

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gambaran Umum Bisnis

- **Deskripsi Bisnis**

Perkembangan teknologi saat ini sangat mendukung pertumbuhan bisnis di seluruh dunia. Dengan adanya perkembangan teknologi sangat mempengaruhi inflasi bisnis. Salah satu akibat adanya inflasi yaitu tumbuhnya pengembangan usaha. Pengembangan usaha adalah proses meningkatkan dan memperluas usaha untuk pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang. Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas, Menurut Anoraga (2007:66). Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar. *Home Industri* atau Industri Rumah Tangga merupakan usaha yang dijalankan dirumah maupun tempat tinggal, dimana para pengusaha biasanya menggunakan tenaga kerja sekitar ataupun lingkungan sekitar untuk kegiatan produksi atau penyediaan barang dan jasa dengan skala kecil.

Home Industri atau Industri Rumah Tangga termasuk ke dalam UMKM karena memiliki klasifikasi yang sama yaitu: badan usahanya perseorangan, dan jenis usahanya memiliki ruang lingkup Usaha Kecil, Menengah dan Mikro.

Di Indonesia khususnya di Pulau Jawa, *Home Industri* ini sudah banyak bergerak dibidang sandang, pangan dan papan. Namun beberapa dari usaha

tersebut, pengusaha tersebut banyak menjual salah satu produk mereka pada bidang pangan seperti: bahan atau bumbu penyedap (*condiment*), rempah-rempahan, dan makanan tradisi daerah. Bentuk spesifikasi produksi dari bahan penyedap yaitu: bawang goreng, kerupuk, kecap manis, sambal, daun bawang, seledri, dll. Salah satu bentuk dari produksi bahan penyedap yaitu, bawang goreng yang merupakan suatu produk dengan berbentuk sebuah bumbu penyedap yang berasal dari bawang merah iris yang digoreng hingga warna keemasan dan memiliki tekstur yang renyah. Selain sebagai bahan penyedap, bawang goreng juga bisa digunakan sebagai bahan tabur (*garnish*). Salah satu home industri bawang goreng yang sudah bergerak usaha bahan penyedap ini berada di Kabupaten Brebes, yaitu Bawang Goreng Wanatawang, usaha ini sudah bergerak sejak dari tahun 2015.

Kabupaten Brebes merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Tengah. Luas wilayah dari Kabupaten Brebes ini yaitu 1.769,62 km², berdasarkan sensus penduduk Indonesia tahun 2020 jumlah penduduknya berjumlah 1.978.759 jiwa. Kabupaten Brebes dengan terkenal dengan kekayaan bawang merah yang menjadi salah satu oleh-oleh ikonik bagi Kabupaten Brebes. Selain, bawang merah juga ada bawang goreng dan telur asin yang menjadi oleh-oleh paling dicari oleh wisatawan lokal maupun internasional.

Bawang goreng ini memiliki peminat mulai dari umur 6 bulan – 70 tahun keatas. Bawang goreng ini dapat ditemukan mulai dari Pasar Tradisional, Toko Oleh – Oleh, *Marketplace* dan *Social Commerce*. Peminat dari bawang goreng ini pun bervariasi mulai dari ibu rumah tangga, wisatawan lokal, dan pabrik bumbu.

Social Commerce merupakan sebuah aktivitas penjualan produk dan jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial. *Social Commerce* mendeskripsikan sebagai aktifitas jual beli online yang difasilitasi oleh media sosial dalam prosesnya, Menurut Curty dan Zhang (2011). *Marketplace* merupakan sebuah *platform* yang digunakan sebagai penjual dan pembeli berinteraksi langsung dalam penjualan produk, dan dalam bentuk *website* ataupun aplikasi yang memfasilitasi aktivitas tersebut. *Marketplace* merupakan tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antar pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar Menurut Opiida (2014). *Marketplace* ini termasuk kedalam *platform* atau salah ssatu model bisnis model dari *E – Commerce*, yang merupakan kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan menggunakan sarana media elektronik (*Internet*). *E - Commerce* dapat didefinisikan sebagai penggunaan internet, web, aplikasi seluler dan browser yang berjalan pada perangkat seluler untuk bertransaksi bisnis dan melibatkan pihak eksternal perusahaan seperti pemasok dan konsumen, Menurut Laudon dan Traver (2016).

