

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Gambaran Umum Bisnis

a. Deskripsi Bisnis

My Food Journey atau bisa disingkat dengan MFJ merupakan sebuah media yang mempromosikan beberapa produk usaha baik di bidang kuliner, wisata maupun akomodasi melalui platform media sosial seperti Tiktok dan Instagram. My Food Journey hadir untuk memperkenalkan kuliner dan wisata yang ada di Indonesia dan membantu para pelaku usaha baik micro ataupun macro untuk mendapatkan calon pelanggan potensial. Selain itu sebagai mahasiswa prodi Administrasi Hotel yang memiliki fokus terhadap management hotel, MFJ juga menawarkan kerjasama dengan hotel sehingga nantinya hotel yang menggunakan jasa MFJ dapat meningkat baik dari segi pendapatan dan brand engagement.

MFJ hadir pada Agustus 2020 berawal dari keresahan pribadi penulis yang melihat dampak akibat adanya pandemi Covid-19 pada tahun 2020 yang menyebabkan beberapa jenis usaha khususnya dibidang kuliner mengalami kebangkrutan. Maka dari itu MFJ menawarkan jasa endorsement untuk beberapa pelaku bisnis berupa foto maupun video yang akan di unggah di akun media sosial MFJ agar dapat membantu memasarkan prodak dari para pelaku usaha tersebut. Tidak hanya itu MFJ menjadi sebuah album untuk para penikmat konten khususnya kuliner agar mereka selalu memiliki pilihan destinasi kuliner yang mereka inginkan. Pada saat ini MFJ beberapa kali menjalin kerjasama dengan Instansi ternama di Indonesia seperti Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat dan beberapa bisnis ternama di Indonesia seperti Gojek, Grab, Shopee dan lain sebagainya. Tidak hanya di bidang kuliner, MFJ kerap mendapatkan client dari hotel dan beberapa tempat wisata sehingga kredibilitas MFJ dapat diperhitungkan. Selain itu, MFJ juga membuka lapangan kerja dan membuka jalan bagi para freelancer, videographer, photographer, dan lainnya yang ingin bekerjasama dalam mengerjakan suatu proyek.

Pada saat ini MFJ menggunakan platform media sosial Instagram dan Tiktok dengan produk yang ditawarkan sebagai berikut :

- Instagram Story

Dalam hal ini MFJ melakukan promosi melalui Instagram Story yang dapat berbentuk video maupun foto. Konten Instagram Story akan bertahan selama 24 jam.

- Photo Feeds Instagram

MFJ juga memiliki jasa dalam pembuatan iklan berupa foto yang akan di unggah di media sosial Instagram. Konten dapat terdiri dari 1 foto atau lebih dengan jangka waktu selamanya.

- Video Reels Instagram

Selain foto, MFJ juga menawarkan jasa pembuatan konten videography di media sosial Instagram. Video Reels dapat berupa videografis yang disertakan dengan lagu atau videografis yang disertakan dengan voice over.

- Tiktok Video

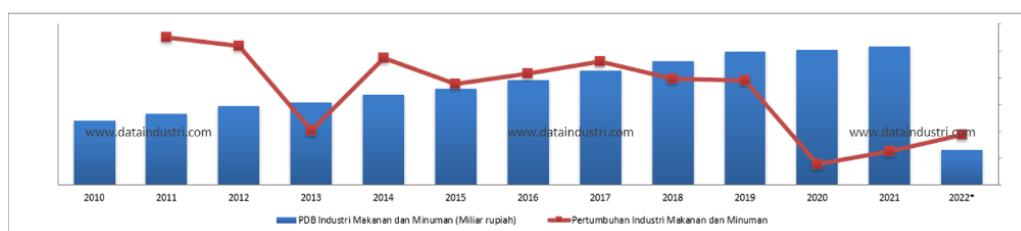
Layanan promosi di media Tiktok MFJ lebih di minati dibandingkan dengan Instagram, dikarenakan followers yang dimiliki di akun media sosial Tiktok lebih banyak. Terdapat beberapa jenis layanan yaitu visit store, delivery produk dan khusus UMKM. Video akan bertahan di feeds MFJ selamanya.

- Paket Endorsment

MFJ juga menyediakan paket - paket promosi di media sosial. Paket tersebut terdiri dari 3 jenis yaitu silver package, gold package dan platinum package.

Untuk silver package, layanan yang diberikan berupa video review yang akan diunggah di Tiktok dan konten di Instagram Story. Gold package terdiri dari upload konten di Instagram Story, konten review di Tiktok dan konten berupa foto yang akan di unggah di Instagram dan yang terakhir yaitu platinum package, paket tersebut cukup lengkap terdiri dari konten Instagram Story, video review di media sosial Tiktok, Instagram photo feeds, mirroring reels Instagram dan akan mendapatkan free highlight di Instagram.

