

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Makanan Ringan merupakan makanan yang disukai oleh semua kalangan usia, termasuk anak-anak. Makanan yang praktis dan dapat dikonsumsi langsung menjadi alasan tingginya popularitas saat ini. Makanan ringan juga didefinisikan sebagai makanan yang dikonsumsi di pagi, siang, dan malam hari. Dari situlah muncul beragam jenis makanan ringan mulai dari bentuk, proses pengolahan dan cara penyajiannya yang berbeda-beda. (Basuki dan Muchtadi, 1998)

Makanan ringan dapat dijadikan sebagai makanan alternatif untuk memenuhi kebutuhan energi sementara seiring dengan laju perkembangan dan peningkatan aktivitas. Saat merencanakan bisnis makanan ringan, perusahaan perlu mencoba memahami apa yang diinginkan pelanggan dan membuat produk lebih baik. Oleh karena itu, diperlukan keunggulan manajemen perusahaan untuk mengelola bisnis dengan keunggulan kompetitif yang jelas yang harus dikembangkan secara metodis. Jenis usaha kecil yang bergerak dalam bisnis penjualan barang atau jasa disebut sebagai "Usaha Kecil Menengah" atau UKM. Untuk mencapai tujuan bersaing dalam pemasaran produk, UKM memiliki visi dan misi yang berbeda untuk bersaing dalam memasarkan produknya. Namun, strategi pemasaran produknya bervariasi dari UKM ke UKM. Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan bagi pembelinya. (Repositori Wima, 2012)

PIRT adalah singkatan dari Produksi Industri Rumah Tangga. Saat ini sangat diminati karena pesatnya pertumbuhan bisnis rumahan di masyarakat

Indonesia, khususnya di sektor makanan. perusahaan, atau UKM, berkembang pesat dan menjadi pilar utama perekonomian Indonesia. (Trias, 2020)

Menurut Gitosudarno (2001: 2-3) Bisnis adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan individu, organisasi, dan masyarakat luas. Seorang pebisnis selalu berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat dan memastikan bahwa setiap orang merasa senang dan puas. dari kepuasan tersebut, maka keuntungannya akan digunakan untuk mengembangkan sebuah usaha. Perencanaan bisnis merupakan hal yang sangat penting bagi para pebisnis. Tujuan dari rencana bisnis ini adalah memastikan bahwa kegiatan bisnis yang telah dilakukan dan yang sedang berjalan tetap mengikuti rencana yang telah dibuat dari awal. Perencanaan bisnis juga merupakan petunjuk untuk mematangkan sebuah rencana tersebut, serta sarana yang akan digunakan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai,

Tempe adalah makanan yang terbuat dari kacang kedelai yang difermentasi dengan ragi sehingga jamur kapang atau nama ilmiah nya *Rhizopus oligisporus*, dapat tumbuh dan akhirnya membentuk tempe. Komponen nutrisi utama tempe adalah protein, yaitu zat yang menyediakan sumber energi pembentuk enzim, hormon, antibodi, dan struktur tubuh. (Lumowa & Nurani, 2014)

Siapa yang tidak kenal dengan jajanan bernama keripik tempe? Keripik tempe adalah salah satu makanan olahan yang terbuat dari tempe yang dipotong tipis kemudian diolah dengan cara digoreng dan diberi rasa. Hidangan keripik tempe ini memiliki rasa yang sangat enak dan gurih. Sangat mudah untuk mendapatkan olahan keripik tempe, karena keripik tempe sudah banyak dijual di supermarket atau di minimarket dan dijual dengan harga terjangkau. Banyaknya peminat olahan keripik tempe, tentunya memberikan peluang bisnis yang sangat

lokasi sentra oleh-oleh atau tempat penjual makanan ringan yang cukup jauh dan banyak warga kota karawang yang ingin ngemil dengan praktis tanpa harus keluar rumah. Dengan menginovasi rasa baru, penjualan yang praktis bisa dipesan *via online*, dan tentu nya dengan kemasan yang menarik. Berdasarkan latar belakang tersebut. Maka dari itu, penulis akan membuat sebuah perencanaan usaha yang berjudul **“PERENCANAAN BISNIS KERIPIK TEMPE JANDA PADA PRODUKSI INDUSTRI RUMAH TANGGA (PIRT) “MUGI ANUGERAH” DI KOTA KARAWANG”**