Dalam menjalankan operasional sebuah perusahaan tentu saja kebijakan produksi menjadi bagian hal terpenting yang harus dilakukan oleh pengusaha untuk mencapai tujuan dari suatu usaha. Hal ini dapat dilihat dari penentuan jumlah produksi, pemanfaatan sumber daya dan cara mengatasi permintaan. Kapasitas produksi merupakan suatu bagian penting dari jumlah produksi atau volume penjualan dalam sebuah usaha, yang dihasilkan dari fasilitas produksi perusahaan tersebut. Karena *home industri* berbentuk perseorangan dan berskala kecil maka dari itu hal tersebut dapat berpengaruh besar terhadap permintaan dari konsumen.

Karena dikhawatirkan tidak mampu untuk memenuhi permintaan dalam jumlah besar disebabkan kurangnya tenaga kerja.

Dibawah ini merupakan tabel usaha Bawang Goreng Wanatawang dalam menentukan jumlah produksi yang dihitung berdasarkan rata-rata permintaan tamu dari berbagai pangsa pasar dalam kurun waktu 4 tahun terakhir. Dan berdasarkan data yang diperoleh penulis, bahwa Bawang Goreng Wanatawang sudah memiliki beberapa kategori pasar produk seperti, Pedagang Eceran, Pabrik Bumbu, Pusat Oleh-Oleh, *Social Commerce*, dan *Marketplace*. Data jumlah produksi yang diperoleh sebagai berikut :

Tabel 1. 1

Data Jumlah Produksi Tahunan Bawang Goreng Wanatawang

Pasar dari Bawang Goreng Wanatawang	Jumlah Produksi 2019	Jumlah Produksi 2020	Jumlah Produksi 2021	Jumlah Produksi 2022
Pedagang Eceran	2.400 bal	800 bal	1.200 bal	2.340 bal
Pabrik Bumbu	600 bal	120 bal	180 bal	180 bal
Pusat Oleh-Oleh	276 bal	50 bal	100 bal	276 bal
<i>Social Commerce</i> dan <i>Marketplace</i>	240 bal	10 bal	120 bal	240 bal
Total	3.516 Bal	980 bal	1.600 bal	2.816 bal

Sumber : Data Bisnis Penjualan Bawang Goreng Wanatawang, Olahan Penulis 2023

Produksi Bawang Goreng Wanatawang mengalami penurunan jumlah produksi pada tahun 2020. Namun secara keseluruhan, setelah mengalami penurunan jumlah produksi, pada tahun tahun 2021 jumlah produksi seiring

berjalan waktu meningkat secara bertahap dibanding tahun 2019 yang memiliki ketajaman tingkat jumlah produksi. Adanya penurunan jumlah produksi pada tahun 2020 disebabkan adanya bencana COVID-19 yang menyebabkan seluruh aktivitas usaha mengalami kelumpuhan. Namun usaha Bawang Goreng Wanatawang ini mampu bertahan, disaat adanya kelumpuhan aktivitas usaha ditahun 2020 meskipun dengan tingkat jumlah produksi hanya 980 bal, secara rata-rata hitungan jumlah produksi pertahun.

Dari jumlah data produksi diatas, Bawang Goreng Wanatawang memiliki pendapatan bersih perbulan Rp. 15.000.000,-. diluar dari nilai asset yang dimiliki oleh usaha tersebut. Berdasarkan UU No. 8 Tahun 2020 menyatakan bahwa, usaha Bawang Goreng Wanatawang dapat diklasifikasikan ke dalam Usaha Mikro.

Berdasarkan hasil analisa observasi yang dilakukan oleh penulis terhadap pesaing dari Bawang Goreng Wanatawang yang sejenis, menyatakan bahwa usaha tersebut mampu bersaing secara produk, kualitas, dan rasa. Karena Bawang Goreng Wanatawang memiliki khas dari bawang goreng tersebut seperti: wangi, renyah, berwarna keemasan, tidak mengandung minyak yang banyak, gurih, dan mampu bertahan kurang lebih tiga bulan dengan masa penyimpanan yang baik.

