

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bisnis atau niaga merupakan kegiatan dimana penjualan barang atau jasa dengan memperoleh laba. Didalam ilmu ekonomi pun disebutkan bahwa bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa pada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Kata bisnis dalam bahasa Inggris “*business*” dari kata *busy* berarti sibuk dalam konteks individu maupun komunitas. Memiliki artian sibuk mengerjakan sebuah aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.

Secara etimologi, bisnis diartikan keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan atau pekerjaan untuk mendapatkan keuntungan. Pengertian bisnis menurut para ahli yaitu dari Hughes dan Kapoor (2003:20) definisi bisnis adalah suatu kegiatan individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Dan menurut Jeff Madura (2011) adalah perusahaan yang menyediakan produk atau layanan yang diinginkan oleh pelanggan.

Dengan berjalannya waktu fungsi bisnis itu sendiri mengalami perkembangan seperti sekarang ini yang memiliki 4 fungsi yaitu *form utility* : fungsi produk dimana bisnis menghasilkan suatu barang ataupun jasa, *place utility* : fungsi distribusi dimana bisnis menyalurkan barang ataupun jasa ke lokasi yang bisa dijangkau konsumen, *possessive utility* : fungsi penjualan dalam bisnis dimana sebuah perusahaan menjual

suatu produk ke konsumen yang membutuhkan, *time utility* : fungsi penyimpanan dan pemasaran dalam bisnis dimana barang pada saat itu kurang manfaatnya dan untuk kedepannya akan dikeluarkan pada saat lebih bermanfaat.

Memulai bisnis di masa pandemic Covid-19, yang melanda dunia sejak awal tahun 2020, tidaklah mudah. Sebagaimana yang dilaporkan oleh *World Economic Forum (WEF)* (weforum.org:2020) dimana pada awal terjadinya pandemic Covid-19 “Lebih dari 70% perusahaan rintisan harus mengakhiri kontrak karyawan agar perusahaan tidak tenggelam. Namun, ketika sejumlah besar *start-up* telah menderita selama masa pandemic, covid-19 juga menyebabkan peningkatan aktivitas kewirausahaan”. Banyak peluang yang tercipta dari masa krisis seperti ini dan juga potensi untuk menciptakan model peran kewirausahaan baru yang lebih mudah dikenali masyarakat, seperti halnya bisnis *online* dimana dikerjakan secara praktis dan cepat.

Bisnis *online* merupakan sistem atau cara pemasaran melalui internet, berbisnis secara *online* juga terbilang sangat mudah dan tidak membutuhkan banyak biaya diantaranya untuk menyewa ruko, membeli stok barang, membayar karyawan dan lain sebagainya. Untuk saat ini bisnis *online* banyak diminati oleh banyak orang yang membutuhkan pemasukan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari dalam menjalani masa pandemi ini. Keuntungan dari bisnis *online* tersebut seperti mudah untuk dikerjakan, menjangkau banyak pasar, cocok untuk yang tidak memiliki modal banyak, bebas menjual pada siapapun, dan bisa berjualan tanpa adanya modal.

Melihat adanya peluang ini, Penulis mencoba untuk menjelaskan bisnis online yang akan dilakukan yaitu “Perencanaan Bisnis Online *Choipan* dengan Pengemasan

Food Grade di Bandung”. *Choipan* atau *chai kue* merupakan hidangan kudapan Tionghoa yang berasal dan dikenal luas di Kalimantan Barat. Sepintas bentuk *choipan* terlihat seperti pastel atau kroket, tetapi pengelolahannya berbeda. Jika pastel dan kroket harus digoreng berbeda dengan *choipan* yaitu dikukus ataupun digoreng sebelum disajikan. Isian dari *choipan* adalah bengkuang, ebi, kucai, dan telur. Namun, untuk isian tersebut masih bisa divariasikan dan disesuaikan dengan keinginan konsumen. Kulit *choipan* yang tipis dibuat dari tepung beras dengan pelengkap bawang putih goreng di atasnya.

Dalam era digital ini para pengusaha didorong untuk sadar akan informasi, dan berkaitan dengan produk makanan, perlu memperhatikan kemasan makanan. Informasi pada suatu produk menjadi salah satu faktor pengambilan keputusan pembelian (Silayoi & Speece, 2005). Ketika berbicara tentang kemasan makanan maka tentang kualitas suatu produk, Kottler & Armstrong (2012) mengatakan bahwa fungsi kemasan adalah untuk melindungi produk agar kualitas produk tetap terjaga. Dengan standar pengemasan untuk makanan harus diperhatikan, untuk itu pengusaha harus mengetahui standar pengemasan tersebut. Kemasan yang akan digunakan pada bisnis ini sudah memenuhi syarat *Food Grade*, dimana banyak pengusaha yang masih sering menggunakan pengemasan yang tidak sesuai standar seperti plastik, *styrofoam*, dan yang lainnya.