1.2 GAMBARAN UMUM BISNIS

Bisnis adalah suatu kegiatan individu yang tertata untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapat keuntungan dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan masyarakat. (Huhger & Arifin, 2009)

Usaha penjualan makanan ringan berbahan dasar tempe ini merupakan pemikiran hasil survey penulis dari usaha produksi industri rumah tangga atau yang disingkat dengan “PIRT”. Berawal dari usaha produksi Tempe dan Tahu yang didirikan oleh keluarga penulis sejak tahun 2000. Lalu penulis mempunyai ide bisnis dengan mengembangkan, dan memberikan edukasi pada masyarakat bahwa Tempe tersebut adalah makanan yang mempunyai nilai kandungan protein yang sangat tinggi dan baik untuk tubuh. Penulis juga ingin keripik tempe ini bisa dinikmati oleh semua kalangan. Di mulai dari Anak-anak sampai orang dewasa. Sasaran pasar utama dari bisnis ini adalah para pecinta camilan ringan. Seperti ibu-ibu rumah tangga atau pegawai pabrik yang ingin ngemil sehat serta mudah dibawa kemana-mana. Serta juga bisa dinikmati sebagai teman saat menyantap makanan

utama. Untuk saat ini, Keripik Tempe Janda mempunyai pesaing seperti UKM-UKM di kota karawang.

Gambar 1

Hasil Riset Kuisisioner



Sumber : Olahan Penulis (2022)

Berdasarkan hasil riset tersebut, penulis menganggap bahwa peluang untuk bisnis makanan ringan berbahan dasar tempe yang akan diolah menjadi Keripik Tempe di Kota Karawang. Sangat berpeluang tinggi bagi penulis untuk memulai suatu bisnis.

1.2.1 Deskripsi Bisnis

Berdasarkan riset penulis yang telah dilakukan pada permintaan masyarakat, menjadikan bisnis keripik ini menjadi pilihan baik untuk mengembangkan sebuah bisnis. Konsep bisnis Keripik Tempe ini, tentunya yang paling di tekankan adalah kualitas keripik tempe yang baik dan lezat, keripik tempe yang bebas kolesterol, rendah kalori serta tanpa bahan pengawet dan tentunya keripik tempe yang bersih dan higienis. Dengan mengedepankan kebersihan pada saat proses pembuatan hingga proses pengemasan, Adapun bahan baku yang digunakan sebagai bahan utama nya adalah Tempe yang berkualitas. Yang telah dibuat oleh keluarga penulis sendiri dan pasti terjamin kebersihan dan kualitas dari

Tempe tersebut. Mengacu pada permintaan makanan ringan yang enak dan sehat, serta bisa dipesan dengan mudah tanpa harus keluar rumah. Bisnis makanan ringan Keripik Tempe ini juga dapat dibeli langsung ke lokasi yang telah di promosikan melalui media sosial, serta juga bisa dibeli melalui jasa pesan antar dalam pembelian jumlah kecil maupun besar.

