

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semua bisnis bergantung pada tingkat produk dan layanan yang disediakan oleh orang lain untuk mendukung kemampuan mereka dalam melayani pelanggan mereka. Harga *supplier* akan berpengaruh pada biaya *manufacturing* produk. Pemasok biasanya membantu proses manufaktur membentuk kualitas berdasarkan kualitas produk akhir yang dijual perusahaan kepada konsumen. Menurut Fred R. David (2011) *supplier* atau biasa yang disebut pemasok adalah pihak yang berkepentingan dengan produsen atau menyuplai produk barang atau jasa kepada bisnis lain. *Supplier* memiliki banyak peranan dalam bisnis, salah satu contohnya adalah sebagai penyedia barang dalam sebuah usaha. Jenis barang yang disediakan oleh *supplier* bisa barang bahan mentah maupun barang yang sudah jadi untuk perusahaan manufaktur atau perusahaan retail.

Supplier ada beberapa jenis seperti, *supplier* bahan material fabrikasi, *supplier* bahan material non-fabrikasi, *supplier* produk jasa, dan *supplier* produk barang. *Supplier* akan menyalurkan barang ke agen dan distributor. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 agen adalah distributor yang bertindak sebagai perantara atas nama pihak yang menunjuknya berdasarkan perjanjian untuk melakukan kegiatan pemasaran produk tanpa memiliki dan menguasai barang yang dipasarkan.

Menurut Hall (2001) distribusi atau distributor merupakan perantara yang menjual produk dari produsen ke konsumen. Bisnis ini akan dilakukan dengan cara menyalurkan barang kepada agen, distributor, dan langsung kepada konsumen. Penulis memilih untuk merencanakan bisnis *supplier* daging sapi, dan biasanya *supplier* daging sapi disebut dengan *butcher*.

Menurut Yanto Budidarma (2019) *butcher* adalah bagian dari dapur tugasnya menangani pemotongan atau menyiapkan semua daging, baik ikan, udang, unggas seperti ayam dan bebek, dan daging kambing, sapi kambing kemudian dipotong-potong berdasarkan standar yang berlaku dan diinginkan. Misalnya pemotongan irisan tipis daging sapi untuk *yakiniku*, *yoshinoya* dan potongan untuk daging *steak* seperti *sirloin*, *ribeye*, dan *tenderloin*, daging ayam dengan potongan 8 untuk ayam goreng tepung, irisan potongan berbentuk dadu daging kambing untuk sate kambing, daging giling untuk membuat *patty burger*.

Menurut Sukirno (2010) bisnis adalah suatu usaha yang dilakukan oleh seorang individu atau kelompok yang menyediakan jasa atau produk kepada konsumen dengan tujuan mencari keuntungan atau profit. Hal ini juga untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Dapat dikatakan bahwa masyarakat Indonesia sangat menyukai daging, dan tidak hanya daging ayam tetapi juga daging kambing, daging kelinci, daging kerbau, dan yang paling banyak daging sapi. Oleh karena itu kebutuhan akan daging sapi ini selalu besar bahkan pemerintah atau importir harus melakukan impor daging sapi dari berbagai negara. Melihat hal tersebut

dapat disimpulkan bahwa menekuni bisnis daging sapi ini akan sangat berpotensi.

TABEL 1
NERACA DAGING SAPI DI INDONESIA

| Indikator | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|----------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Populasi (ribu orang) | 269,603 | 272,249 | 274,859 | 277,432 | 279,965 |
| Konsumsi (kg/kapita/tahun) | 2.31 | 2.52 | 2.5 | 2.49 | 2.48 |
| Kebutuhan (ton) | 623,642 | 685,855 | 686,911 | 690,174 | 696,444 |
| Produksi (ton) | 422,533 | 425,822 | 425,832 | 428,506 | 426,083 |
| Neraca (ton) | -201,109 | -260,033 | -261,079 | -261,669 | -268,361 |