- **Deksripsi Logo dan Nama**

Logo salah satu elemen penting dalam membangun sebuah visual yang mewakili dari sebuah identitas merk. Sedangkan Nama merupakan serangkaian kata yang berfungsi sebagai identifikasi bisnis atau merk. Logo dan nama juga dapat memberikan informasi penting tentang bisnis, seperti jenis produk atau

layanan yang ditawarkan, nilai-nilai merek, target pasar, atau pesan merek yang ingin disampaikan. Dalam sebuah bisnis, logo dan nama yang kuat dan mudah diingat dapat membantu meningkatkan kesadaran merek dan sebagai pengenalan diri dari pesaing. Berikut adalah logo dari Bawang Goreng Wanatawang:

Gambar 1. 1

Logo



Sumber : Dokumen Internet (2023)

Nama usaha ini yaitu, Bawang Goreng Wanatawang Cap “Naga Kembar” kata “Wanatawang” ini diambil dari salah satu Desa yang berada di Kecamatan Songgom, Kabupaten Brebes. Sejarah Desa Wanatawang berasal dari gabungan dua kata yaitu “Wana” dan “Tawang” Wana artinya hutan dan Tawang artinya jauh.

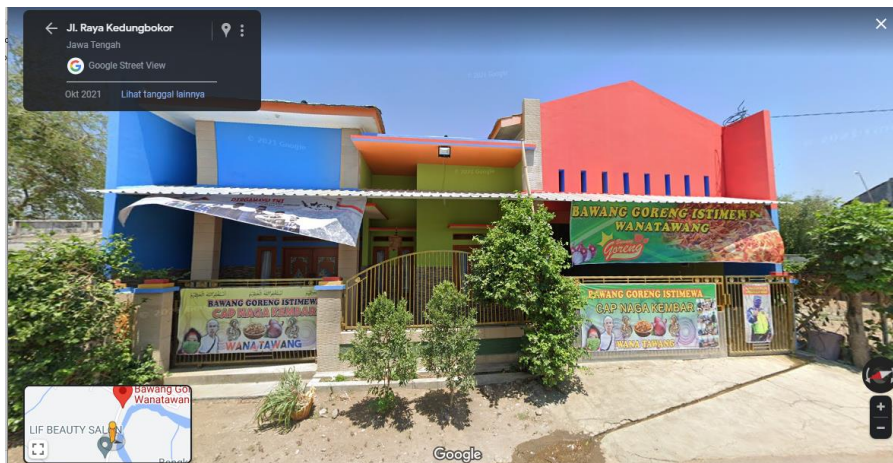
Selain itu juga, makna lain dari logo ini adalah Naga yang berada disisi kanan dan kiri, yaitu semangat yang membara. Sedangkan foto produk bawang goreng dan produk bawang merah tersebut melambangkan identitas utama dari usaha ini dan membantu menambah nilai daya jual, dan daya tarik bagi konsumen.

- **Identitas Bisnis**

Usaha Bawang Goreng Wanatawang Cap “Naga Kembar” ini terletak di, Jl. Raya Kedungbokor, Larangan, Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah 52262. Dengan nomor telepon : +62818-8088-05100. Dan berikut merupakan foto lokasi :

Gambar 1. 2

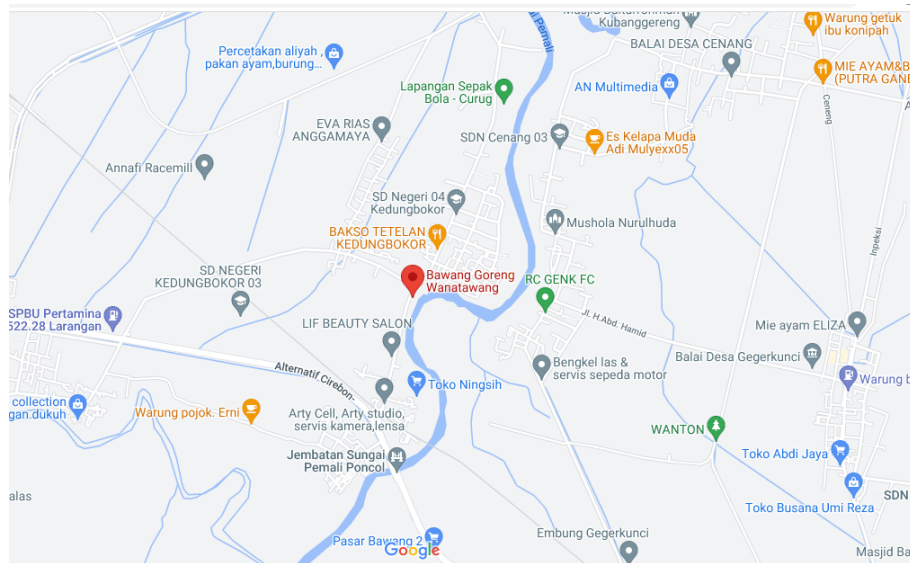
Lokasi Usaha Bawang Goreng Wanatawang



Sumber : Google Maps (2022)

