

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

1.1 GAMBARAN UMUM BISNIS

1.1.1 Deskripsi Bisnis

Bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa dengan tujuan mendapatkan keuntungan. (Griffin & Ebert, 2007)

Makanan merupakan kebutuhan yang sangat diperlukan bagi manusia setiap saat dan diwajibkan diolah secara benar supaya baik untuk kesehatan. Diluar dari obat-obatan, air dan lain lain yang bisa untuk menyembuhkan. (Purnama & Adiono, 2009)

Frozen food atau makanan beku adalah metode pengawetan pangan menggunakan upaya penurunan suhu mencapai titik beku yang bertujuan untuk mengulur-ulur waktu pembusukan. Awal mula diciptakannya teknik ini bertuju kepada seseorang yang terlalu sibuk dan tidak sanggup untuk menyajikan makanan untuk dirinya maupun keluarganya. (Lovell, 2011). Perubahan akan gaya hidup rakyat umum, memulai mencoba hal yang lebih baru dan canggih. Di Indonesia sendiri mulai hal-hal yang dilakukan oleh masyarakat di Negara yang maju, dengan mencoba memakan sesuatu yang dibekukan atau frozen food.

Risolicious adalah sebuah usaha yang sudah berjalan hampir 2 tahun dengan sistem penjualan daring atau *online*. **Risolicious** bergerak dibidang makanan beku atau *frozen food* yang menyajikan

berbentuk camilan atau *snack*. **Risolicious** memiliki 3 rasa yaitu smoked beef, tuna mayonnaise, bolognaise. Di Setiap rasa dari menu yang disajikan menggunakan keju cheddar sebagai bahan penting. **Risolicious** menggunakan bahan berkualitas, seperti pengambilan bahan terbaik dan segar dari distributor yang kami punya.

Lokasi **Risolicious** bertempat di Cibubur, Kab. Bogor, tepatnya di Kota Wisata Jl. Somerset 2, N3/38 RT 002/033, Ciangsana, Kab. Bogor. Saat ini penjualan melalui daring yang dipromosikan melalui *Instagram* dan proses pemesanan melalui *Whatsapp*. *Target market* yang kami ajukan ialah di sekitar JABODETABEK. Meskipun, kami mampu menunjang ke kota lainnya. Proses pengiriman melalui aplikasi pengiriman makanan berupa *gojek*, *grab* maupun *paxel*.

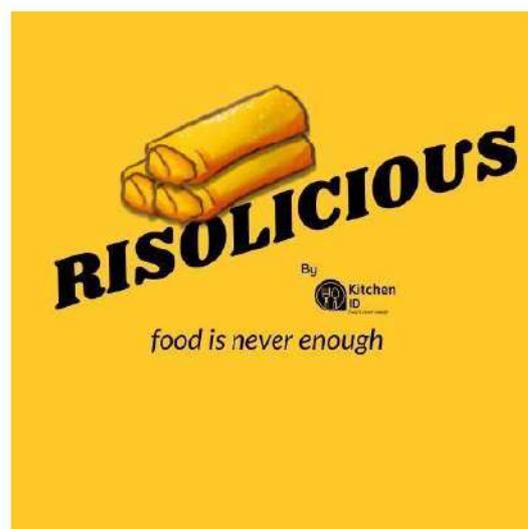
Risolicious menggunakan kemasan yang food grade, yaitu menggunakan kemasan bernama food pack yang mempunyai fitur zip lid pada kemasannya yang membuat menjaga kualitas makanan lebih tahan lama dan terhindar dari kontaminasi silang. Pada stiker di kemasan menggunakan stiker berbahan vinyl yang membuat tahan dari air sehingga tidak mudah lepas dan tidak mudah pudar.

1.1.2 Deskripsi Logo dan Nama

Logo merupakan bagian dari identitas perusahaan yang dirancang terutama sebagai simbol pembeda untuk dikenali di antara

perusahaan-perusahaan lainnya, sebagai bentuk komunikasi yang mencerminkan nilai-nilai ideal suatu perusahaan yang sengaja dibentuk, dan memainkan peran yang sangat penting dalam benak konsumen, khususnya peran dalam menciptakan persepsi yang kuat tentang merek atau perusahaan, serta mempunyai arti penting karena dapat mengingatkan khalayak akan perusahaan tersebut.(Anggoro, 2001).