Sumber: Kementan, 2021

Pada tabel 1 dapat disimpulkan bahwa hal ini memberikan peluang besar bagi para pebisnis yang ingin terjun di bidang *supplier* daging sapi dikarenakan produksi daging sapi di Indonesia masih kurang untuk memenuhi kebutuhan daging sapi untuk masyarakat. Dengan hal itu importir dan *supplier* harus ikut bekerjasama untuk memenuhi kebutuhan daging sapi.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) pemasaran adalah proses sosial dan bisnis oleh individu dan kelompok memperoleh yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan produk. Oleh karena itu, sebelum memulai suatu bisnis harus mempunyai strategi dan target pasar terlebih dahulu. Maka dari itu penulis melakukan beberapa survei dengan membagikan kuesioner kepada warga Kota Serang untuk mengetahui seberapa banyak yang mengkonsumsi daging sapi seperti *steak*, *beef slice*, *saikoro* dan daging giling. Berikut adalah hasil data kuesioner peminat daging sapi yang

dibagikan oleh penulis kepada warga di Kota Serang dan hasil yang didapatkan oleh penulis dari responden sementara ini berjumlah 46 orang, yaitu sebagai berikut:

TABEL 2
PEMINAT KONSUMSI DAGING SAPI DI KOTA SERANG

n = 46

| No. | Daftar Pernyataan | Hasil dan Keterangan |
|------------|---|--|
| 1 | Usia | 17-19 tahun = 4,3% 20-24 tahun = 91,3% 25-29 tahun = 4,3% 30-34 tahun = 0% |
| 2 | Domisili saat ini | Kota Serang = 93,5% Kota Cilegon = 2,2% Kota Depok = 2,2% Bandar Lampung = 2,2% |
| 3 | Pernah memakan daging sapi seperti <i>steak</i> , <i>beef slice yakiniku</i> , iga atau rendang | Pernah = 100% Tidak pernah = 0% |
| 4 | Anda makan daging sapi seperti <i>steak</i> , <i>beef slice yakiniku</i> , iga atau rendang | 1x/ = 10,9% 2x/bulan = 2,2% 4x/bulan = 76,1% 6x/bulan = 6,5% 2-4x/bulan = 2,2% Tidak diketahui/bulan = 2,2% |
| 5 | Lebih suka makan daging sapi seperti <i>steak</i> , <i>beef slice yakiniku</i> , iga atau rendang dimana | Di restoran = 73,9% Di rumah masak sendiri = 26,1% |
| 6 | Di keluarga Anda ada yang menyukai daging sapi seperti <i>steak</i> , <i>beef slice yakiniku</i> , iga atau rendang | Ya, ada = 100% Tidak ada = 0% |
| 7 | Teman-teman Anda ada yang menyukai daging sapi seperti <i>steak</i> , <i>beef slice yakiniku</i> , iga atau rendang | Ya, ada = 100% Tidak ada = 0% |

Sumber: Olahan Kuesioner, 2022

Dengan melihat data di atas yang diperoleh dari hasil kuesioner yang penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa warga Kota Serang banyak yang meminati daging sapi mulai dari usia 20 tahun hingga 24 tahun dan orang-

orang di lingkungan sekitarnya juga meminati daging sapi dengan cara makan di restoran maupun masak sendiri di rumah.

Selanjutnya, berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh penulis bahwa di Kota Serang ini sudah banyak toko *reseller* yang menjual daging sapi impor seperti *beef slice*, *beef steak*, dan daging olahan. Tetapi toko *reseller* tersebut mendapatkan produk dari *supplier* di luar Kota Serang karena di Kota Serang masih terbilang sedikit adanya *supplier* daging sapi impor. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap biaya yang dikeluarkan oleh toko *reseller* tersebut. Kemudian, restoran atau *coffee shop* di Kota Serang yang menjual produk makanan berbahan baku daging sapi tetapi bahan baku tersebut didapatkan dengan kualitas yang kurang baik yaitu daging yang terlalu tebal akan membuat tekstur yang keras. Lalu, harga yang didapatkan tidak sebanding dengan produk yang didapatkan.