Setelah usaha MFJ berjalan lebih dari satu tahun terbukti bahwa di era digitalisasi ini penggunaan media digital sebagai sarana pemasaran produk cukup diminati para pelaku bisnis. Dapat dilihat dari data yang dikeluarkan oleh Nielsen yang melaporkan bahwa belanja iklan pada tahun 2021 ini meningkat sebesar 13 persen dari tahun sebelumnya. Laporan tahunan tersebut mengatakan bahwa belanja iklan untuk televisi, channel digital, media cetak dan radio mencapai 259 triliun. Selain ada pertumbuhan dari segi belanja iklan, terdapat pertumbuhan industri makanan dan minuman sebagai berikut :

GAMBAR 1. 1DATA PERTUMBUHAN INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN

Sumber: Olahan penulis, 2022

Menurut data diatas terdapat kenaikan dalam pertumbuhan industri makanan dan minuman di tahun 2020 sampai 2022, terbukti bahwa pelaku usaha kuliner di Indonesia mulai bangkit setelah terparap pandemi Covid-19. Untuk menanggapi hal tersebut MFJ ingin turut serta dalam memajukan usaha kuliner agar peningkatannya lebih maksimal.

Pada saat ini, client yang didapatkan MFJ kebanyakan masih berasal dari beberapa daerah saja seperti Jakarta, Tangerang, Bogor dan terbanyak berasal dari Kota Bandung. Maka dari itu persencanaan bisnis ini dibuat untuk mengembangkan potensi MFJ sehingga bisa dikenal oleh masyarakat yang lebih luas dan dapat turut serta dalam memajukan kuliner di Indonesia. Pada saat ini MFJ hanya menyediakan layanan jasa di platform media sosial Tiktok dan Instagram saja untuk itu pengembangan MFJ akan difokuskan kepada penambahan platform yaitu Youtube dan penambahan jenis kontennya yaitu My Travel Journey dan My Staycay Journey.

B. Deskripsi Logo dan Nama

GAMBAR 1. 2 LOGO MY FOOD JOURNEY



Sumber : Olahan Penulis, 2021

Dalam membuat bisnis usaha, nama dan logo merupakan hal penting untuk identitas bisnis agar bisa dikenal oleh konsumen. Menurut Kotler & Keller (2009 : 258), “Merek adalah nama, istilah, lambang, atau desain atau kombinasinya untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikan mereka dari para pesaing”. Sehingga berdasarkan teori tersebut, maka nama dari jasa promosi media sosial ini adalah MFJ.

MFJ merupakan sebuah perjalanan dari penulis mengenai sajian kuliner yang ada di Indonesia. Sehingga dari pengalaman mencari kuliner tersebut penulis berharap dapat menemukan sajian kuliner langka atau kuliner khas dari suatu daerah.

Perjalanan tersebut akan dibagikan melalui platform media sosial yang dimiliki. Logo MFJ terdiri dari beberapa elemen – elemen, maksud dari logo MFJ yaitu :

- Kamera: Hal tersebut melambangkan bahwa My Food Journey akan senantiasa merekam perjalanan kulinernya untuk dipublikasikan kepada masyarakat.

- Sendok dan Garpu: karena MFJ membahas mengenai sajian kuliner yang ada di Indonesia
- Tulisan MFJ: merupakan nama dari perusahaan dan sebagai pengingat mengenai keberadaan My Food Journey.

b. Identitas Bisnis (Kontak dan Alamat Perusahaan)

Berikut merupakan identitas bisnis dari MFJ:

Alamat : Jl. Taman Plesiran No.16

Kontak : +62 857-1601-4507

GAMBAR 1. 3 PETA LETAK KANTOR MY FOOD JOURNEY



Sumber : Olahan Penulis, 2021

Untuk saat ini, kantor MFJ di Bandung bersifat sementara dan merupakan bangunan yang disewakan dan bukan milik pribadi. Sebelumnya kantor MFJ berada di Bogor dan masih dikelola secara pribadi belum ada bantuan tenaga kerja tambahan.

C. Visi dan Misi

Dalam suatu perusahaan pasti terdapat sebuah visi dan misi yang akan membantu dan menyetarakan tujuan yang akan diraih, sehingga arah dan fokus strategi perusahaan terlihat jelas. Definisi visi menurut Wibisono (2006 : 43), “visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan”.

