

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi mendukung pertumbuhan bisnis di seluruh dunia. Efektif dan efisiensi yang dibawa oleh perkembangan teknologi membuat banyak peluang, salah satunya bisnis *home industry*. *Home industry* adalah suatu unit usaha yang tidak berbentuk badan hukum dan dilaksanakan oleh seseorang atau beberapa orang anggota rumah tangga yang mempunyai tenaga kerja sebanyak empat orang atau kurang, dengan kegiatan mengubah bahan dasar menjadi barang jadi atau setengah jadi atau dari yang kurang nilainya menjadi yang lebih tinggi nilainya dengan tujuan untuk dijual atau ditukar dengan barang lain dan ada satu orang anggota keluarga yang menanggung resiko (Suratiyah, 1991).

Pada masa pandemi 2020 banyak sekali *Home Industry* baru yang muncul, menjual berbagai macam produk khususnya produk minuman dan makanan. Pemasarannya bahkan tidak menggunakan *platform marketplace* seperti Shopee maupun Tokopedia hanya menggunakan *platform media sosial* seperti Instagram dan Tiktok. Dikemas dengan foto dan testimonial pelanggan yang baik, banyak trend produk makanan dan minuman yang tetap laku bahkan semakin bervariasi hingga saat ini.

Penggunaan *platform-platform* ini memudahkan pembeli khususnya karena tidak perlu berpergian keluar, tidak perlu mengantri dan juga dimudahkan untuk urusan pembayaran. *Platform* yang banyak digunakan oleh pelaku *home*

industry tidak berbayar alias gratis. Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh *platform* bisnis online membuat banyak home industri semakin menjamur.

Trend makanan dan minuman yang diusung oleh pelaku home industry dimasa new normal ini adalah “sehat dan bergizi”, hal ini dibuktikan oleh Kementerian Pertanian melalui Badan Ketahanan Pangan. Dilihat dari gambar 1.1, bahwa tanaman obat menjadi salah satu pola konsumsi pangan yang diminati oleh masyarakat. Tanaman obat ini banyak dijadikan bahan bumbu dalam masakan maupun dijadikan minuman tradisional seperti Bandrek, Sekoteng, dan lainnya.