Gambar 1.3

Lokasi Usaha Bawang Goreng Wanatawang



Sumber : Google Maps (2021)

B. Visi dan Misi

Dalam suatu usaha tentu saja harus memiliki visi dan misi sebagai tujuan dan rencana dari sebuah bisnis tersebut. Bawang Goreng Wanatawang memiliki visi misi yaitu,

- **VISI**

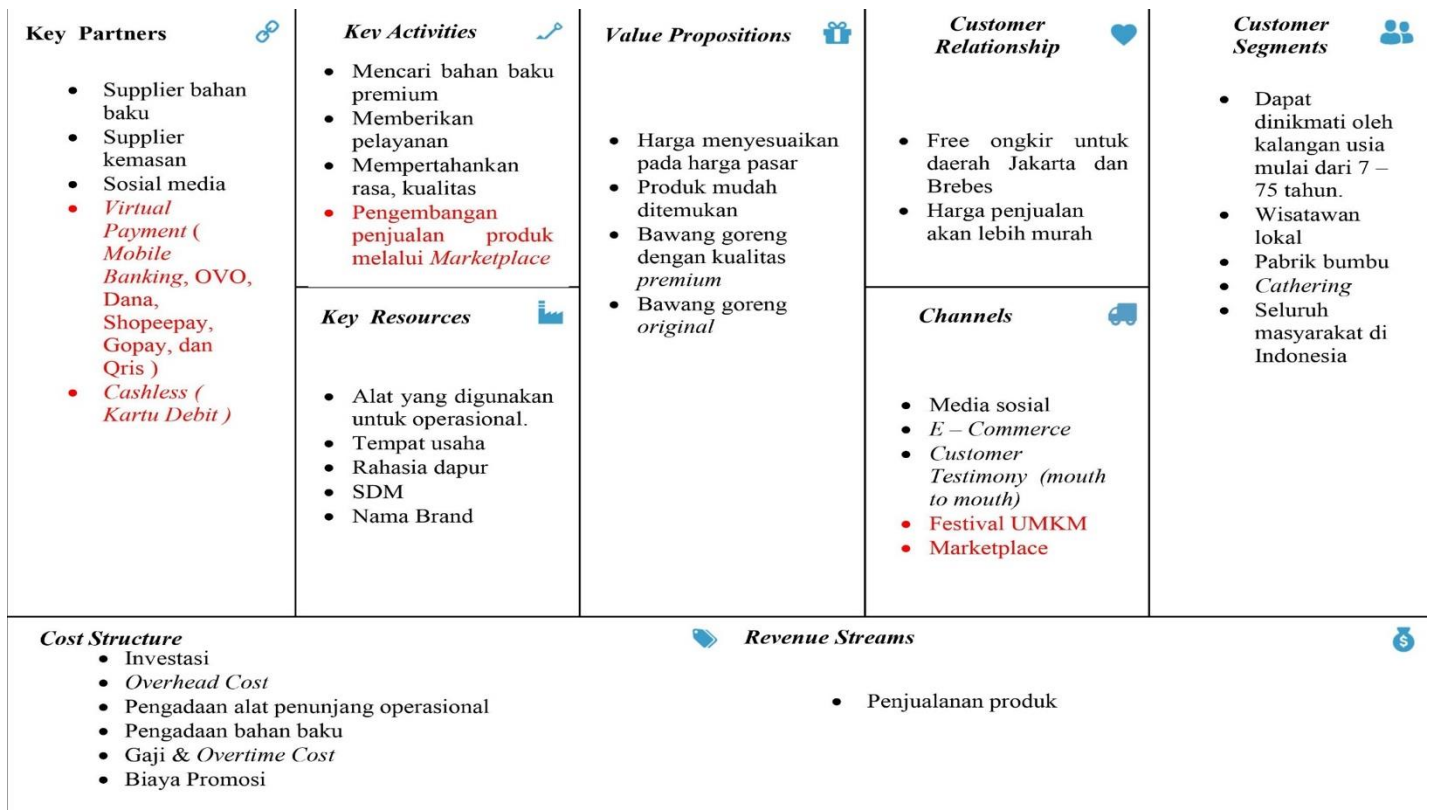
“Meningkatkan penjualan Bawang Goreng Wanatawang Cap “Naga Kembar” di *Social Commerce* dan *Marketplace* ”

