

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah menjadi bagian penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia, karena UMKM merupakan penopang ekonomi yang cukup diandalkan bagi masyarakat setempat, itu sudah selayaknya UMKM harus didukung dan dilindungi oleh pemerintah guna mempermudah para pelaku UMKM dalam mengoptimalkan peran dan potensinya, untuk di Indonesia sendiri terdapat peraturan atau payung hukum yang berlaku, seperti yang sebelumnya telah diatur pada UU no. 9 tahun 1995 bahwa ketentuan UMKM berdasarkan kriteria mikro, kecil dan menengah yang kemudian di perbaharui pada UU pasal 7 no.20 tahun 2008, menyatakan tentang menetapkan aturan perundang-undangan dan kebijakan yang meliputi aspek :

- a. Pendanaan
- b. Sarana dan prasarana
- c. Kemitraan
- d. Perizinan usaha
- e. Kesempatan berusaha
- f. Promosi dagang
- g. Dukungan kelembagaan

Wabah pandemi *corona virus disease* 2019 (Covid-19) telah terjadi selama kurang lebih hampir 2 tahun. Tentunya berbagai negara telah melakukan upaya

untuk menekan angka penyebaran Covid-19 ini, di Indonesia sendiri telah membuat beberapa kebijakan yang mampu menekan angka penyebaran Covid-19, dimulai dari kebijakan PSBB, PSBB KETAT, NEW NORMAL, sampai dengan PPKM level 4 yang mampu membawa Indonesia kedalam status PPKM LEVEL 2, yang dimana jumlah pasien positif berkurang dan jumlah pasien sembuh meningkat.

Status PPKM LEVEL 2 seperti saat ini mampu membawa angin segar bagi para pebisnis hal ini dikarenakan banyak dimulainya kembali kegiatan seperti dibukanya sekolah, tempat wisata, dan pusat perbelanjaan, berdasarkan pengamatan penulis dimasa seperti PPKM LEVEL 2 ini banyak para pengusaha yang memulai untuk membuka usaha dan berhasil, terlebih bisnis usaha dibidang makanan akan menjadi sebuah peluang yang sangat baik untuk eksis di masa saat ini, hal ini didasari dari banyaknya kasus pengusaha UMKM susah payah untuk bertahan di masa pandemi bahkan sampai gulung tikar, tapi dengan bisnis makanan membuat usaha akan lebih baik dan mampu bertahan (Febrianto, 2021).

Summer mini bar merupakan salah satu contoh usaha makanan sehat yang smemulai usahanya pada September 2019 dan menjadi sangat populer dimana pada saat pandemi sedang berlangsung bersama 2 temannya dengan tujuan awal ingin memperkenalkan brand yang suistainable, summer mini bar dapat terbilang sukses karena hingga pada saat ini summer mini bar memiliki 20 cabang di Indonesia dalam kurun waktu 30 bulan, summer mini bar mengalami peningkatan penjualan dikarenakan perhatian dan kepedulian masyarakat terhadap minuman maupun makanan sehat terus meningkat.

Gaya hidup merupakan pola kebiasaan seseorang dalam minat dan kegiatannya sehari-hari, seseorang dengan lingkungannya dapat dilihat dari gaya hidupnya, gaya hidup sehat sangat dianjurkan selama masa pandemi seperti mengkonsumsi makanan dengan protein tinggi, mengkonsumsi buah dan sayur setiap hari, minum air tidak kurang dari 1500ml perhari.

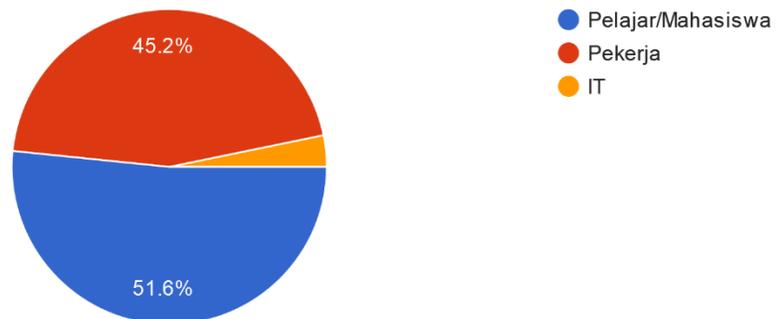
Menurut pendapat Roscoe 1975 ukuran sampel harus lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk penelitian.