Gambar 1. 1

POLA KONSUMSI NEW NORMAL

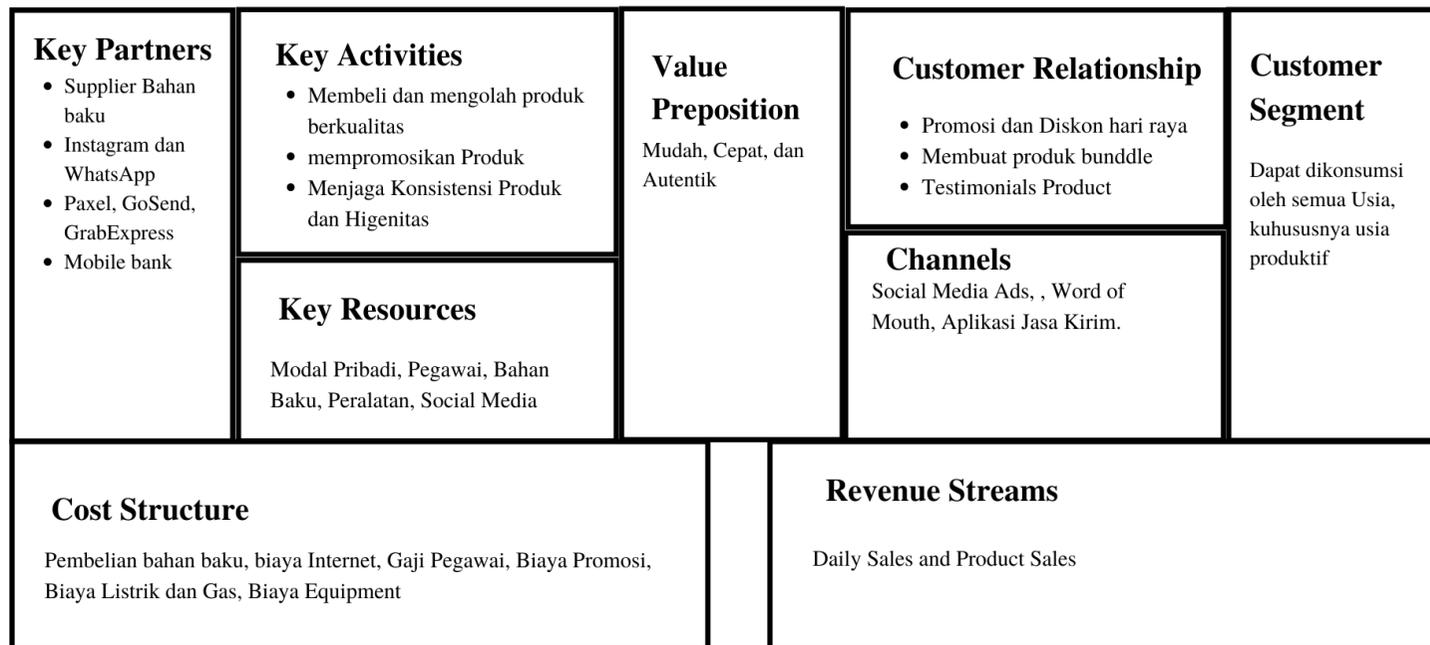


Sumber : <https://disnakkeswan.ntbprov.go.id/>

Selain trend makanan dan minuman sehat, akibat dari pandemi banyak pelaku usaha kuliner khususnya minuman menjual kemasan botol dengan berbagai variasi ukuran dan bentuk. Hal ini mempermudah konsumen serta pengusaha dalam penjualannya dimana konsumen tetap dapat menikmati produk minuman tanpa takut produk tersebut akan *spoil* dalam pengirimannya, sedangkan di pihak pengusaha hal ini menguntungkan karena produk tetap terjual ditengah masa pandemi tanpa harus menutup tokonya.

Melihat berbagai peluang bisnis yang terbuka, penulis ingin membuka sebuah usaha yang mengangkat rempah-rempah atau tanaman obat sebagai bahan utamanya. Bukan hanya sebagai produk kesehatan tetapi juga sebagai sebuah aksi dari penulis untuk melestarikan minuman rempah tradisional Indonesia. Usaha yang penulis ingin buat adalah **“PERENCANAAN BISNIS BANDREK MEDAN DI KOTA JAKARTA BARAT”**

Gambar 1. 2
BUSINEES MODEL CANVA KEDAI MOTHER NATURE



B. Gambaran Umum Bisnis

A Deskripsi Bisnis

Salah satu awal mula sebuah bisnis dimulai adalah adanya sebuah ide. Ide yang datang ini juga akan sempurna ketika selaras dengan kebutuhan masyarakat. Untuk mewujudkan ide tersebut dibutuhkan sebuah perencanaan (*business plan*) dalam setiap aspek bisnis agar bisnis yang dibangun menghasilkan nilai ekonomi yang diinginkan. Menurut Richard L. Daft menyebutkan bahwa *business plan* adalah dokumen yang merincikan detail-detail bisnis yang disiapkan oleh seorang wirausahawan sebelum membuka sebuah bisnis baru, Daft (2007: 265).

Ide yang menjadi dasar pembukaan bisnis juga harus relevan dan memiliki nilai jual serta dapat menarik minat masyarakat. Bisnis yang dibuat juga harus bersinergi dengan setiap aspek pendukungnya seperti teori yang dikemukakan oleh Menurut Hooper (2008:35) Bisnis adalah Segala dan keseluruhan kompleksitas yang ada pada berbagai bidang seperti penjualan (*commerce*) dan industri, industri dasar, *processing*, dan industri manufaktur dan jaringan, distribusi, perbankan, asuransi, transportasi, dan seterusnya yang kemudian melayani dan memasuki secara utuh (*which serve and interpenetrate*) dunia bisnis secara menyeluruh.