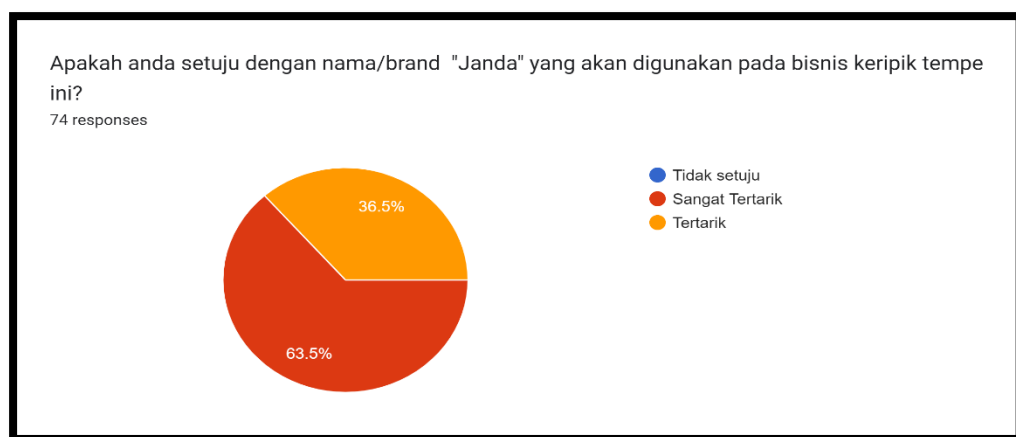
1.2.2 Deskripsi Logo Dan Nama

Menurut Sularko, DKK (2008) logo atau bisa disebut dengan *brand identify* adalah sebuah tanda dimana tidak secara langsung menjual, melainkan memberi suatu identitas pada suatu bisnis yang akan dijadikan sebagai alat pemasaran yang signifikan, dan nantinya logo juga dapat membantu membedakan suatu produk atau jasa lainnya atau pesaingnya. Sebuah usaha harus memiliki *brand* atau nama dari suatu produk yang akan dijual. *Brand* itu sendiri bukan hanya sebatas logo dan nama, namun hal itu menggambarkan identitas dari sebuah usaha itu sendiri yang bisa di ingat oleh konsumen. Maka dari itu *brand* merupakan suatu penghantar yang bisa membuat masyarakat teringat akan suatu produk. Oleh karena itu, pembuatan logo sangatlah penting, yang nantinya harus dilindungi oleh hak cipta yang menjadi bukti bahwa *brand* tersebut adalah milik kita. Maka dari itu penulis memilih nama untuk bisnis ini adalah Keripik Tempe Janda

Keripik Tempe Janda adalah nama yang menggambarkan sebuah bisnis makanan ringan yang dimiliki oleh seorang perempuan muda yang baru memulai bisnisnya. Alasan penulis memilih nama Keripik Tempe Janda karena memiliki nama yang singkat dan mudah diingat. Untuk Kata “JAN” sendiri merupakan singkatan dari kata jajanan, dan untuk kata “NDA” adalah nama panggilan dari penulis sejak kecil yang dikenal banyak warga sekitar tempat tinggal penulis

sehingga menjadi kebanggaan tersendiri memberi nama usaha dengan sisipan nama sendiri. Lalu untuk memvalidasi bahwa nama/brand “Janda” bisa diterima oleh masyarakat dan berpotensi sangat baik dalam penjualannya. Penulis sudah membuat kuisisioner yang telah diisi oleh masyarakat dan mendapatkan 73 Responden dengan hasil berikut :

Gambar 2
Validasi Nama/Brand



Sumber : Olahan Penulis (2022)

Dari hasil kuisisioner mengenai validasi nama/brand yang digunakan untuk bisnis keripik tempe ini memiliki hasil sebanyak 63% (47 Responden) sangat tertarik dalam penamaan bisnis keripik tempe ini dan sebanyak 36.5% (23 Responden) Tertarik juga dalam penamaan bisnis keripik tempe ini menjadi Binis Keripik Tempe Janda. Dalam artian semua responden yang mengisi kuisisioner tersebut. Setuju dan Tertarik menamakan “Janda” pada bisnis keripik tempe ini.

Berikut ini adalah *design* dan logo yang sudah dibuat untuk rencana bisnis Keripik Tempe Janda :

Gambar 3
Logo Keripik Tempe Janda



Sumber: *Design Penulis (2022)*

Berdasarkan logo yang telah dibuat, penulis memberikan warna merah pada latar belakang nya karena memiliki tanda keberanian dan kepercayaan diri serta kekuatan untuk memulai sebuah bisnis di usia yang muda. Kemudian untuk font berwarna putih dan merah muda yang digunakan untuk menarik konsumen dan font tersebut melambangkan keceriaan dan kegembiraan. Elemen tempe untuk membuat ciri khas bahwa produk yang dijual dalam logo tersebut benar adalah Keripik Tempe.

Logo tersebut selain menjadi identitas dari Keripik Tempe Janda ini, juga diharapkan bisa diingat dengan mudah oleh konsumen, karena logo juga digunakan untuk berkomunikasi secara visual dengan pelanggan tentang produk yang dijual. Maka dari itu Keripik Tempe Janda ini dibuat agar menjadi ciri khas yang nantinya dapat dikenali oleh masyarakat, sebaiknya logo dibuat se-asli mungkin agar tidak meniru hasil karya orang lain.