Berdasarkan pernyataan diatas penulis melakukan pra-survei dan mendapatkan responden sebanyak 31 orang sebagai berikut :

Gambar 1. 1

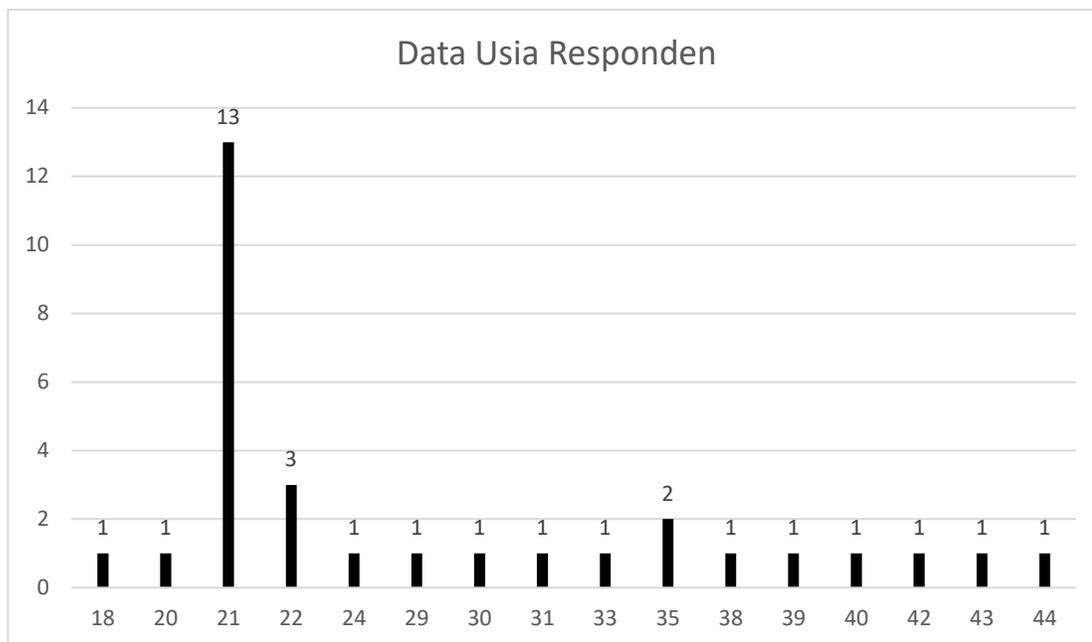
DATA HASIL PRA SURVEY : PEKERJAAN RESPONDEN

31 responses



Sumber : olahan penulis, 2021

Berdasarkan data pada gambar 1.1 sebanyak 51.6% merupakan seorang Pelajar/Mahasiswa, 45.2% merupakan seorang pekerja, dan sisanya merupakan pekerjaan yang lain.



Grafik 1 Data Usia Responden

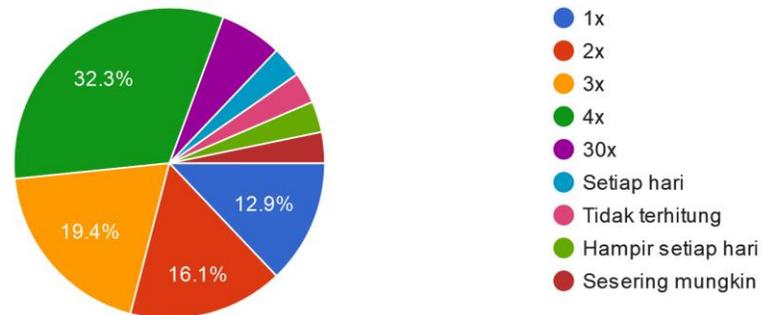
Sumber: olahan penulis,2021

Berdasarkan data pada grafik 1.1 menunjukkan usia yang mulai melakukan pola gaya hidup sehat saat pandemi. Kalangan usia 21 tahun – 23 tahun menunjukkan antusiasnya memulai pola gaya hidup sehat.