Penulis memiliki ide untuk membuka sebuah usaha minuman yang berbasis *home industry* dengan Teknik pemasaran menggunakan *platform* sosial media. Untuk minuman yang akan dijual sendiri penulis mengamati pola konsumsi masyarakat pasca covid-19 atau yang sekarang kita sebut masa *new normal*, dimana masyarakat mulai menyukai dan mengkonsumsi olahan tanaman obat dalam kehidupan sehari-harinya.

Disamping itu penulis juga ingin melestarikan minuman khas Indonesia yang keberadaanya sudah mulai jarang ditemui karna dimakan oleh jaman dan peminat di generasi muda yang kurang, khususnya di ibu kota.

Penulis merupakan orang batak dengan *background* keluarga batak yang sangat kental penulis ingin memperkenalkan minuman Bandrek yang berbahan dasar rempah dan merupakan minuman khas Medan, Sumatera Utara. Bandrek yang bias akita temui khususnya di Pulau Jawa adalah bandrek khas masyarakat Sunda, Jawa Barat. Terdapat beberapa perbedaan antara bandrek khas Jawa Barat dan Medan khususnya dalam hal bahan baku. Bandrek khas Medan tidak menggunakan kelapa dalam penyajiannya, tetapi telur ayam kampung. Telur ayam kampung yang ditambahkan juga bukan hal yang wajib tetapi dapat membuat bandrek tersebut terasa lebih nikmat dan menambah manfaat untuk kesehatan tubuh.

Bandrek yang akan punilis jadikan bisnis adalah bandrek Medan tanpa telur ayam kampung. Bandrek yang penulis jual adalah bandrek original dan bandrek susu Medan. Nantinya bandrek ini akan dikemas dan dipasarkan secara modern atau kekinian, menggunakan *influencer* sebagai salah satu jalur promosi dan juga pastinya akan menggunakan *platform* social media khususnya Instagram.

A Deskripsi Logo dan Nama

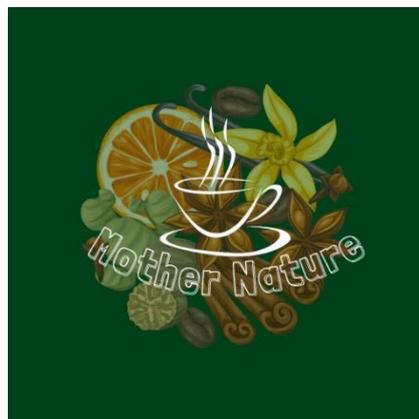
Sebuah bisnis pasti membutuhkan *Brand* atau Merek. Merek ini akan menjadi sebuah hal pertama yang diingat oleh pengunjung untuk mendeskripsikan produk yang dijual. *Brand* adalah ide, kata, desain grafis dan suara/bunyi yang mensymbolisasikan

produk, jasa, dan perusahaan yang memproduksi produk dan jasa tersebut (Janita, 2005:15).

Usaha yang akan dibangun oleh penulis diberi nama *Mother Nature* dimana *Mother Nature* ini sendiri berarti “ibu alam”. hal itulah yang ingin penulis tonjolkan dari nama brand ini. Dimana nama bahan dasar produk penulis yaitu bandrek, semuanya berasal dari alam. Alasan lain penggunaan nama ini juga karena nama ini akan mudah diingat oleh banyak orang. Karena kata “*Mother Nature*” itu sendiri terdengar tidak asing dikalangan masyarakat. *Mother Nature* sendiri juga memiliki arti khusus bagi penulis yaitu produk yang penulis jual merupakan resep keluarga yang sudah diturunkan dari nenek buyut penulis hingga penulis saat ini. Dengan adanya bisnis ini penulis berharap bahwa generasi penulis serta generasi yang akan datang dapat tetap menikmati juga melestarikan bandrek khas Medan ini. Berdasarkan merek tersebut, penulis memiliki ide logo sebagai berikut:

Gambar 1. 3

LOGO MOTHER NATURE



Sumber : Desain penulis 2022

Pemilihan bentuk logo dan penulisan nama brand yang penulis buat berarti bahwa setiap produk yang dibuat oleh mother nature berasal dari rempah pilihan yang akan menghangatkan setiap momen customer mother nature. Terlihat bahwa gambar rempah berada dibelakang gambar cup yang ada kepulan asapnya. Warna hijau dipilih sebagai representative alam, dimana jika kita membayangkan alam maka yang pertama terlintas dipikiran kita adalah warna hijau daun di pepohonanan.