Tag line dari bisnis keripik tempe ini adalah “Keripik Tempe Krispi bikin *happy*” yang bermakna bahwa Ketika kita memakan Keripik Tempe Janda dengan

tekstur krispi, serta sesuai dengan ekspektasi masyarakat. Dari kualitas nya yang tetap terjaga membuat orang yang memakannya tidak kecewa dan merasa (Bahagia)

1.2.3 Identitas Bisnis

Identitas bisnis adalah suatu aspek yang perlu dipenuhi, karena hal ini digunakan sebagai pembeda dari perusahaan tersebut dengan perusahaan lain. Dengan identitas , maka konsumen akan mengetahui dimana lokasi itu berada. Perencanaan Bisnis Keripik Tempe Janda ini berlokasi di Jl. Pertamina, Kp. Jatikarya Ds. Karangligar Kec. Telukjambe Kota Karawang, Jawa Barat. Tempat ini berada di dekat pusat kota sehingga banyak berdekatan dengan konsumen yang sedang melakukan aktifitas seperti pegawai pabrik yang bosan dengan makanan di dalam pabrik tersebut dan ingin ngemil di waktu istirahatnya dengan membawa camilan. Sehingga Keripik Tempe Janda ini memiliki peluang yang cukup besar untuk konsumenn.

Gambar 4

Lokasi Usaha



Sumber : Google Maps 2022

Lokasi usaha yang akan dijadikan sebagai tempat pembuatan bisnis pertama penulis berada di rumah penulis sendiri yang terletak 100 M dari SMK Jayabeka 02 Karawang. Lokasi yang dipilih merupakan lokasi utama dalam pembuatan bahan baku untuk Keripik Tempe. Sehingga penulis bisa langsung membuat dan memasarkannya.

1.3 VISI DAN MISI

1.3.1 Visi

Menjadikan Keripik Tempe Janda yang mempunyai kualitas produk terjamin mutu dan kebersihannya serta mempunyai harga terjangkau untuk berbagai kalangan di Kota Karawang.

1.3.2 Misi

- Menginovasi bisnis keluarga yang sudah berdiri sejak tahun 2000 menjadi bisnis mandiri
- Mengembangkan produk makanan ringan berbahan dasar tempe yang bisa dikonsumsi setiap hari oleh semua kalangan tanpa harus memikirkan jumlah kalori yang dikonsumsi
- Membuat keripik tempe yang tidak biasa dan mengolahnya dengan berbagai rasa

1.4 ANALISIS SWOT

Berkaitan dengan rencana bisnis ini, penulis akan melakukan strategi yang dikenal sebagai analisis SWOT dengan tujuan mengevaluasi suatu kasus untuk mengidentifikasi solusi. Strength (Kekuatan) adalah analisis terhadap kekuatan suatu perusahaan atau produk; Weakness (Kelemahan) adalah kekurangan perusahaan yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain; Opportunities (Peluang) biasanya berisi ide bisnis awal untuk memulai suatu bisnis. Threats (Ancaman) analisis ini mencakup unsur-unsur ancaman terhadap bisnis yang sedang dijalankan dan dapat menentukan apakah bisnis ini dapat bertahan atau tidak.

1.4.1 *Strenght* (kekuatan)

Kekuatan internal [dari Keripik Tempe ini sendiri mempunyai kualitas bahan baku yang terjamin, karena sudah melewati proses pembuatan yang bersih dan mudah dijangkau. Karena untuk bahan bakunya sendiri, penulis mengambil modal dari keluarga penulis yang telah mempunyai nama usaha yaitu “Mugi Anugerah”. Produk tidak mudah kadaluwarsa, cocok untuk camilan sehari-hari, untuk santai ataupun pendamping nasi. Untuk lokasi utama penjualan Keripik Tempe ini adalah di rumah penulis yang berada di Kota Karawang, lalu penulis juga menjual Keripik Tempe melalui media Aplikasi Komunikasi seperti *WhatsApp* dan Media Sosial lainnya. Sehingga konsumen bisa mendatangi langsung rumah penulis ataupun memesan via online untuk bisa menikmati Keripik Tempe Janda dengan Aneka Rasa. Harga yang ditawarkan juga cukup terjangkau.