Gambar 1. 2**DATA HASIL PRA SURVEY : INTENSITAS KONSUMSI BUAH DAN SAYUR**

5. Seberapa sering kalian mengonsumsi buah dan sayur dalam kurun waktu 1 bulan?

31 responses



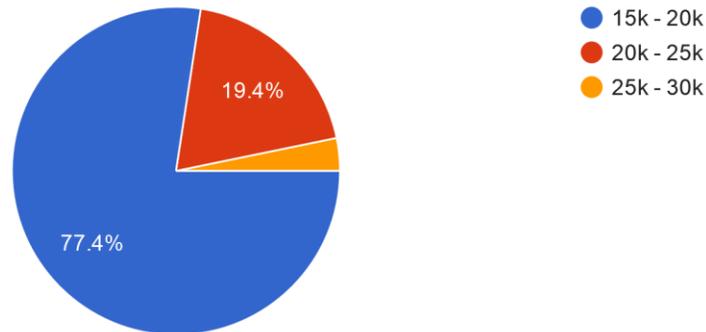
Sumber: olahan penulis,2021

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan seberapa sering responden mengonsumsi buah dan sayur, data paling banyak sebanyak 32.3% dimana mengonsumsi buah dan sayur dalam kurun waktu 1 bulan sebanyak 4 kali.

Gambar 1.3**DATA HASIL PRA SURVEY : HARGA KOSALAD**

10. Kisaran harga berapa yang kalian inginkan untuk mendapatkan 1 porsi salad?

31 responses



Sumber : olahan penulis, 2021

Gambar 1.3 menunjukkan keinginan konsumen salad untuk mendapatkan satu porsi salad dengan kisaran harga Rp. 15.000 – Rp. 20.000.

Berdasarkan pengamatan dan hasil pra-survey penulis melihat adanya peluang bisnis yang baik untuk membuka usaha makanan berbahan dasar buah dan sayur dengan harga yang terjangkau. Peluang ini didasari setelah adanya pandemi membuat masyarakat lebih memperhatikan pola konsumsi makanan guna menjaga kesehatan dan imunitas tubuh dengan asupan buah dan sayur.

Kosalad hadir bertujuan untuk membantu menjaga pola makan yang sehat, memberi asupan buah dan sayur setiap harinya, juga bertujuan mengganti makanan serta jajanan yang kurang sehat pada umumnya, karena di dalam salad terdapat

kandungan gula alami, kaya akan serat dan juga gizi serta vitamin berlimpah yang mampu menjaga dan meningkatkan imunitas tubuh.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Bisnis Model Canvas

Nama usaha : Kosalad

Jenis usaha : Mandiri/Perseorangan

Deskripsi usaha : Kosalad merupakan sebuah usaha makanan berbahan dasar buah dan sayur yang disajikan dengan *dressing* yang diproduksi sendiri. Kosalad diciptakan untuk memenuhi kebutuhan asupan makan sehat yang sering dilupakan oleh kebanyakan orang yang kurang memperhatikan pola makan. Diharapkan dengan adanya kosalad dapat mempermudah masyarakat untuk mendapatkan asupan buah dan sayur secara praktis, juga menjaga pola makan sehat.

Kosalad sendiri merupakan usaha makanan yang mengusung konsep kedai yang beroperasi setiap hari di daerah Gegerkalong Girang Bandung. Penulis menggunakan konsep salad bar yang dimana pembeli bisa dengan bebas memilih buah yang mereka suka untuk dimasukkan kedalam saladnya.

Deskripsi bisnis lebih terperinci dijelaskan dengan metode *Business Model Canvas*

Tabel 1. 1
KERANGKA BISNIS MODEL KANVAS

Key partners	Key Activities	Value propositions	Customer Relationship	Customer Segment
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Supplier</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Memproduksi salad buah • Mempromosikan produk • Menjual produk • Mengirim produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Buah dan sayur segar • Dressing yang dibuat sendiri 	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pre-order • Penjualan online dan stand 	<ul style="list-style-type: none"> • Anak-anak • Remaja • Dewasa • Lanjut usia
	Key Resources <ul style="list-style-type: none"> • Buah dari petani local • Alat produksi • Alat promosi seperti 		Channels <ul style="list-style-type: none"> • Grabfood • Gofood • Shopeefood • Whatsapp • Instagram 	