Untuk *tagline mother nature* penulis memilih “hangat selalu untuk kamu” dimana penulis menaruh harapan bahwa disetiap momen “dingin” setiap orang maka yang pertama kali diingat untuk menghangatkan adalah bandrek medan produksi *mother nature*.

a. Identitas Bisnis

Identitas bisnis berisikan mengenai kontak dan juga alamat perusahaan yang dibuat untuk memperjelas. Penulis memilih lokasi Jl.Karya Sakti No.47, Srengseng, Kembangan, Jakarta Barat, DKI JAKARTA sebagai tempat perencanaan bisnis ini. Pemesanan dapat dilakukan dengan menghubungi nomor Whatsapp penulis dan juga bisa melalui direct message yang ada pada instagram *Mother Nature* (@mothernature_jkt)

B Visi dan Misi

Setiap usaha yang dibangun pasti memiliki suatu tujuan. Tujuan itu tertuang dalam visi setiap usaha. Dimana dari visi tersebut kita dapat melihat bagaimana tujuan usaha tersebut dimata pemiliknya.

Berkaitan dengan ini, *Mother Nature* memiliki visi “*Menjadi usaha minuman tradisional yang paling mudah dijangkau oleh konsumennya* ”. Visi ini berarti bahwa produk yang dijual oleh *Mother Nature* adalah minuman tradisional yang dipasarkan dengan cara yang modern, hal ini yang membuat produk *mother nature* dapat dijangkau dan didapatkan dengan mudah oleh konsumennya.

Misi dapat diartikan sebagai strategi bisnis sekaligus dapat diartikan sebagai filosofi dan etika dalam berbisnis. Dengan kata lain misi yang dibuat merupakan implementasi dari visi yang kita buat, dimana misi yang dibuat harus sejalan dengan visi dan mengandung filosofi tersendiri.

Misi dari *Mother Nature* adalah :

1. Memastikan layanan Sosial Media *fast respon*
2. Memberikan pelayanan terbaik, tercepat, dan termudah
3. Mengemas produk secara modern dan efisien
4. Menjaga kebersihan dan Higienitas tempat produksi dan tempat pelayanan.
5. Menjaga agar produk konsisten dari segi kualitas dan kuantitas.

C Swot Analysis

Analisis *SWOT* adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threads*).

Peluang bisnis berasal dari sebuah inspirasi, ide, atau kesempatan yang muncul untuk dimanfaatkan bagi kepentingan seseorang baik dalam kehidupan

sehari-hari atau dalam bisnis. Berdasarkan empat faktor diatas, maka penulis membuat analisis SWOT pada “Perencanaan Bisnis Produksi Bandrek Medan di Kota Jakarta Barat ”, berikut penulis jabarkan keempat faktor tersebut.

1. *Strength* (Kekuatan/Kelebihan)

Kekuatan/kelebihan dari usaha ini adalah:

- Mudah dijangkau melalui media sosialnya.
- Memiliki unsur kedaerahan yang menarik.
- Mengusung konsep easy to get easy to carry
- Kemasan produk yang mudah dibawa-bawa

2. *Weakness* (Kelemahan/Kekurangan)

Kelemahan/kekurangan dari usaha ini adalah:

- Usaha kedai ini belum diketahui oleh masyarakat.
- Mengeluarkan produk baru sehingga belum memiliki peminat yang setia.

3. *Opportunity* (Kesempatan)

Kesempatan untuk penulis dalam usaha ini adalah

- Persaingan yang tidak terlalu ketat karena belum ada usaha minuman berempah di sekitar lokasi usaha.

