.7.2	<i>Price Fixing</i> (Penetapan Harga).....	115
5.7.3	<i>Substitution Raw Material</i> .....	117
5.7.4	<i>Location Operational</i> .....	118
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....		119

6.1	Kesimpulan.....	119
6.2	Saran .....	121
	DAFTAR PUSTAKA .....	122
	LAMPIRAN .....	125

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada saat ini *Food waste* merupakan isu global yang menjadi pusat perhatian masyarakat dunia. Mulai dari negara berkembang hingga negara maju mencoba mengembangkan berbagai metode atau pendekatan untuk berkontribusi dalam menyelesaikan masalah ini. FAO menyatakan bahwa sekitar 33% hingga 50% makanan yang telah diproduksi, tidak dikonsumsi dengan semestinya. Secara distribusi geografis, negara-negara berkembang lebih banyak membuang makanan secara jumlah dan berdasarkan per kapita. Namun, perkembangan pesat ekonomi dunia menghasilkan jumlah food waste yang semakin banyak sebagai hasil dari pertumbuhan penduduk dan peningkatan konsumsi yang terkait (FAO 2013).

Di Indonesia sendiri, tanpa disadari *food waste* menjadi isu yang sangat besar. Hal ini ditunjukkan dengan Indonesia sebagai penghasil *food waste* tertinggi kedua di dunia. Sampah makanan (*food wastage*) Indonesia diestimasi sebesar 300 kilogram sampah makanan per orang setiap tahun (Economist Intelligence Unit 2017). Sampah makanan di sini adalah akumulasi *food waste* yang mengacu semua produk makanan yang tidak terserap konsumen berupa sisa makanan dan *food loss* yang mengacu pada produk pangan yang terbuang sebelum sampai ke pelanggan seperti gagal panen, ikan di laut yang teracuni, dan lain-lain.

Parfitt (2010) mendefinisikan *food waste* sebagai produk pangan yang hilang atau terbuang dimana produk tersebut sebenarnya masih dapat dimakan atau dikonsumsi. Selain *food waste*, ada istilah lain yang sering digunakan di area

penelitian ini yakni *food loss*. Kedua istilah ini sering dipertukarkan penggunaannya padahal sebenarnya kedua istilah ini berbeda. Secara teknis, produk pangan yang tidak dikonsumsi dapat terjadi di sepanjang rantai pasok pangan. Di hulu rantai pasok pangan yang tidak dikonsumsi akibat proses sortir disebut *food loss*. Sedangkan, di hilir rantai pasok yang berkaitan dengan proses penjualan dan perilaku konsumsi disebut sebagai *food waste*.

*Food waste* mengacu pada makanan apa pun yang dibuang meskipun masih sesuai untuk konsumsi manusia, apakah itu disimpan di luar tanggal kedaluwarsa atau dibiarkan rusak (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2013). *Food waste* mempengaruhi lingkungan dengan memperburuk konsumsi energi, penggunaan sumber daya, dan peningkatan kuantitas limbah yang dihasilkan sehingga menjadi masalah sosial, lingkungan yang penting, serta mempengaruhi biaya dalam rantai pasokan makanan. Dari semua makanan yang diproduksi di seluruh dunia setiap tahun, sekitar sepertiga, atau 1,3 miliar ton, dibuang menjadi limbah (Gustavsson, et al. 2011). Produk pangan bersifat *perishable*, sehingga sumber penyebab utama *food waste* adalah lifetime produk pangan yang relatif pendek.

Ketidakpastian tingkat konsumsi pelanggan akan produk pangan juga menjadi masalah besar penyebab munculnya *food waste*. Lifetime produk pangan yang singkat ini sering kali membuat produk berakhir menjadi *food waste*. *Food waste* didefinisikan sebagai produk pangan yang masih layak untuk dikonsumsi, atau yang telah rusak atau kadaluarsa, namun dikeluarkan dari rantai pasok karena perilaku ekonomi dan manajemen stok yang buruk atau kelalaian.