Di Amerika Serikat, lembaga yang bertugas mengawasi peredaran makanan adalah *Food and Drug Administration* (FDA), yaitu badan pengawas obat dan makanan yang bertugas mengatur makanan, suplemen makanan, obat-obatan, produk farmasi, transfusi darah dan sebagainya. FDA telah menetapkan standar pada berbagai macam

produk secara khusus untuk pengemasan yang banyak digunakan ataupun ditemui pada skala nasional maupun internasional. Di Indonesia, Lembaga yang bertanggung jawab terhadap hal ini adalah Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang bertugas untuk mengawasi peredaran obat-obatan makanan. Baik FDA maupun BPOM, pada dasarnya memiliki fungsi dan tujuan yang sama yaitu mengawasi produk obat dan makanan yang beredar di negara masing-masing. Kemasan makanan yang sesuai ketentuan adalah yang lolos pemeriksaan dan diberi label FDA (di Amerika Serikat) maupun BPOM (di Indonesia) dan juga harus terbebas dari *Optical Brightening Agents (OBAs)* Berdasarkan hasil penelitian dari Ir Ingrid S Surono, MSc, PhD bahwa kemasan berbahan *food grade* paper lebih aman untuk kesehatan untuk manusia.

Food Grade merupakan suatu istilah yang menggambarkan kelas bahan yang cocok untuk produksi peralatan makan. Jika suatu bahan tidak mentransfer atau mentransfer zat berbahaya maupun beracun kedalam makanan yang ingin kita konsumsi, bahan tersebut dianggap *food grade* (kamuslengkap.com).

Dengan adanya penjelasan diatas, penulis ingin menjelaskan perencanaan bisnis ini dapat terwujud dan memperhatikan apa saja yang menjadi standar untuk memulai bisnis.

1.2. Gambaran Umum Bisnis

1.2.1. Deskripsi Bisnis

Bisnis online adalah kegiatan bisnis yang dilakukan di dunia maya dengan bantuan internet. Dengan menjalankan bisnis online tersebut

memerlukan media online sebagai wahana dalam berbisnis seperti website, media social, blog, maupun toko online seperti tokopedia, shopee, dan sebagainya. Contoh bisnis yang akan dipakai penulis adalah bisnis online kuliner.

1.2.2. Deskripsi Logo dan Nama

Nama : CHOIPANKU yaitu sebuah *brand* atau merek yang penulis buat dan memiliki arti yaitu *choipan* memiliki arti roti yang berisi sayuran, sedangkan ku memiliki arti kepunyaan. Dengan kata lain arti dari nama CHOIPANKU adalah *choipan* kepunyaan saya X dan berdiri di tahun 2020.

Logo : Logo merupakan suatu gambar atau sketsa dengan artian tertentu dengan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah,

produk, organisasi, dan lembaga yang membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah untuk diingat sebagai pengganti nama yang sesungguhnya. Logo diharuskan memiliki sebuah filosofi dan kerangka dasar dengan tujuan melahirkan sifat yang berdiri sendiri atau mandiri. Dan logo memiliki 5 unsur yang harus terpenuhi seperti kesatuan, dominasi, proporsi, irama, dan yang terakhir keseimbangan. (logaster.com:2020)

Gambar 1. 1



Sumber : Logo Penulis 2020

1.2.3. Identitas Bisnis

kontak : 08153584070 (WhatsApp), instagram : @choipanku

alamat : Kopo permai 2 blok 13B no 5

Gambar 1. 2



1.2.4. Visi dan Misi

1. Visi : Memperkenalkan makanan kudapan khas Kalimantan kota Bandung agar masyarakat dapat mengenali, merasakan, serta dapat membeli produk tersebut.
2. Misi : Menciptakan lapangan pekerjaan kepada masyarakat, membangun sebuah motivasi dalam menjual produk ini agar mendapatkan penghasilan, menjadikan choipan sebagai makanan yang paling dicari dan dikenal oleh masyarakat sehingga bisa menaikkan nilai dari produk itu sendiri.

1.3. SWOT Analysis

Analisis SWOT adalah analisis perencanaan strategi yang mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu bisnis. SWOT juga melibatkan tujuan bisnis dan mengidentifikasi faktor internal maupun eksternal yang mendukung dan yang tidak mendukung dalam mencapai tujuan tersebut. Menurut *Robinson dan Pearce (1997)* analisis SWOT merupakan salah satu komponen penting dalam manajemen strategik yang mencakup faktor intern perusahaan. Sedangkan menurut *Rangkuti (1997)* pengertian SWOT adalah proses identifikasi berbagai faktor yang dilakukan secara sistematis agar bisa merumuskan strategi organisasi dengan cepat. Berikut adalah SWOT yang penulis buat.

1. Strength

- Menggunakan pengemasan bergambar maupun bertulisan BPOM
- Harga yang ditawarkan relatif murah dari pesaing-pesaingnya.
- Menggunakan bahan yang berkualitas dengan berbagai penilaian dan mutu dari bahan tersebut
- Adanya pengantaran di wilayah Bandung
- Dengan adanya varian isian dari *choipan* yang memiliki berbagai jenis varian seperti daging, sayur, telur dan yang lainnya.