Penulis memilih untuk merencanakan menjadi pebisnis *supplier* daging sapi impor di Kota Serang dan sekitarnya karena berdasarkan observasi pasar dan sebagai *reseller* daging sapi impor di Kota Serang bahwa ada peluang yang baik di masa yang akan datang dan bisnis ini akan menjadi komoditas masyarakat di Kota Serang, dan berdasarkan hasil kuesioner dan pengamatan yang penulis lakukan akan memutuskan untuk membuat sebuah bisnis dengan bertujuan untuk menyediakan kebutuhan daging sapi terutama di Kota Serang, menciptakan lapangan pekerjaan, mencari laba dan sebagai syarat kelulusan dalam penulisan tugas akhir dengan judul **“Perencanaan Bisnis *Supplier* Daging Sapi Impor di Kota Serang”**.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Pro Meat merupakan sebuah bisnis yang direncanakan oleh penulis bergerak di bidang jasa *butcher*, yaitu jasa pemotongan daging. *Pro Meat* adalah suatu bisnis yang direncanakan oleh penulis dengan memberikan jasa pemotongan daging terutama daging sapi. Bisnis *Pro Meat* ini merupakan *supplier* yang hanya memotong daging sapi utuh atau gelondong dari importir kemudian diporsi dan dikemas. Dengan didirikannya bisnis ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan produsen, restoran, hotel atau perusahaan manufaktur dan konsumen di daerah Kota Serang dan sekitarnya. *Pro Meat* ini merupakan bisnis yang direncanakan oleh penulis yang memiliki konsep tidak hanya menjadi *supplier* tetapi sekaligus menjadi penjual, bukan hanya distributor atau *reseller* saja yang bisa membeli produk namun, konsumen biasa pun bisa membeli produk di bisnis yang direncanakan oleh penulis ini yaitu *Pro Meat*. Dalam kehidupan pada era ini banyak masyarakat yang menyukai makanan asing yaitu seperti daging *steak*, dan daging *slice* atau *shortplate*. Mereka sudah bisa menikmati daging *steak* tersebut dengan cara pergi ke restoran yang menjual daging *steak*. Adapun masyarakat yang lebih menikmati *steak* dengan dimasak oleh sendiri, maka dari itu penulis menyediakan beberapa macam daging sapi impor yang berkualitas seperti *yoshinoya beef slice* dan *beef shortplate*. Adapun berdasarkan jenis potongannya seperti *shortplate*, *sirloin*, *tenderloin*, *striploin*, *ribeye*, *saikoro*, dan daging giling.

2. Deskripsi Logo dan Nama

GAMBAR 1

LOGO PRO MEAT



Sumber: Desain Penulis, 2022

Setiap bisnis dapat dipastikan memiliki nama atau merek dagang mereka sendiri dan biasanya dilengkapi dengan logo yang menggambarkan bisnis mereka yang sudah dibuat. Hal ini sangat penting karena akan menjadi sebuah identitas dari sebuah bisnis yang akan didirikan. Bisnis yang akan dijalankan oleh penulis yang diberi nama *Pro Meat* ini akan menjadi sebuah simbol bagi bisnis. Dari logo yang terdapat pada gambar 1, memiliki desain logo yang sederhana dan mudah diingat bagi setiap orang. Setiap logo pasti mempunyai makna tersendiri. Penulis menggunakan kata “*Pro Meat*” dikarenakan agar mudah diingat bagi para produsen dan konsumen, arti dari kata “*Pro*” yaitu ahli dan kata “*Meat*” yaitu daging, maka kata “*Pro Meat*” bila digabungkan dua kata tersebut mempunyai arti yaitu ahli daging. Alasan penulis menamai dengan kata ahli daging karena bisnis yang didirikan sudah ahli di bidang motong-memotong daging terutama daging sapi.