- **MISI**

1. Membangun *Branding Awareness* Bawang Goreng Wanatawang Cap “Naga Kembar” di *Marketplace*.
2. Mempertahankan dan terus mengembangkan kualitas, kemasan produk, dan penyajian dari produk
3. Meningkatkan kualitas pelayanan dari segi penjualan *online*.
4. Menjadi satu – satunya bawang goreng terbaik di Kabupaten Brebes

C. Gambar Umum Model Bisnis

Gambar 1. 4



Sumber : Data Bisnis Model Canvas Initial for Existing Business (2023),
Diolah oleh Penulis

Berdasarkan dari analisa BMC sebelumnya, penulis menemukan bahwa problem dari BMC sebelumnya berwarna merah. Pada kolom *Key Partners* BMC sebelumnya belum adanya *Virtual Payment* melalui DANA, *M-Banking*, *OVO*, *Shopeepay*, *QRIS*, dll. Dan pembayaran *Cashless* yaitu menggunakan Kartu Debit. Lalu dari kolom *Key Activities* yaitu, mengembangkan penjualan produk melalui *Social Commerce* dan *Marketplace*. Lalu untuk kolom *Channels* yaitu, *Festival UMKM*, *Marketplace*, dan *Banners*. Dari penjelasan tersebut penulis dapat

menyimpulkan bahwa usaha ini belum memiliki *Virtual Payment* dan penulis akan mengembangkan pembayaran dari produk ini melalui *OVO*, *Shopeepay*, *DANA*, *M-Banking*, dan *QRIS* agar memudahkan para konsumen untuk bertransaksi. Lalu ditemukan problem sebelumnya ringkasan dari kolom *Key Partners dan Channels* yaitu, kurangnya *brand awareness* terhadap produk ini di *Social Commerce* dan *Marketplace*, penulis berencana akan mengembangkan usaha *Home Industri* ini dengan membangun *Branding Awareness* terlebih dahulu, melalui kegiatan Festival UMKM, dan *Marketplace*. Dan akan lalu melakukan pengembangan peningkatan penjualan produk melalui *Social Commerce* dan *Marketplace*. Karena selain berdasarkan analisa data penjualan, penulis juga melihat data BMC sebelumnya yang menyatakan bahwa kurangnya produksi penjualan di *Social Commerce* dan *Marketplace*.

D. Analisis SWOT

SWOT adalah salah satu metode analisis terhadap suatu usaha, yang berfungsi untuk memonitor dan mengevaluasi usaha tersebut melalui analisis eksternal dan internal. SWOT merupakan singkatan dari, *Strenght*, *Weakness*, *Opportunity*, and *Threats*. Analisis SWOT adalah analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Menurut Freddy Rangkuti (2019:19), Analisis SWOT diartikan sebagai analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat

meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Berdasarkan teori yang sudah disebutkan sebelumnya, penulis telah melakukan Analisis SWOT terhadap usaha ini, berikut adalah penjabaran mengenai 4 point tersebut,

Tabel 1. 2
Analisis SWOT

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Menjual produk bawang goreng dengan kualitas <i>premium</i>. - Konsisten terhadap rasa, kualitas, dan pelayanan. - Lokasi usaha yang strategis. - Pembelian produk dengan jumlah kelipatan banyak dapat membuat harga produk menjadi lebih murah. - Diperbolehkan untuk <i>Down Payment</i> dengan kurun waktu kurang lebih satu bulan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kenaikan harga mempengaruhi daya jual. - Kurangnya popularitas di <i>Marketplace</i>. - Bahan baku sangat berpengaruh kepada alam, sehingga menyebabkan tidak adanya ketersediaan barang secara langsung.
<i>Opportunity</i>	<i>Threats</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Mampu mencakup pangsa pasar di <i>Marketplace</i> - Mampu bersaing dengan target market yang dimiliki - Bahan baku mudah didapatkan - Mampu menjadi bawang goreng terbaik dipasarnya. - Melakukan perluasan lokasi usaha. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lahirnya pesaing baru. - Akan adanya usaha yang sama mengikuti resep produk dari Bawang Goreng Wanatawang. - Menurunnya daya daya beli konsumen.