Definisi misi menurut Akdon (2006: 97) “Misi adalah pernyataan mengenai hal-hal yang harus dicapai organisasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan di masa datang”. Berdasarkan definisi – definisi yang telah dijelaskan di atas berikut merupakan visi dan misi dari MFJ :

VISI

Memperkenalkan kuliner khas Indonesia dengan sekala ASEAN melalui platform media sosial dan meningkatkan pelaku usaha kuliner Indonesia yang berdampak kepada kecintaan masyarakat Indonesia terhadap sajian kuliner bangsa.

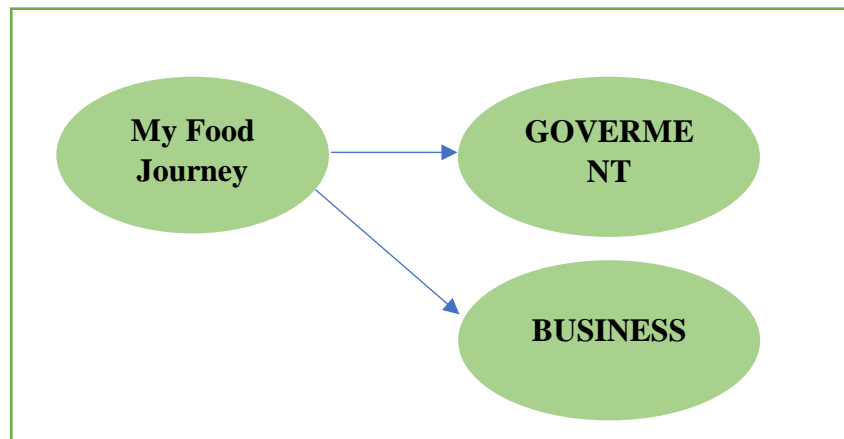
MISI

- Membuat ide- ide kreatif dalam pembuatan sebuah konten promosi agar bisa dinikmati masyarakat dan menguntungkan pelaku usaha
- Memperluas pengetahuan mengenai sajian kuliner Indonesia.
- Menjelajahi kuliner khas Indonesia di setiap daerah.
- Membuat sajian konten agar mudah dipahami oleh masyarakat mancanegara.
- Memperkaya sumber daya yang ada.

D. Gambaran Umum Model Bisnis

Salah satu hal yang penting dalam memulai suatu usaha yaitu menentukan model bisnis, hal ini dilakukan untuk menentukan arah bisnis dan memberikan nilai lebih kepada konsumen. Menurut Alexander Osterwalder dan Pigneur (2010), “Model bisnis adalah sebuah alat untuk menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai.” MFJ menggunakan model bisnis B2G dan B2B yaitu *business to government* dan *business to business*.

GAMBAR 1. 4 MODEL BISNIS B2G DAN B2B



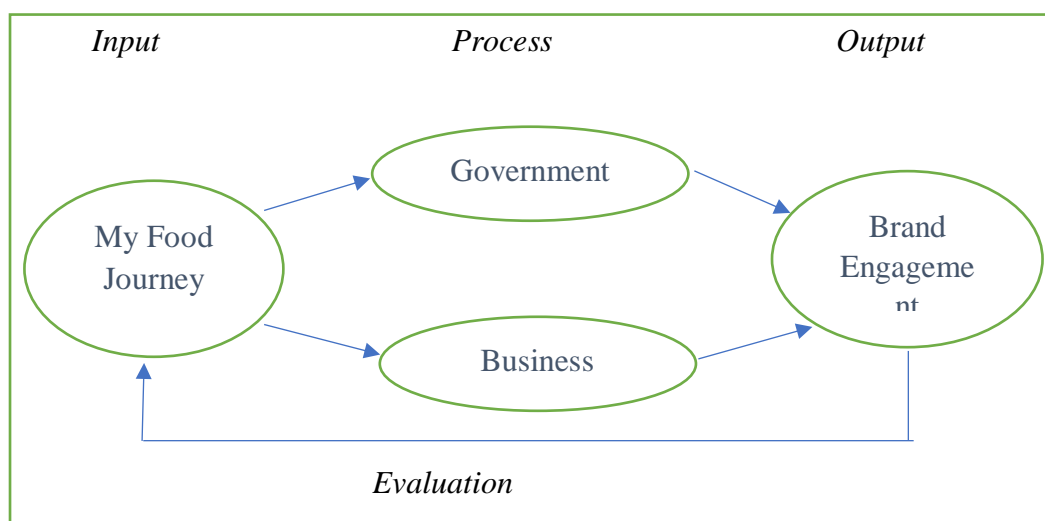
Sumber : Olahan Penulis, 2021

Yang pertama *business to government*, MFJ membidik market tersebut dikarenakan sejalan dengan visi misi yang dimiliki. memiliki koneksi dengan badan pemerintahan dirasa dapat memudahkan untuk lebih *explore* kuliner khas di tiap- tiap daerah. Selain itu instansi pemerintahan dirasa memerlukan jasa sebuah influencer untuk menyebar luaskan informasi yang ingin di sampaikan kepada masyarakat.