Penulis menggunakan warna merah pada logo dikarenakan warna merah memiliki arti yaitu kepercayaan diri, cinta dan menarik. Kepercayaan

diri penulis untuk menjalankan bisnis yang telah direncanakan, cinta produsen dan konsumen terhadap produk yang dibelinya, dan menarik produsen dan konsumen untuk membeli produk yang dijual pada bisnis *supplier* ini. Warna merah pada logo merupakan warna asli dari produk bisnis *supplier* ini sendiri yaitu daging sapi.

Penulis mencantumkan dua gambar pada logo yaitu daging sapi dan api, arti dari gambar daging sapi tersebut yaitu sebagai produk *supplier* yang akan dijual kepada produsen dan konsumen, *supplier* ini akan menyediakan beberapa macam bagian daging sapi dan jenis potongannya seperti *steak* dan *shortplate* yang biasanya diolah atau dimasak dengan cara dibakar menggunakan api atau dimasak dengan menggunakan panci.

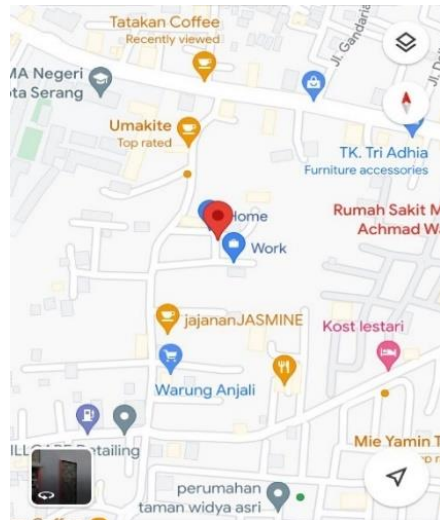
3. Identitas Bisnis

Pengertian bisnis menurut Griffin dan Ebert (2007) adalah kegiatan yang menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkan konsumen. Sebelum memulai suatu bisnis kita perlu menentukan terlebih dahulu produk apa yang akan dijual kepada konsumen dan harus sesuai dengan target pasar yang telah ditentukan, pada bisnis ini kita menargetkan konsumen mulai dari kelas menengah ke bawah. Penulis akan menjalankan bisnis ini dengan identitas pribadi yang berupa kontak dan lokasi usaha.

Di bawah ini merupakan peta lokasi usaha dari *Pro Meat* yang berada di daerah Kota Serang sebagai berikut:

GAMBAR 2

LOKASI PENJUALAN



Sumber: Google Maps, 2022

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat pada gambar 2 yang akan dijadikan lokasi usaha oleh penulis merupakan lokasi yang mudah dilalui oleh masyarakat dan tidak jauh dari jalan utama yang berlokasi di daerah Kota Serang, untuk detailnya berada di Komplek Kamalaka Gg 1 No.8 RT.03/RW.05 Kelurahan Panggung Jati Kecamatan Taktakan Serang, Banten kode pos: 42162. Bisnis ini dilakukan di rumah penulis dan dijalankan secara *offline* dan *online* konsumen bisa langsung membeli ke lokasi usaha dan bisa melalui media social seperti: *Whatsapp*, *Instagram*, dan melalui *e-commerce* seperti Tokopedia dan Gojek

GAMBAR 3

LOKASI BANGUNAN PENJUALAN



Sumber: Google Maps, 2022

Pada gambar 3 dapat dilihat dari lokasi *supplier* penulis yang akan menjadi bangunan penjualan di rumah penulis. Penulis ini mengambil tempat tersebut dikarenakan mempunyai lahan yang sebelumnya lahan untuk tanaman dan dijadikan untuk lokasi *supplier* dengan luas tanah 90m² dengan panjang 10m dan lebar 9m. Akses jalan mobil yang cukup luas yang akan nantinya memasukkan bahan dan kebutuhan yang dibutuhkan oleh *supplier*. Hal tersebut bisa untuk menghemat biaya untuk menyewa ruko atau membeli lahan untuk dijadikan bangunan *supplier*.