Sumber: Data SWOT Usaha Bawang Goreng Wanatawang, Olahan Penulis 2023

E. Spesifikasi Produk / Jasa

Produk unggulan yang sudah di perjual-belikan itu ialah Bawang Goreng. Bawang goreng ini dapat dikatakan bawang goreng premium, karena menggunakan Bawang Merah Bima Brebes dan dengan penanaman yang baik, lalu penggunaan tepung sagu aren dan tepung beras pilihan yang sesuai dengan jenis bawang merah tersebut, dan memiliki proses penggorengan yang tepat menggunakan timer. Sehingga dapat menghasilkan produk bawang goreng yang baik, tahan hingga kurang lebih sampai 3 bulan, dengan syarat penyimpanan yang baik dan suhu ruang yang sesuai.

Selain itu, keunggulan dari segi jasa ini ialah direct delivery di daerah Kabupaten Brebes dan DKI Jakarta. Karena, pangsa pasar offline dari Bawang Goreng Wanatawang ini didominasi oleh Kab. Brebes dan DKI Jakarta. Disamping direct delivery, konsumen bisa membeli produk secara offline digudang usaha Bawang Goreng Wanatawang di DKI Jakarta juga. Jadi, konsumen yang berada di Kabupaten Administrasi DKI Jakarta tidak perlu jauh-jauh untuk membeli produk ke offline store yang berada di Kab. Brebes.

F. Jenis/ Badan Usaha

Badan usaha adalah salah satu organisasi yang dibentuk yang berguna sebagai proses produksi untuk mencari laba. Pengembangan Usaha Home Industri Bawang Goreng Wanatawang ini termasuk ke dalam kategori badan usaha perorangan. Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja,

Perseroan Perorangan adalah bentuk badan hukum yang bisa didirikan oleh hanya 1 (satu) orang tanpa besaran modal minimal dan memenuhi kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagaimana diatur. Berikut merupakan jenis-jenis usaha perorangan:

- Pemiliki memiliki kendali penuh atas usahanya
- Minim pegawai
- Membutuhkan modal yang tidak terlalu besar
- Peralatan yang digunakan terbatas namun memadai
- Sistem pengelolaan yang sederhana
- Biasanya berupa UKM atau UMKM

Untuk saat ini dari ciri-ciri yang sudah disebutkan sebelumnya, menyatakan bahwa Usaha Bawang Goreng Wanatawang ini termasuk kedalam usaha Perorangan. Jika pengembangan ini terus dilakukan secara berkala, maka meskipun usaha ini termasuk kedalam usaha Perorangan dan tidak banyak membutuhkan modal yang besar namun akan mendapatkan profit yang lebih besar dengan cara mengembangkan target market di *Marketplace*.

G. Aspek Legalitas

Membicarakan mengenai aspek legalitas, legalitas merupakan salah satu faktor yang berwujud kepada izin kepemilikan usaha. Hal ini bertujuan untuk menghindari adanya permasalahan khusus mengenai izin legalitas dimasa yang akan datang. Aspek yang perlu diperhatikan, seperti dokumen-dokumen pendukung diantara lainnya yaitu:

1. NPWP Badan Usaha
2. Nomor Induk Berusaha (NIB)
3. Akta Pendiri Usaha
4. Sertifikasi Halal MUI
5. Fotokopi KTP pemilik usaha

Selain itu, Sertifikasi Halal MUI pun diatur didalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja Pasal 44 Ayat (2) dimana dalam Pasal-Pasal yang diubah ada menyisipkan Pasal yang mewajibkan pelaku usaha mikro dan kecil untuk memiliki sertifikat halal bagi produk olahannya.. Dengan diterbitkannya Undang-Undang tersebut dalam hal pembebanan biaya tidak ada kendala lagi. Serta aspek legalitas ini diatur didalam Pasal 1 Ayat (1) KUHP yang menentukan bahwa suatu perbuatan tidak dapat dipidana, kecuali berdasarkan kekuatan ketentuan perundang-undangan pidana yang telah ada.