Logo pada **Risolicious** menggunakan warna Kuning Keemasan dan warna hitam. Warna kuning keemasan menurut kebudayaan Tiongkok memiliki makna kesejahteraan dan kemakmuran. Dan warna Hitam mempunyai arti yang melambangkan keanggunan (*elegance*) dan kemakmuran (*wealth*). Warna - warna ini membuat menjadi pilihan yang tepat untuk menunjukkan kemakmuran. Gambar ilustrasi dari risoles sendiri mengidentitaskan bahwasanya menu yang ditawarkan ialah risoles.



Gambar 1 Logo

Nama bisnis atau Merek dagang adalah bukan menjadi sekedar produk, karena mempunyai sebuah dimensi yang menjadi pembeda dengan produk lain yang sama.(Kotler & Armstrong, 2015)

Pengertian merek menurut UU no. 15 tahun 2001 (INDONESIA, 2001) adalah sebagai simbol yang berwujud nama atau kata, gambar, susunan warna, angka-angka, huruf-huruf, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam aktivitas perdagangan atau jasa.

Nama merek bisnis ialah **Risolicious** yang mengambil dari menu dari bisnis makanan ini yaitu risol dan delicious yang memiliki arti enak. Jika di artikan dari **Risolicious** ialah risol yang enak.

Selain nama usaha atau nama merek bisnis, Risolicious memiliki slogan bisnis yaitu "*food is never enough*". Yang memiliki arti makanan akan selalu berinovasi, tidak ada habisnya dan selalu dibutuhkan.

1.1.3 Identitas Bisnis

Bisnis ini bermula pada awal pandemi covid-19. Berawal dari bisnis rumahan dengan proses penjualan menggunakan aplikasi daring hingga mengantarkan sendiri ke pelanggan. Lokasi awal berada di Jakarta hingga pindah lokasi ke cibubur, kabupaten bogor.

Nama : Risolicious

Jenis usaha: UMKM

Lokasi produksi : Kota Wisata, cluster somerset N3/38 cibubur, Gn. Putri, kabupaten bogor, Jawa Barat, 16968.

Lokasi lapak : Alam Wisata Resto, Ciangsana, Gn. Putri, kab. Bogor.

Sosial media : Instagram: *_kitchenID*
Whatsapp: 087777956545

Legalitas : -

1.2 VISI DAN MISI

Visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan impian dalam sebuah perusahaan atau organisasi yang ingin dicapai di masa depan. Alias, dapat dikatakan bahwa visi merupakan pernyataan *want to be* dari perusahaan atau organisasi. Visi juga merupakan hal yang sangat krusial bagi perusahaan untuk menjamin kelestarian dan kesuksesan berkepanjangan. (wibisono, 2006)

Misi ialah rangkaian kalimat yang mengutarakan tujuan atau alasan keberadaan organisasi yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik berupa produk ataupun jasa.

Menurut Wheelen sebagaimana dikutip oleh (wibisono, 2006)

Visi:

Menjadikan sesuatu yang berbeda dan bisa dimakan kapan saja.

Misi:

1. Menghasilkan makanan yang ringan yang menghasilkan cita rasa yang enak dan bergizi.
2. Membuat makanan sesuatu yang unik.
3. Menjaga kualitas makanan.
4. Memberikan informasi tentang pengetahuan produk.

1.3 GAMBARAN UMUM MODEL BISNIS

Model bisnis adalah gambaran yang lebih konkret tentang bagaimana sebuah perusahaan melakukan bisnis. Model bisnis dapat diposisikan antara strategi bisnis dan proses bisnis. Model bisnis sendiri merupakan ekspresi dari strategi perusahaan secara lebih konkrit dan sering terjadi pada level strategic business unit (level SBU). Dalam model bisnis ini, strategi dan visi perusahaan biasanya disamakan dengan elemen-elemen dari proposisi nilai, hubungan pelanggan, dan jaringan nilai.