2. *Weakness*

- Masyarakat banyak yang belum mengetahui apa itu choipan
- Kurangnya minat masyarakat akan produk *choipan*
- Biaya pengantaran yang relatif mahal
- Bahan pendukung dari choipan yaitu ebi dengan kualitas baik sulit didapatkan di wilayah Bandung

3. *Opportunities*

- Hanya sedikit dan bisa dihitung usaha *choipan* yang ada di Bandung sehingga penulis berniat untuk membuka bisnis tersebut.
- Memperkenalkan choipan kepada masyarakat dan menjadikan makanan *choipan* viral pada masa sekarang ini
- Harga bahan baku yang relatif murah

4. Threats :

- Adanya pesaing yang akan meniru usaha choipan
- Harga yang ditawarkan pesaing lebih terjangkau
- Menu yang ditawarkan lebih banyak varian

1.4. Spesifikasi Produk

Spesifikasi produk yang penulis ingin sampaikan mengenai produk makanan *choipan* original dimana isi *choipan* tersebut dibuat dari bengkuang dan ebi. *Choipan* sayur dibuat dari sayur kucai dan telur. *Choipan* daging sayur

dibuat dari bengkuang dan juga daging ayam, untuk varian *choipan* daging bisa untuk memilih daging yang tersedia. Dan juga disajikan dengan sambal cair dan juga bawang putih goreng pada setiap penyajiannya.

Gambar 1. 3



Sumber : Produk Penulis 2020

1.5. Jenis Usaha

Badan usaha merupakan sebuah kesatuan yuridis maupun hukum, teknis dan juga ekonomis yang bertujuan untuk mencari keuntungan. Perbedaan dari badan usaha dan perusahaan ialah, badan usaha merupakan sebuah Lembaga sementara perusahaan merupakan tempat Badan Usaha untuk mengelola faktor produksi. Perusahaan ialah tempat dimana kegiatan produksi dan distribusi oleh Badan Usaha.

Badan Usaha di Indonesia terdiri dari beberapa kelompok, diantaranya Koperasi, BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang terdiri dari Perusahaan Jawatan, Perusahaan Umum, Perseroan, Perusahaan Daerah (PD), BUMS (Badan Usaha Milik Sendiri) yang terdiri dari Perusahaan Perseorangan, Firma, Persekutuan Komanditer (CV), Perseoran Terbatas (PT), dan Yayasan. (dikutip dari cpssoft.com, 2019)

Sedangkan CHOIPANKUID sendiri merupakan Usaha Kecil Menengah (UKM). Pengertian UKM yaitu sebuah jenis usaha kecil yang memiliki pendapatan bersih kurang lebih 200 juta rupiah dan tidak termasuk tanah, bangunan dan yang lainnya. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 adalah kegiatan ekonomi rakyat dengan skala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegita usaha kecil dimana perlu dilindungi dengan adanya pencegahan dari persaingan usaha yang tidak sehat. CHOIPANKUID merupakan bisnis jangka panjang dimana akan terus berkembang dan terus berinovasi dalam tiap menunya, berbeda dengan bisnis

lainnya yang mudah berganti-ganti seperti halnya mengikuti musim yang sedang ramai atau pun *viral*.

1.6. Aspek Legalitas

Legalitas merupakan suatu kewajiban dalam membuka sebuah bisnis dimana akan berpengaruh pada perusahaan tersebut. Untuk itu jika sebuah bisnis ingin berkembang ataupun tumbuh dalam jangka waktu yang lama ditubuhkannya pengesahan dari pihak yang berwenang, dilegalisasi dan mendapatkan ijin dari pemerintah. Dimana legalitas perusahaan tersebut haruslah menurut undang-undang dan peraturan-peraturan yang ada di mata hukum sehingga nama, logo dan juga merek dilindungi dari pengambilalihan oleh para pesaing yang ada. Dan berikut adalah beberapa persyaratan aspek legalitas yang penulis buat.

- Nama Perusahaan
merupakan jati diri yang digunakan oleh sebuah perusahaan yang dapat dikenal oleh masyarakat dan dapat berbeda dengan perusahaan lainnya.
- Merek
adalah sebuah tanda yang dipakai sebuah perusahaan pada barang dan sebagai tanda pengenal dari perusahaan itu sendiri.

- SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)
adalah surat izin yang diberikan oleh menteri ataupun juga pemerintah teruntuk pengusaha yang akan melakukan kegiatan usaha.
- STIU (Surat Izin Tempat Usaha)
adalah surat izin yang diberikan pemerintah Kabupaten ataupun Kotamadya.
- NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
merupakan surat yang dibuat oleh petugas pajak dan diberikan kepada perusahaan untuk membayar pajak dan juga sebagai identitas perusahaan
- UD (Izin Usaha Dagang)
merupakan usaha yang dikelola secara perseorangan. Dan juga izin ini dibutuhkan sebagai bukti legalitas perusahaan.
- HO (Izin Gangguan)
merupakan surat yang diperlukan untuk menjamin dari limbah dan sampah yang terdapat pada tempat usaha tersebut agar tidak mengganggu lingkungan sekitar.