Terjadinya peningkatan *food waste* di Indonesia, hal tersebut membuka peluang ide bisnis untuk membuat produk yang memanfaatkan *food waste* sayur yang tidak laku terjual di pasar diolah menjadi makanan ringan yang sehat dengan harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan. Selain sayur bagus untuk kesehatan, sayur juga dapat membantu orang yang sedang melakukan program diet. Selain itu ditemukan informasi lain mengenai pola kesehatan di Indonesia yang buruk.

Riset pusat penelitian dan pengembangan upaya kesehatan masyarakat tahun 2014 menyatakan bahwa 97,1% penduduk Indonesia dari berbagai cakupan umur kurang mengonsumsi buah dan sayuran karena berbagai alasan, mulai dari yang disebabkan karena rasanya yang tidak enak, malas memasak, dan sulit disimpan dalam waktu yang lama. Dari hal ini dapat menyebabkan meningkatnya *food waste* yang dapat merusak lingkungan dan dapat mengganggu makhluk hidup baik berupa secara visual atau secara perasaan.

Permasalahan tersebut membuka peluang untuk pelaku bisnis, dengan memanfaatkan *food waste* dan manfaat sayur yang bagus untuk tubuh. Maka pelaku bisnis memulai *start up* dengan mengolah *food waste* sayur menjadi makanan ringan yang sehat dan dapat dinikmati oleh semua orang. Crispy Crush adalah bisnis makan ringan sehat yang menggunakan sayur sebagai bahan baku utama, dikemas sebagai produk inovasi makanan ringan sehat yang berbentuk abon sayur dengan menghilangkan rasa atau bau sayur, sehingga konsumen yang kesulitan dalam mengonsumsi sayur dapat menikmati makanan ringan yang ditawarkan. Crispy Crush tidak menggunakan msg, pengawet, dan minyak untuk



menjaga kualitas produk dan memberikan tujuan dasar dari makanan ringan yang sehat.

Crispy Crush melakukan penerapan *focus low cost*, dalam menawarkan harga yang murah untuk segmentasi pasar tertentu. Crispy Crush melakukan penekanan biaya *overhead* dalam proses produksi, karena Crispy Crush memiliki target sasaran pada konsumen yang relatif mudah terpengaruh oleh pergeseran harga (*price sensitive*) atau menggunakan harga sebagai faktor penentu keputusan. Oleh karena itu Crispy Crush membutuhkan perencanaan strategi yang tepat untuk dapat mencapai tujuan target pasar yang telah ditentukan, selain itu melakukan perencanaan strategi dibutuhkan untuk bersaing dan mempertahankan bisnis yang akan dimulai.

Menurut Porter (1996), ada tiga jenis strategi untuk mencapai kinerja perusahaan di atas rata-rata dalam suatu industri, yaitu *Cost Leadership*, *Differentiation*, dan *Focus*. Strategi tersebut digunakan tidak dapat digunakan secara bersamaan, maka perusahaan harus memilih salah satu strategi yang sesuai dengan tujuan dan sasaran bisnisnya.

Menarik untuk diteliti bahwa tujuan Crispy Crush pada awalnya memfokuskan melakukan penerapan *focus low cost* dalam menentukan segmentasi pasar, untuk itu Crispy Crush melakukan penekanan biaya *overhead* untuk mendapatkan harga penjualan yang murah, agar dapat bersaing dan bertahan dalam industri yang sama. Jika Crispy Crush dapat mengetahui strategi yang sesuai dengan penetapan tujuan bisnis pada dasarnya secara baik, maka

Crispy Crush dapat tumbuh lebih pesat. Maka penyusunan strategi *cost leadership* atau melakukan pengurangan biaya *overhead* yang efektif merupakan strategi yang tepat agar Crispy Crush dapat meningkatkan penjualan dengan maksimal.

Penerapan strategi *focus low cost* dapat melalui beberapa cara, salah satunya *cost reduction* yang bertujuan untuk mengurangi atau menghilangkan biaya *overhead*. *Cost Reduction* adalah cara termudah dan paling pasti cara untuk meningkatkan keuntungan dalam jangka pendek. Hal ini juga dapat menjadi penggerak utamapertumbuhan jangka panjang, jika ditangani dengan benar. Hal tersebut dikarenakan pengurangan biaya sepenuhnya dalam kendali perusahaan. Cukup menentukan area untuk pengurangan biaya dan menerapkannya.