MFJ pernah bekerja sama dengan salah satu instansi pemerintahan yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang adanya kegiatan vaksinasi dan memperingati *World Tourism Day*. Diharapkan dengan adanya kerjasama dengan instansi pemerintahan, visi dan misi MFJ dapat terealisasi dengan cepat dan mempermudah instansi pemerintahan untuk menyebarkan informasi khususnya mengenai destinasi pariwisata dan wisata kuliner.

Kemudian *business to business* tentu saja kami juga menyasar para pelaku bisnis yang memiliki kesulitan dalam mempromosikan usahanya. Penggunaan pihak ke tiga dalam meningkatkan kesadaran suatu brand (*Brand Awareness*) merupakan salah satu pilihan para pelaku bisnis sehingga mereka dapat berfokus pada peningkatan omset. Maka dari itu beberapa jasa yang dapat digunakan yaitu endorsement melalui *Insta Story*, *Photo Feeds Instagram*, *IG Reels* dan *Video Tiktok*.

GAMBAR 1. 5 MODEL BISNIS MY FOOD JOURNEY



Sumber : Olahan Penulis, 2021

Model B2G dan B2B digunakan oleh MFJ dikarenakan produk yang dihasilkan bersifat personal antara penyedia dan pengguna layanan. Biasanya brand menghubungi MFJ via *Direct Massage Instagram* atau via *WhatsApp* untuk melakukan kerjasama. Kemudian client diberikan rate card agar mereka bisa memilih paket jasa yang ditawarkan. Dari jasa yang ditawarkan oleh My Food Journey akan menghasilkan brand engagement bagi brand tersebut.

E. SWOT Analysis

Dalam membuat suatu bisnis perlu adanya analisis terkait faktor internal dan eksternal perusahaan, sehingga apabila ada hal yang tidak sesuai dapat diperbaiki secara langsung. SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (ancaman). Menurut Jogiyanto (2005 : 46), “SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi.”

Untuk itu perlu adanya penggunaan SWOT agar perusahaan dapat mencapai keberhasilan dan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Berdasarkan teori sebelumnya, maka analisis SWOT dari pengembangan bisnis MFJ adalah sebagai berikut :

TABEL 2.1
ANALISIS SWOT MY FOOD JOURNEY

<p>S</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menguasai pengoperasian media sosial yang efektif untuk beriklan. - Followers >150.000 sehingga dapat menyebarkan informasi dengan cepat. - Biaya lebih terjangkau dibandingkan dengan vlogger dengan <i>followers</i> yang sama. - Bergabung dengan komunitas Tiktok Food Vlogger yang dikelola oleh Tiktok. - Kualitas video 4k. - Konten dikemas kekinian dan informatif. - MFJ memiliki unsur 3A pada konten yang dimiliki. 	<p>W</p> <ul style="list-style-type: none"> - SDM terbatas - Terlalu banyak membahas kuliner di Bandung sehingga penyebaran region followers kurang merata.
<p>O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usaha yang membutuhkan jasa pemasaran digital. - Memiliki relasi baik dengan badan pemerintahan. - Destinasi wisata, akomodasi dan kuliner yang terus meningkat. - Biaya layanan terjangkau sehingga bisa digunakan oleh bisnis baru/ UMKM. 	<p>T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Banyak <i>influencer</i> lain yang bermunculan. - Brand yang membuat konten untuk promosi sendiri. - Jumlah penonton yang fluktuatif sehingga konten kurang tersebar dengan baik.

Sumber: Olahan Penulis, 2022

F. Gambaran Umum Produk dan Jasa

Sebuah bisnis usaha perlu menawarkan suatu produk atau jasa kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan, baik itu berupa produk barang atau pelayanan. Menurut Tjiptono (2008:95), “Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.”.

Definisi jasa menurut Phillip Kotler (2006: 6) “Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.” Berdasarkan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa produk dan jasa merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan dan dijual kepada konsumen untuk dikonsumsi, dipakai atau dimiliki untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan dari konsumen. Berkaca dari Misi yang dimiliki sehingga produk yang ditawarkan sebagai berikut :

- *Instagram Story*

Dalam hal ini MFJ melakukan promosi melalui *Instagram Story* yang dapat berbentuk video maupun foto. Konten *Instagram Story* akan bertahan selama 24 jam.