4. *Threat* (Ancaman)

Ancaman bagi usaha ini adalah

- Produk mudah ditiru

Tabel 1. 1
Analisis SWOT

	<p style="text-align: center;">STRENGTH</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mudah dijangkau melalui media sosialnya • Memiliki unsur keadaerahan yang menarik • Mengusung konsep easy to get easy to carry • Kemasan produk yang mudah dibawa-bawa 	<p style="text-align: center;">WEAKNESS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produk tidak tahan lama • Produk sudah dipasarkan sejak dulu
<p style="text-align: center;">OPPORTUNITY</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minuman tradisional yang dikemas secara modern • Penggunaan media sosial yang menguntungkan dari segi pemasaran 	<p style="text-align: center;">ANALISIS S/O</p> <p>Memaksimalkan promosi melalui sosial media dan menonjolkan konsepnya yang lebih modern.</p>	<p style="text-align: center;">ANALISIS O/W</p> <p>Mengembangkan produk agar lebih tahan lama dan menonjolkan perbedaan produk dari kompetitor lain</p>
<p style="text-align: center;">THREATS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banyak kompetitor serupa • Produk mudah ditiru 	<p style="text-align: center;">ANALISIS S/T</p> <p>Menonjolkan konsistensi produk dan keunggulan konsep yang diusung.</p>	<p style="text-align: center;">ANALISIS T/W</p> <p>Menetapkan standart receipe untuk menjaga konsistensi dan rutin mengevaluasi serta mengembangkan produk agar semakin baik.</p>

Sumber: Olahan Penulis, 2022

C. Spesifikasi Produk

Produk unggulan yang ditawarkan oleh *Mother Nature* adalah minuman rempah tradisional yang dibuat dengan cara tradisional. Bandrek Susu Medan merupakan minuman yang menggunakan 7 jenis rempah sebagai bahan utamanya terdiri dari, jahe putih, jahe merah, kayu manis, sereh, cengkeh, kapulaga, lada hitam, dan bunga lawang. Lalu, ditambahkan gula aren sebagai penambah rasa, aroma, serta warna. Disajikan dengan tambahan susu kental manis sebagai bahan pemanis tambahan.

D Jenis Badan Usaha

Jenis badan usaha Kedai *Mother Nature* merupakan jenis usaha Perusahaan Perseorangan (PO). PO merupakan salah satu bentuk bisnis yang dimiliki oleh satu orang atau pemilik tunggal, sedangkan pengusaha perseorangan adalah pemilik dari suatu perusahaan perseorangan.

Perusahaan Perseorangan (PO) memiliki ciri-ciri diantaranya adalah:

- Kepemilikan dimiliki oleh pemilik tunggal.
- Merupakan usaha kecil atau UKM (Usaha Kecil dan Menengah)
- Modal kecil, jenis produk
- Jumlah produksinya terbatas
- Tenaga kerja sedikit
- Alat produksi dan teknologinya cukup sederhana

Berdasarkan kriteria tersebut, maka penulis memilih jenis usaha UKM karena *Mother nature* merupakan usaha kecil dengan sedikit pegawai.

E Aspek Legalitas

Dari segi legalitas usaha, Kedai *Mother Nature* pastinya akan membuat legalitas terpercaya dan bersertifikat, seperti: sertifikat halal, BPOM, sampai pada perjanjian usaha. Sertifikat halal dan BPOM berguna untuk memastikan produk yang ditawarkan 100% halal dan aman untuk para tamu yang ingin menikmatinya. Selain itu, memiliki beberapa dokumen badan hukum untuk melaksanakan usaha bisnis sebagai bekal agar usaha yang dilaksanakan dapat berjalan lancar di kemudian hari. Maka penulis menggunakan aspek legalitas untuk menunjang badan usaha yang penulis dirikan, yaitu:

- a. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
- b. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).
- c. Surat Izin Domisili.
- d. Izin Usaha Industri (IUI).
- e. Merek