(Sandhausen, 2008) menunjukkan berbagai bentuk interaksi bisnis yang muncul dari tiga pelaku perekonomian. Yang pertama adalah pengusaha, dalam hal ini perusahaan. Simbol untuk item ini adalah "B" (perusahaan). Yang kedua adalah konsumen, yang merupakan pengguna akhir barang dan jasa yang diidentifikasi dengan huruf "C". Terakhir, terdapat aktor berbentuk pemerintahan yang

dilambangkan dengan huruf “G” (*government*). Bisa kita lihat di tabel berikut:

No	Nama bentuk bisnis	keterangan
1	B2B (<i>Business to business</i>)	Transaksi bisnis antara pengusaha dengan pengusaha lainnya. Bisa berupa perjanjian khusus yang mendukung kelancaran usaha.
2	B2C (<i>Business to consumer</i>)	Kegiatan yang dilakukan oleh produsen langsung kepada konsumen.
3	C2C (<i>consumer to consumer</i>)	Kegiatan usaha (penjualan) yang dilakukan oleh perorangan (konsumen) kepada subyek lain (konsumen).
4	C2B (<i>consumer to business</i>)	Konsumen (individu) menciptakan dan membentuk nilai dari proses bisnis.
5	B2G (<i>business to government</i>)	Merupakan turunan dari B2B, bedanya proses ini terjadi antara pelaku ekonomi dengan instansi pemerintah.
6	G2C (<i>government to consumer</i>)	Yaitu hubungan atau interaksi antara pemerintah dengan masyarakat. Konsumen, dalam hal ini masyarakat, dapat dengan mudah berkomunikasi dengan pemerintah untuk kenyamanan layanan sehari-hari.

Tabel Bentuk Interaksi Bisnis

Sumber: (Sandhausen, 2008)

Berdasarkan keterangan tabel.1, bisnis ini dikategorikan sebagai B2C atau *business to consumer* yang dimana penjualan secara langsung kepada konsumen. Dan B2C ini dilakukan secara daring dan secara langsung.

Risolicious adalah bisnis yang melakukan penjualannya melalui daring atau *online* yang diperjual belikan melalui media sosial berupa

whatsapp dan *instagram*. Saat ini, **Risolicious** terletak di daerah perumahan Cibubur yang menjadi tempat produksi dan penjualan.

Definisi perdagangan elektronik (e-commerce) menurut (Laudon & Laudon, 2009) adalah proses pembelian dan penjualan elektronik produk oleh konsumen dan bisnis-ke-bisnis menggunakan komputer sebagai perantara untuk transaksi komersial.

Internet menawarkan kemungkinan untuk menjual kebutuhan pokok secara langsung kepada konsumen di pasar konsumen (pasar konsumen) atau kepada konsumen di pasar industri. Penjualan langsung barang dan jasa (penjualan langsung) melalui Internet dikenal sebagai "perdagangan elektronik".

Risolicious melayani ke beberapa daerah di JABODETABEK tanpa minimum pemesanan. Untuk jasa pengiriman, kami menggunakan beberapa jasa pengiriman seperti *gojek* dan *grab* untuk pengiriman dengan radius 10 KM. jika lebih dari 10 KM, kami menggunakan jasa pengiriman *paxel*, dikarenakan mereka mempunyai tempat karantina yang bisa menjaga suhu yang membuat tetap beku dengan suhu yang sama saat pengiriman.

1.4 SWOT ANALYSIS

Analisis SWOT merupakan daftar untuk mengorganisasikan yang meliputi dengan kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan, kelemahan dari perusahaan, peluang yang didapat oleh perusahaan dan

ancaman yang bisa datang kapan saja dalam bentuk apapun. Biasanya analisis SWOT dibuat dalam bentuk yang sederhana.