- *Photo Feeds Instagram*

MFJ juga memiliki jasa dalam pembuatan iklan berupa foto yang akan di unggah di media sosial *Instagram*. Konten dapat terdiri dari 1 foto atau lebih dengan jangka waktu selamanya.

- *Video Reels Instagram*

Selain foto, MFJ juga menawarkan jasa pembuatan konten *videography* di media sosial *Instagram*. Video Reels dapat berupa videografis yang disertakan dengan lagu atau videografis yang disertakan dengan *voice over*.

- *Tiktok Video*

Layanan promosi di media *Tiktok* MFJ lebih di minati dibandingkan dengan *Instagram*, dikarenakan *followers* yang dimiliki di akun media sosial *Tiktok* lebih banyak. Terdapat beberapa jenis layanan yaitu *visit store*, *delivery* produk dan khusus *UMKM*. Video akan bertahan di feeds MFJ selamanya.

- *Paket Endorsment*

MFJ juga menyediakan paket - paket promosi di media sosial. Paket tersebut terdiri dari 3 jenis yaitu *silver package*, *gold package* dan *platinum package*.

Untuk *silver package*, layanan yang diberikan berupa *video review* yang akan diunggah di *Tiktok* dan konten di *Instagram Story*. *Gold package* terdiri dari upload konten di *Instagram Story*, konten review di *Tiktok* dan konten berupa foto yang akan di unggah di *Instagram* dan yang terakhir yaitu *platinum package*, paket tersebut cukup lengkap terdiri dari konten *Instagram Story*, *video review* di media sosial *Tiktok*, *Instagram photo feeds*, *mirroring reels Instagram* dan akan mendapatkan *free highlight* di Instagram.

Untuk penambahan platform baru yaitu *Youtbe*, harga yang akan ditawarkan sebesar Rp. 300.000, - dan akan terus bertambah seiring dengan kenaikan *subscriber* yang akan dicapai kedepannya.

G. Jenis/Badan Usaha

My Food Journey merupakan suatu usaha yang menawarkan jasa promosi di media sosial yang telah berjalan selama lebih dari 1 tahun. Pada saat ini My Food Journey termasuk kedalam bisnis baru dan masih dalam proses pengembangan. Maka dari itu, Jenis/Badan Usaha yang digunakan My Food Journey masih dikelola secara Individual atau Perseorangan.

Seperti yang dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 82 Tahun 2012 pasal 1 ayat 4, “Penyelenggara Sistem Elektronik adalah setiap Orang, penyelenggara negara, Badan Usaha, dan masyarakat yang menyediakan, mengelola, dan atau mengoperasikan Sistem Elektronik secara sendiri-sendiri maupun bersamasama kepada Pengguna Sistem Elektronik untuk keperluan dirinya dan/atau keperluan pihak lain.”

Dapat dijelaskan bahwa tidak ada aturan khusus dalam memulai bisnis untuk menjadikan bisnis *digital marketing* sebagai sebuah badan usaha seperti Perseroan Terbatas dan semacamnya. Namun, dengan berjalannya waktu dan berkembangnya bisnis, My Food Journey memiliki rencana untuk membuat *Commanditaire Vennootschap (CV)* dikemudian hari.

H. Aspek Legalitas

My Food Journey merupakan suatu usaha yang baru berjalan dan dapat dibidang bisnis yang baru memulai dan berkembang. Oleh karna itu, My Food Journey masih dalam proses melengkapi dokumen yang dibutuhkan untuk legalitas suatu badan usaha. Pada saat ini My Food Journey telah memiliki NIB atau nomor induk berusaha sebagai berikut :

GAMBAR 1. 6 NIB MY FOOD JOURNEY



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 1809220035233**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

1. Nama Pelaku Usaha	: RIDHA NISRINA
2. Alamat	: BTN TANAH BARU BLOK G 1/9, Desa/Kelurahan Tanah Baru, Kec. Bogor Utara, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat
3. Nomor Telepon Seluler	: +6285716014507
Email	: ridhansm79@gmail.com
4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)	: Lihat Lampiran
5. Skala Usaha	: Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai Angka Pengenal Impor (API-P), hak akses kepabeanan, serta pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan.

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 18 September 2022

**Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 18 September 2022

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha. 2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya. 3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BS/E-BSSN. 4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses. |
|---|

Sumber : Olahan Penulis,2022