1.4.2 *Weakness* (kelemahan)

Kelemahan Keripik Tempe ini adalah, harga bahan baku yang sering naik, pembuatan bahan baku yang mempunyai proses cukup lama untuk bisa menjadi Tempe nya sendiri, yaitu memakan waktu 2 hari. Belum memiliki alat pemotong otomatis, dan belum ada bantuan pekerja yang mengoptimalkan produk ini.

1.4.3 *Opportunity* (peluang)

Menjadikan salah satu keripik tempe yang bisa menembus pasar supermarket, meningkatkan biaya produksi karena permintaan yang tinggi, menjadi keripik tempe terbaik di daerah penulis, menjadi salah satu keripik tempe terbaik di daerah penulis, dan berpotensi membuka lapangan pekerjaan bagi penduduk setempat.

menghasilkan keuntungan yang banyak. Sama seperti beberapa bisnis produk makanan yang lain. Diperlukan proses kesiapan yang matang sebelum mencoba bisnis makanan ringan berbahan dasar Tempe ini.

Produk yang di jual oleh Keripik Tempe Janda ini terdapat 3 rasa yang dijual yaitu : Asin Gurih Original, Daun Jeruk, Asin Pedas Daun Jeruk.

Tabel 1
Spesifikasi Produk Keripik Tempe Janda

Jenis Makanan	Nama Makanan	Komposisi	Gramasi / Pax	Pengemasan
Keripik	Keripik Tempe	Kacang Kedelai, Ragi, Tepung Tapioca, Garam, Kaldu Bubuk, Bawang Putih	200 gr	Kemasan Plastik dan Kemasan Kertas atau <i>Standing Pouch</i>
Bumbu	Asin Gurih Original	Garam, Penyedap Rasa, Kaldu Bubuk	30 gr	Dicampur Dengan Keripik Tempe Lalu Dimasukkan Kedalam Kemasan
	Daun Jeruk	Garam, Penyedap Rasa, Potongan Daun Jeruk, Ekstrak Daun Jeruk	30 gr	Dicampur, Dan Dimasukkan Kedalam Kemasan
	Asin Pedas Daun Jeruk	Garam, Penyedap Rasa, Bubuk Cabai, Potongan Daun Jeruk Dan Ekstrak Daun Jeruk	30 gr	

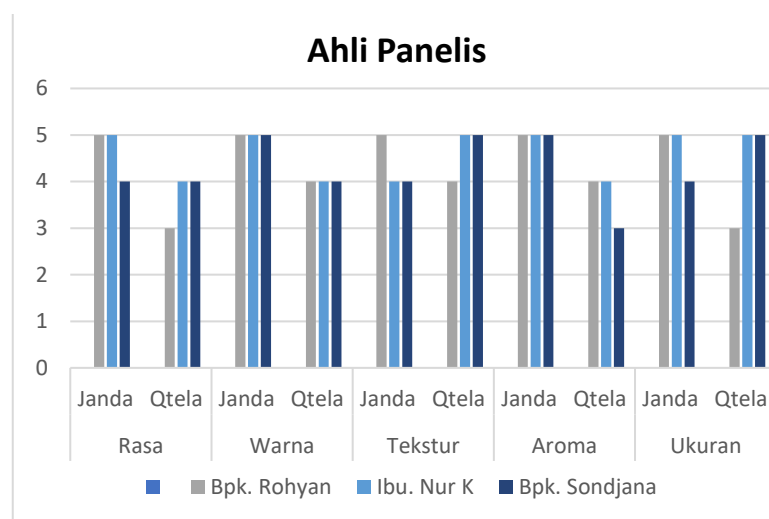
Sumber: Olahan Penulis (2022)

Pada kesempatan kali ini juga, penulis telah melakukan uji organoleptik untuk mengetahui apakah produk Keripik Tempe Janda dapat diterima oleh masyarakat atau tidak. Uji organoleptik yang dilakukan pada produk Keripik Tempe Janda dibagi menjadi dua tahap, yaitu :

1. Uji organoleptik oleh Ahli

Adalah panel yang memiliki kepekaan cukup baik, serta bisa menilai beberapa makanan yang hasilnya tidak terlalu spesifik.