C. Visi dan Misi

Setiap suatu bisnis pasti mempunyai tujuannya masing-masing yang dicapai oleh mereka agar mereka semangat dan menjadikan bisnis mereka ke depannya lebih baik dan sukses di masa yang akan datang.

1. Visi

Menjadi *supplier* daging sapi impor berkualitas yang terpercaya dan dikenal oleh seluruh masyarakat luas.

2. Misi

- a. Menjalin hubungan yang erat dengan pelanggan dan saling menguntungkan.
- b. Menyediakan daging sapi impor yang melebihi standar kualitas.
- c. Menjaga kepercayaan dan memuaskan pelanggan dari segi kualitas, kuantitas barang, dan pelayanan yang dibutuhkan.

D. SWOT Analysis

Menurut Galavan (2014) analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*) adalah analisis untuk mendapatkan strategi efektif yang harus diterapkan sesuai dengan pasar dan keadaan publik saat itu, kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang didapatkan melalui analisis dalam suatu perusahaan dan peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dipakai untuk mengetahui eksternal. Berdasarkan definisi di atas kita dapat menyimpulkan, analisis SWOT merupakan untuk mengetahui kondisi dan cara mengevaluasi masalah bisnis.

1. *Strength* (kekuatan)

Kekuatan atau kelebihan dari usaha ini yaitu:

- a. Produk daging sapi berkualitas yang tinggi melebihi standar.
- b. Dapat menentukan keuntungan target yang dicapai.

- c. Dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas serta citra produk.
- d. Menggunakan peralatan modern.
- e. Lokasi yang strategis mudah dijangkau oleh semua orang.

2. *Weakness* (kelemahan)

Kelemahan dari usaha ini yaitu:

- a. Membutuhkan modal yang cukup besar di awal.
- b. Sumber daya manusia terbatas.
- c. Manajemen bisnis masih sederhana.

3. *Opportunity* (peluang)

Peluang dari usaha ini yaitu:

- a. Memiliki peluang bekerjasama dengan restoran, hotel, dan supermarket.
- b. Menjadi komoditas masyarakat.
- c. Digemari semua kalangan masyarakat lokal.
- d. Dengan adanya teknologi memudahkan pemasaran.

4. *Threats* (ancaman)

Ancaman dari usaha ini yaitu:

- a. Kenaikan harga bahan baku.
- b. Tidak mudah mendapatkan *importir*.
- c. Persaingan dengan usaha sejenis.

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Saat membuka sebuah bisnis menentukan produk merupakan hal yang sangat penting, karena produklah yang akan dijual kepada konsumen, produk yang akan dijual atau ditawarkan dari bisnis *Pro Meat* kepada konsumen berbagai macam daging sapi dan jenis potongannya yaitu sebagai berikut:

TABEL 3

MENU DAGING SAPI *PRO MEAT*

| No | Nama | Jenis | Berat |
|-----------|--------------------------------|-------------------|--------------|
| 1 | <i>Yoshinoya Beef USA</i> | <i>Beef Slice</i> | 500 gr |
| 2 | <i>Shortplate Aussie</i> | <i>Beef Slice</i> | 500 gr |
| 3 | <i>Sukiyaki Low Fat</i> | <i>Beef Slice</i> | 500 gr |
| 4 | <i>Tenderloin Meltique</i> | <i>Steak</i> | 200 gr |
| 5 | <i>Ribeye Meltique</i> | <i>Steak</i> | 200 gr |
| 6 | <i>Saikoro Meltique</i> | <i>Steak</i> | 200 gr |
| 7 | <i>Striploin Hide Meltique</i> | <i>Steak</i> | 200 gr |
| 8 | Iga Konro Sapi | Daging Olahan | 1 kg |
| 9 | Daging Giling Special | Daging Olahan | 1 kg |