	<i>smarthphone</i> dan <i>social</i> <i>media</i>			
Cost structure		Revenue Stream		
<ul style="list-style-type: none"> • Biaya bahan baku • Biaya packaging • Biaya pemasaran • Biaya peralatan • Biaya air dan listrik • Labour cost 		<ul style="list-style-type: none"> • Penjualan produk 		

(Sumber: olahan penulis, 2021)

2. Deskripsi Logo Dan Nama

Gambar 1. 4
LOGO KOSALAD



Sumber : olahan penulis, 2021

Logo Kosalad di atas dibuat sesuai dengan produk yang kita jual yaitu buah dan sayur. Dengan tagline yang memperkuat bahwa makanan dan minuman yang baik dapat menghasilkan suasana hati yang baik, karena suasana hati yang baik mampu memperkuat imunitas tubuh.

Filosofi Kosalad sendiri didasari dari penulis yang merupakan mahasiswa perantau dan tinggal di tempat kos yang kemudian harus memutar otak untuk mendapatkan pendapatan tambahan, penulis menuangkan ide bisnis untuk membuat salad di tempat tinggal kosan penulis. Arti Kosalad sendiri terdapat dua kata yaitu “Kos” yang berarti tempat tinggal sementara dan “Salad” adalah jenis produk usaha untuk dijual.

3. Identitas Bisnis

Nama : Kosalad Garden
Nomor kontak : 0896-9412-2607
Alamat : Jl. Gegerkalong Girang Baru No.2B
Sosial media : Instagram @kosaladgarden

Gambar 1.5

LOKASI KOSALAD



Sumber : www.google.maps.com

C. Visi dan Misi

1. Visi

Menjadikan Kosalad sebagai usaha salad terbaik di Kota Bandung

2. Misi

- Harga yang kompetitif
- Membuat kemasan yang mampu menjaga salad tetap hygiene
- Mempromosikan produk disemua media sosial.
- Berkomitmen dalam memberikan pelayanan terbaik dengan sungguh-sungguh
- Bekerja sama dengan suplier yang berkualitas.

D. SWOT Analysis

Tabel 1. 2
ANALISIS SWOT

<p style="text-align: center;">STRENGTH (KEKUATAN)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bahan dasar dalam keadaan baik, dalam segi warna dan kebersihan - Bahan dijual dalam keadaan fresh - Harga terjangkau - Home made dressing - Tanpa bahan pengawet - Pembeli dapat memilih sendiri buah yang akan dimasukkan kedalam salad 	<p style="text-align: center;">WEAKNESS (KELEMAHAN)</p> <ul style="list-style-type: none"> - tidak dapat tahan lama karena tidak menggunakan bahan pengawet - tidak bisa menggunakan buah yang sama dalam jangka waktu lama
<p style="text-align: center;">OPPORTUNITIES (PELUANG)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatnya kesadaran dan kepedulian terhadap pola makan 	<p style="text-align: center;">THREAT (ANCAMAN)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sulitnya mencari bahan baku yang murah tapi berkualitas

<p>yang sehat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jumlah pesaing yang sedikit 	<ul style="list-style-type: none"> - Harga bahan baku yang cukup tinggi jika bukan dalam musimnya - pesaing yang sudah memiliki brand ternama
---	---

(Sumber : olahan penulis, 2021)

E. Spesifikasi Produk

a. Bahan Dasar/Baku

Kosalad terbuat dari gabungan beberapa sayuran dan buah yang disajikan dengan *dressing* yang diproduksi sendiri oleh penulis. Salad buah sendiri terdiri dari *lettuce* sebagai dasar, buah-buahan sebagai isi, *dressing* sebagai saus dan keju sebagai *garnish*. Salad buah terbagi menjadi 2 paket yaitu Cincau dan Hauce, Selain itu minuman sehat *infused water* yang dijual oleh Kosalad berbahan dasar potongan buah yang segar dan berkualitas

- Cincau 15k (lettuce + 3 jenis buah + *dressing* + keju)

Pembeli dapat memilih 3 jenis buah, untuk pilihan buahnya sendiri terdapat :

Semangka – Melon – Nanas – Mangga – Pepaya – Apel Hijau – Buah Naga

- Hauce 20k (lettuce + 4 jenis buah + *dressing* + keju)