Tabel 2
Ahli Panelis

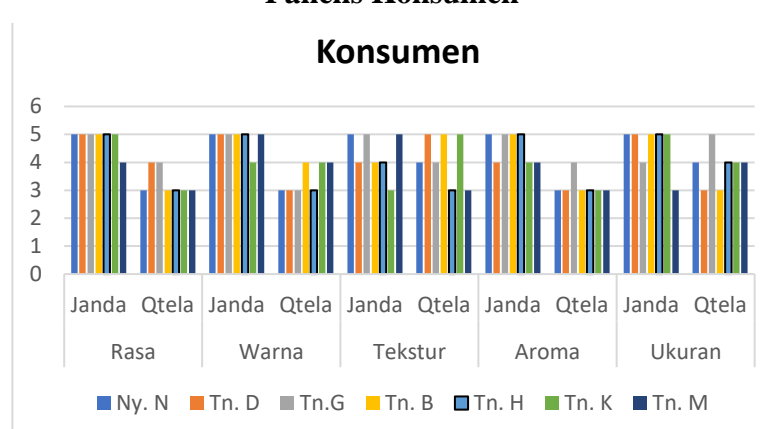


Sumber : Olahan Penulis (2022)

2. Uji Organoleptik oleh Konsumen

Dilakukan oleh orang awam yang dipilih dari berbagai jenis suku dan bangsa, tingkat social dan Pendidikannya. Panelis kosumen hanya boleh menilai seperti kesukaan terhadap produk yang di uji.

Tabel 3
Panelis Konsumen



Sumber : Olahan Penulis (2022)

Tabel 4

Resep Keripik Tempe

No.	Nama Bahan	Jumlah
1	Tempe	500 gr
2	Tepung Tapioka	500 gr
3	Minyak goreng	1 lt
4	Garam	10 gr
5	Bawang putih	20 gr
6	Ketumbar	10 gr
7	Penyedap rasa	10 gr

Sumber : Olahan Penulis (2022)

1.6 JENIS ATAU BADAN USAHA

Dalam perencanaan usaha, kita harus mengetahui jenis usaha yang sedang dikembangkan dan akan dijalani. Berdasarkan beberapa contoh bentuk badan usaha yang ada, maka Keripik Tempe Janda dibuat dengan bentuk perusahaan perorangan (UMKM). Berikut beberapa karakteristik dari perusahaan perorangan adalah :

1. bisnis nya tidak memiliki badan hukum yang sesuai
2. tanggung jawab tidak ada batas
3. bisnis tidak menanggung pajak penghasilan
4. pemilik hanya menanggung pajak penghasilan
5. skala operasi yang terbatas karena terbatasnya modal dan sasaran pasar yang terbatas

Adapun organisasi di dalam bisnis “Keripik Tempe Janda”, antara lain

adalah sebagai berikut :

1. Pemilik

- a. Sebagai Pencetus ide pertama bisnis “Keripik Tempe Janda”, pemilik memiliki jabatan tertinggi dalam usaha, juga menanggung jawabi operasional dari usaha Keripik Tempe Janda.
- b. Merencanakan Visi dan Misi
- c. Menanggung jawabi serta menggaji karyawan
- d. Menentukan kualitas produk yang akan dijual

2. Pemasaran

- a. Memasarkan produk “Keripik Tempe Janda” kepada masyarakat
- b. Mengaswasi penjualan produk

3. Produksi

- a. Bertanggung jawab atas proses pembuatan produk
- b. Mengelola bahan baku produk,, mulai dari pengadaan bahan mentah, proses produksi sampai produk siap dipasarkan
- c. Mencatat laporan hasil produksi

4. Keuangan

- a. Mengelola dana dan asset yang dimiliki usaha “Keripik Tempe Janda”
- b. Membuat anggaran biaya produksi, distribusi dan pemasaran
- c. Membuat laporan keuangan.

1.7 ASPEK LEGALITAS

Legalitas merupakan identitas yang mengesahkan atau melegalkan suatu badan usaha sehingga diakui oleh masyarakat, maka legalitas suatu perusahaan dalam kegiatan usaha menjadi sangat penting.. Berikut ini adalah bentuk legalitas

suatu bisnis usaha yang di legalkan :

1. Nama Tempat Usaha
2. *Brand* usaha
3. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)