Sumber: Olahan Penulis, 2022

Beberapa produk yang akan ditawarkan kepada konsumen adalah daging sapi impor dari US atau Amerika dan Australia. *Pro Meat* ini memiliki keunggulan dalam produknya karena memiliki kualitas yang baik dan melebihi standar. Produk akan dijual dengan berbagai macam potongan dan kegunaannya. Produk akan menggunakan kemasan plastik yang divakum dan menggunakan wadah *styrofoam* kemudian dibungkus menggunakan plastik bungkus makanan dan produk akan ditawarkan

kepada konsumen dengan konsep *package* atau dengan minimal pembelian akan mendapatkan potongan harga untuk meningkatkan penjualan. Untuk aspek jasa *Pro Meat* memberikan pelayanan yang cepat dan tepat terhadap konsumen dan memberikan jasa pelayanan dengan kualitas terbaik pada saat berkomunikasi. Produk di atas mempunyai berbagai macam potongan dan kegunaannya, yaitu sebagai berikut:

1. Jenis *beef slice* yaitu daging sapi yang diiris tipis-tipis dengan ukuran ketebalan 1-2mm dengan panjang 10cm yang biasanya diolah dengan cara dibakar atau dimasak di atas *pan* dengan rasa sesuai keinginan.
2. Jenis daging *steak* yaitu daging sapi yang dipotong dengan ukuran ketebalan 2-5cm diolah dengan cara dibakar atau dimasak di atas *pan* dengan rasa sesuai keinginan.
3. Jenis daging olahan yaitu daging sapi yang dipotong untuk diolah untuk makanan tertentu seperti daging iga konro sapi untuk masakan sup atau dibakar, dan daging giling untuk daging *patty burger*.

F. Jenis/Badan Usaha

Dalam suatu usaha atau bisnis perlu diketahui jenis atau badan usaha apa yang dijalankan. Jenis badan usaha yang dipilih penulis untuk mendirikan sebuah bisnis *Pro Meat* adalah perusahaan perseorangan. Menurut Keni Andewi (2019) perusahaan perseorangan adalah badan usaha yang didirikan oleh satu orang.

Perusahaan perseorangan hanya dimiliki oleh satu orang dan pemilik bertanggung jawab penuh atas risiko dan bisnis. Dalam kepemilikan perseorangan, properti pemilik menjadi penjamin perusahaan.

Penulis akan memilih badan usaha yang bersifat perseorangan dikarenakan bisnis ini memiliki keuntungan yang cukup banyak tetapi pasti ada risikonya. Beberapa keuntungan jika menggunakan jenis badan usaha perusahaan perseorangan ini, yaitu sebagai berikut:

1. Seluruh laba menjadi milik sendiri (*owner*) dan kepuasan pribadi dalam menjalankan usaha.
2. Pemilik bisa menjadi bagian dari manajemen.
3. Pengawasan mudah diawasi oleh pemilik langsung.
4. Proses pembentukan usaha yang sangat cepat.
5. Karena sifatnya rahasia, tidak perlu menyiapkan laporan keuangan atau informasi tentang keuangan perusahaan untuk memudahkan proses pengawasan.

G. Aspek Legalitas

Penulis menyadari pentingnya sebuah aspek legalitas dalam menjalankan suatu bisnis sebagai tanda dan berdirinya sebuah bisnis. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), legalitas adalah perihal keabsahan suatu hal, yang artinya sebuah bisnis atau usaha yang diakui oleh keberadaannya. Penulis akan memenuhi syarat-syarat agar bisnis ini dapat berjalan dengan lancar secara legal dan diakui keberadaannya oleh

pemerintah dan dokumen legalitas yang harus dimiliki sebelum membuka usaha baru, yaitu sebagai berikut:

1. Akta Pendirian Usaha
2. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
3. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
4. Surat Izin Tanda Usaha (SITU)
5. Merek Dagang

Demikianlah adalah beberapa dokumen yang perlu dimiliki untuk legalitas perusahaan yang baru mulai untuk menyatakan keberadaan usaha yang akan direncanakan oleh penulis.