Pembeli dapat memilih 4 jenis buah, unuk pilihan buah terdiri dari :

Semangka – Melon – Nanas – Mangga – Pepaya – Apel Hijau – Pisang –

Apel fuji – Sunkist – Kiwi – Strawberry – Alpukat

- *Infused water* (Lemon – Strawberry – Daun Mint)

b. Kemasan

Kemasan memiliki peran tersendiri bagi konsumen karena mampu meningkatkan bahkan menurunkan penjualan suatu produk, kemasan memiliki daya tarik tersendiri terhadap pelanggan karena kemasan yang baik dapat memiliki kesan yang menarik dimata pelanggan, selain itu kemasan juga berperan penting dalam menjaga kualitas suatu produk (Apriyanti, 2018).

Kosalad dikemas menggunakan box plastic berukuran 650ml dengan tempat *dressing* sebesar 35ml seperti pada gambar 1.5 di bawah.

Gambar 1. 6
PRODUK KOSALAD



Sumber : Olahan penulis, 2021

c. Label

Label memiliki fungsi sebagai informasi suatu produk berupa nama produk, nama suatu brand, informasi isi suatu produk, Kosalad sendiri menggunakan label produk yang terbuat dari kertas *art pepper* yang berukuran 4,5 x 30 cm seperti yang tertera pada gambar 1.6 di bawah.

Gambar 1. 7

Label Kosalad



Sumber : olahan penulis, 2021

F. Jenis/Badan Usaha

Jenis badan usaha merupakan satu kesatuan organisasi dan ekonomis yang memiliki tujuan untuk memperoleh laba atau keuntungan, seperti Perusahaan Perseorangan (PO), PO merupakan suatu bisnis yang dimiliki oleh satu orang yang umumnya memiliki modal bisnis kecil, jenis produk dan jumlah produknya terbatas,

tenaga kerja sedikit, alat produksi sederhana. Perusahaan perseorangan merupakan badan usaha yang dimiliki, dikelola, dan dipimpin oleh satu orang, selain itu Perusahaan perseorangan memiliki kelebihan seperti :

- Mudah dikelola
- Hanya pemilik yang memperoleh keuntungan
- Biaya organisasi rendah
- Rahasia perusahaan hanya ada di pemilik
- Pajak rendah

Jika dilihat dari bentuk dan cirinya Kosalad termasuk kedalam jenis badan usaha perseorangan yang dimana memiliki ciri dan sepsifikasi yang sama dengan badan usaha Perusahaan Perseorangan (PO) yang dikelola oleh satu orang ataupun individual, dan semua kegiatan diawasi dan dikelola oleh satu orang. Adapun ciri-ciri perusahaan perseorangan sebagai berikut :

1. Proses pembentukan yang tergolong mudah
2. Modal dapat berupa harta sendiri
3. Pengelolaan usaha yang sangat mudah dan sederhana
4. Usaha dimiliki oleh perseorangan atau individual.
5. Modal terbatas
6. Peralatan yang cenderung sederhana
7. Tenaga kerja sedikit

Untuk Kosalad sendiri memiliki tenaga kerja sebanyak 4 orang yang dimana 1 diantara tenaga kerja tersebut merupakan owner dari Kosalad itu sendiri.

G. Aspek Legalitas

Legalitas merupakan suatu unsur yang sangat penting untuk sebuah usaha atau perusahaan, karena legalitas merupakan identitas dari suatu perusahaan yang melegalkan atau mengesahkan suatu badan usaha yang diakui oleh masyarakat, legalitas harus sah menurut undang-undang dan peraturan, dimana perusahaan tersebut harus dilindungi dengan berbagai macam dokumen yang sah dimata hukum. Adapun bentuk-bentuk legalitas perusahaan sebagai berikut : nama perusahaan, logo perusahaan, merek perusahaan dan surat izin usaha perdagangan (Ratnawati Ayu, 2017).

Maka dari itu aspek legalitas yang dipersiapkan oleh Kosalad sebagai berikut.

1. Izin usaha yang meliputi aspek
 - Akta pendirian
 - Dokumen kelengkapan pajak (NPWP)
 - Izin lokasi
2. Hak merek
3. Hak cipta (logo)
4. Sertifikat BPOM