Kekuatan dan kelemahan datang dari dalam (*internal*) organisasi atau badan. Peluang dan ancaman utama biasanya datang dari luar (*external*) yang dapat membawa pengaruh kedalam bisnis atau yang dapat terjadi di luar organisasi atau badan pada pasar yang luas. Menjaga dari ancaman dan menggunakan peluang, namun tidak bisa menggantinya

KEKUATAN	KELEMAHAN
Bahan baku mudah didapat	harga bahan baku yang kurang stabil
ketahanan produk hingga 3 bulan	kompetitor yang serupa
produk memiliki varian yang baru dari yang biasanya	Promosi yang minim
produk yang bervariasi	
kemasan produk menggunakan kemasan yang dapat digunakan kembali	

KESEMPATAN	ANCAMAN
makanan yang mudah dimakan setiap saat	selera konsumen yang variatif
produk yang dapat bertahan lama	munculnya kompetitor dengan harga yang lebih murah
produk yang mudah diolah	
tidak menimbulkan banyak limbah	

Tabel 2 *Swot analysis*

Business Model Canvas

Key Partners

1. SDM
2. E-commerce
3. Maintenance worker

Key Activities

Rnd

Production

1. belanja
2. membuat risol
3. Storage.

Marketing

Melalui media social seperti:

1. Posting di sosial media
2. Mempromosikan melalui sosial media pribadi

Key Resources

Physical

Stove, Freezer, Refrigerator, Pan, Working Table, Knife, Cutting board

Intellectual

Brand :Risolicious

Human

Produksi pembuatan dibantu dengan 2 orang.

Financial

Membutuhkan modal awal sekitar 10 juta

Cost Structure

- Biaya marketing (pulsa internet)
- Pengadaan barang berupa equipment dan utensils
- Biaya produksi
- Biaya kemasan

Risolicious

Value Propositions

Risolicious adalah makanan yang berbentuk snack yang dikemas frozen atau beku. Risolicious memiliki 3 rasa smoked beef, bolognese,tuna mayonaise. Risolicious disetiap rasanya menggunakan keju cheddar sebagai bahan penting. Risolicious menggunakan bahan bahan yang berkualitas tinggi. Seperti, mengambil dari distributor yang baik, memilih bahan yang berkualitas dan yang pasti fresh. Risolicious dikemas menggunakan kotak bernama food pack yang memiliki fitur seal lock tentunya aman dari kontaminasi silang, menjaga kualitas produk terjaga, dan bisa menjaga ketahanan produk hingga 3 bulan lamanya. Dan menggunakan sticker berbahan vinyl yang tahan dari air dan tidak mudah pudar.

Revenue Streams

- Penjualan secara online dan mengikuti event bazar
- Bekerja sama dengan reseller

M Daffa F

Customer Relationships

1. Mengadakan promo di setiap bulan.
2. Tips and trick di social media.
3. Product knowledge melalui sosial media.

Channels

Social media:

- Instagram
- Whatsapp

Direct

Penjualan secara langsung

5 NOV. 21

Customer Segments

Demographic :

1. Rentang usia 17 tahun sampai 40 tahun.

Geographic :

1. Untuk masyarakat umum indonesia. (khusus pulau jawa).

Gambar 2 BMC

1.5 SPESIFIKASI PRODUK DAN JASA

Produk ialah barang yang dapat diajukan ke pasar untuk memperoleh perhatian, dapat dipakai, dibeli maupun di konsumsi yang sesuai dengan kebutuhan. (Kotler & Armstrong, 2015)

Konsep dari suatu produk merupakan sebuah pemahaman yang satu sisi dari produsen atas wujud yang bisa diajukan sebagai usaha untuk mencapai tujuan sesuatu yang bisa memenuhi kegiatan dan kebutuhan pembeli, selaras dengan kapasitas badan atau perusahaan serta kemampuan beli pasar. Produk diamati penting oleh pembeli dan dijadikan alasan dalam keputusan pembelian.

Pada kesempatan ini penulis ingin menjelaskan produk yang sudah berjalan ialah:

Risolicious adalah bisnis makanan yang bergerak di makanan beku. Menu yang disajikan ialah berbentuk makanan camilan atau snack. **Risolicious** memiliki 3 rasa yaitu *smoked beef, tuna mayonnaise, bolognaise*. Di Setiap rasa dari menu yang disajikan menggunakan keju *cheddar* sebagai bahan penting. **Risolicious** menggunakan bahan berkualitas, seperti pengambilan bahan terbaik dan segar dari distributor yang kami punya.