*Cost Reduction* adalah jalan paling sederhana untuk meningkatkan profitabilitas dan arus kas ditingkatkan (Bragg 2010, 7). Penggunaan *Cost reduction* bukan hanya untuk mencapai standar yang ditetapkan tetapi juga untuk mengurangi biaya secara bertahap di bawah standar agar terdapat efisiensi usaha, sehingga biaya yang dikeluarkan dapat diminimumkan dan laba yang diperoleh maksimal. Disamping itu kualitas produk tetap dipertahankan sehingga kualitasnya tidak menurun dan tidak mempengaruhi penjualan produk tersebut.

Permasalahan Crispy Crush pada saat ini mengalami kesulitan dalam menghilangkan pembebanan biaya *overhead*, seperti pembiayaan operasional yang pada awalnya menggunakan proses penggorengan menggunakan minyak, gas dan tepung yang cukup banyak sehingga menyebabkan biaya *overhead* yang tinggi, maka dari itu Crispy Crush memerlukan penerapan strategi *cost reduction*

untuk melakukan penekanan biaya tanpa harus berdampak negatif pada kualitas produksi Crispy Crush.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Penerapan Strategi *Cost Reduction* dengan Memanfaatkan *Food Waste*” Studi Kasus di *Startup* “Crispy Crush”.

## **1.2 Rumusan masalah**

Saat ini Crispy Crush mengharapkan untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Khususnya persaingan dalam penetapan harga yang berfokus pada penerapan *focus low cost* dengan memberikan penawaran harga yang murah dengan cara melakukan penekanan harga pada bahan baku dan operasional, serta melakukan inovasi pengembangan produk. Tujuan Crispy Crush adalah berfokus *low cost* dengan melakukan penekanan biaya *overhead* dan sebagai pelaku bisnis memiliki tujuan untuk mendapatkan profit. Tetapi Crispy Crush masih jauh untuk mencapai target penjualan dan BEP untuk mendapatkan pengembalian modal awal. Karena penetapan harga yang murah tidak sesuai dengan pembiayaan operasional yang dikeluarkan saat ini. Dalam proses produksi Crispy Crush memakai biaya *overhead* yang tinggi, dalam proses produksi. Maka dari itu Crispy Crush memerlukan strategi *cost reduction* untuk mencari, menemukan, dan memangkas biaya yang tidak memberikan keuntungan dari bisnis untuk meningkatkan laba, tanpa berdampak negatif pada kualitas produk. Maka dari itu Crispy Crush akan mengambil strategi *cost reduction*.

Berdasarkan uraian di atas Crispy Crush memiliki permasalahan dalam pembebanan biaya *overhead* yang tinggi, maka rumusan masalah pada karya ilmiah ini yaitu:

1. Bagaimana cara Crispy Crush dalam melakukan *focus low cost* dengan penerapan strategi *cost reduction dalam* mengurangi biaya overhead, penetapan harga, pengganti bahan baku, dan penentuan proses operasional yang efektif dan efisien?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk menetapkan *focus low cost* yang memberikan penawaran harga yang murah untuk segementasi tertentu dengan cara melakukan penyusunan strategi *cost reduction* untuk menekan biaya *overhead* yang tepat dengan tujuan bisnis yang ditetapkan Crispy Crush, diharapkan dapat membantu Crispy Crush mengetahui keputusan pengambilan atau perencanaan pada penekanan biaya *overhead* pada Crispy Crush. Hasil dari penelitian ini akan membantu Crispy Crush dapat lebih efektif dan efisien dalam melakukan proses bisnis dan meningkatkan penjualan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah diharapkan Crispy Crush dapat mempertahankan perusahaan dengan *focus low cost* dengan melakukan strategi *cost reduction* yang lebih efektif, untuk mengurangi biaya *overhead* dan meningkatkan penjualan. Penyusunan strategi *cost reduction* dengan benar akan mengefisienkan biaya yang akan dikeluarkan sehingga tidak terjadi pembebanan

biaya yang tidak seharusnya tidak perlu dibebankan. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berguna bagi pembaca pada umumnya, terutama yang berkaitan dengan orang-orang yang ingin membangun perusahaan sejenis.