Risolicious menggunakan kemasan yang *food grade*, yaitu menggunakan kemasan bernama *food pack* yang mempunyai fitur *zip lid* pada kemasannya yang membuat menjaga kualitas makanan lebih tahan lama dan terhindar dari kontaminasi silang. Pada *sticker* di

kemasan menggunakan *sticker* berbahan *vinyl* yang membuat tahan dari air sehingga tidak mudah lepas dan tidak mudah pudar.

1. 6 JENIS BADAN USAHA

Pada umumnya, pengertian UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan maupun badan usaha dan sesuai dengan kriteria usaha dalam lingkup kecil atau juga mikro.

Berdasarkan Kementerian koperasi dan ukm telah mencatat pada tahun 2021 mengalami peningkatan yang sangat besar pada UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) yaitu mencapai 65,4 juta lebih. Usaha mikro kecil dan menengah ini mampu menembus hingga 117 juta pekerja atau 97% dari total tenaga kerja yang tersedia. Dengan rincian usaha mikro sebanyak 107,4 juta, usaha kecil sebanyak 5,8 juta, dan usaha menengah sebanyak 3,7 juta. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) telah berpartisipasi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebanyak 61,07 % atau sejumlah Rp 8.573,9 triliun, lebih banyak dari usaha besar yang hanya memperoleh Rp 5.464,7 triliun.

Berdasarkan arti UMKM, bisnis ini merupakan bisnis yang berjalan sebagai UMKM karena menjual secara membuka lapak dan berjualan dari beberapa media daring yang ada.

1.7 ASPEK LEGALITAS

Dalam membuat usaha atau bisnis makanan harus memiliki perizinan membuka usaha. Mulai dari IUMK (izin usaha mikro kecil), P.IRT (pangan izin rumah tangga), BPOM dan sertifikasi halal.

Izin usaha mikro kecil ialah tanda legalitas kepada pemilik usaha/kegiatan tertentu dalam bentuk izin usaha mikro dan kecil dalam bentuk naskah satu lembar. IUMK diharapkan dapat memberikan kepastian hukum dan menjadi sarana pemberdayaan bagi pelaku usaha mikro dan kecil dalam mengembangkan usahanya. Usaha mikro dan kecil disini bermaksud usaha produktif milik perusahaan perorangan yang diatur dalam UU No.20/2008.

Syarat membuat IUMK:

1. Pengisian formulir
2. Surat pengantar dari RT atau RW setempat
3. FC KTP
4. FC KK
5. Pasfoto 4x6 2 lembar

(Permendagri, No.83/2014)

P-IRT merupakan perizinan yang paling diminati bagi pelaku usaha makanan. Bisnis Usaha kecil menengah (UKM) lagi berjamur pada zaman ini. Dan menjadikan pusat perekonomian Indonesia pada tahun 2020.

P-IRT adalah perizinan Pangan Industri Rumah Tangga yang dianugerahkan oleh walikota maupun bupati melewati dinas kesehatan. Perizinan ini menyatakan bahwasanya makanan yang diproduksi sudah terpenuhi. (BPOM, 2018)

Persyaratan membuat izin P-IRT:

1. FC KTP pemilik usaha
2. PasFoto 3×4, 3 lembar.
3. Surat keterangan domisili usaha yang dikeluarkan kantor camat.
4. Skema/gambar lokasi bangunan
5. Surat pemeriksaan kesehatan dan sanitasi dari puskesmas mengenai *hygiene* dan *sanitation*.
6. Surat izin produksi makanan atau minuman kepada Dinas Kesehatan
7. Data yang di hasilkan
8. Contoh produk yang diproduksi
9. *Label* produk
10. Hasil uji lab.
11. Mengikuti seminar keamanan makanan dan minuman

Saat ini, usaha yang sedang dijalankan sedang mengurus semua perizinan usaha yang tertera diatas. Sehingga kedepannya usaha ini memiliki izin usaha yang bisa meningkatkan penjualan dan kepercayaan pada pembeli.