

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

1.1. Latar Belakang

Bisnis merupakan pertukaran barang, jasa atau uang untuk saling menguntungkan dan bermanfaat. Pada dasarnya bisnis dipahami sebagai “kegiatan jual beli barang dan jasa”. Sebuah bisnis juga dapat dipandang sebagai kegiatan individu yang terorganisir untuk memproduksi dan menjual barang atau jasa dengan tujuan menghasilkan laba. Di antara berbagai tujuan yang ada dalam bisnis, laba memegang peranan yang sangat penting dan dijadikan sebagai alasan utama untuk memulai suatu usaha.(Fauzia, 2013)

Menurut Haney, bisnis adalah hubungan antara aktivitas manusia dan produksi atau perolehan kekayaan melalui pembelian dan penjualan barang. Peterson dan Plowman juga menjelaskan bahwa bisnis adalah serangkaian kegiatan yang melibatkan pembelian dan penjualan barang dan jasa secara berulang.(Aridhayandi, 2017)

Uraian diatas sudah menjelaskan pengertian dari bisnis itu sendiri, akan tetapi di zaman sekarang, bisnis sudah banyak memanfaatkan jaringan internet sebagai pilihan promosi, dan menjadi trend di era digital ini. Bisnis *online* atau yang dapat disebut sebagai e-commerce atau perdagangan elektronik telah memberikan berbagai kemudahan kepada produsen, penjual, dan pembeli atau pelanggan (Grandon dan Pearson 2004). Biasanya sesuatu dikatakan *online* jika terhubung ke jaringan atau sistem yang lebih besar. Menjual barang/jasa untuk

mendapatkan keuntungan melalui internet disebut e-commerce atau bisnis *online*.(Situmetang, 2018)

Bisnis kuliner merupakan suatu aktivitas dalam memproduksi makanan dan minuman yang nantinya akan dibeli oleh konsumen dan bertujuan untuk menghasilkan laba sebanyak mungkin. (Made Resta Handika & Sri Darma, 2018)

Terdapat berbagai macam bisnis kuliner, salah satunya adalah bisnis makanan beku atau *frozen food*. Pembekuan makanan adalah salah satu cara mengawetkan makanan dengan mengubah hampir semua air dalam produk menjadi es. Dalam keadaan beku, aktivitas mikroba dan enzim terhambat, yang memperpanjang umur simpan produk(Ismail, 2010).

Home berarti rumah, tempat tinggal atau desa halaman. Industri biasanya dapat didefinisikan sebagai kerajinan, menangani barang dan/atau bisnis. *Home industry* adalah tempat kantor pusat perusahaan komoditas atau usaha kecil berada. Dikatakan usaha kecil karena jenis ekonomi ini terkonsentrasi pada keluarga (rumah tangga) (Tambunan, 2002).

Business Plan yang diangkat oleh penulis adalah bisnis *home industry* yang berfokus pada penjualan produk makanan beku siap masak yang menggunakan bahan dasar udang dan ayam giling dan penjualan dilakukan secara *online* yang bernama *Frozen* Pompom Goreng “Pompies”. Berperan sebagai kudapan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat rentang usia 15 tahun – 45 tahun.

Penulis bercita-cita pompom goreng ini menjadi makanan yang familiar dan disukai kalangan masyarakat dan kedepannya bisnis *home industry* ini menjadi salah satu perusahaan favorit masyarakat dari segi rasa dan pelayanan.

Melalui paparan yang sudah dicantumkan diatas, penulis bermaksud menyusun Tugas Akhir berupa *Business Plan* yang berjudul “ **PERENCANAAN BISNIS HOME INDUSTRY FROZEN FOOD “POMPIES” SECARA ONLINE** “. Dengan tujuan kedepannya Tugas Akhir *Business Plan* ini bisa diimplementasikan menjadi kenyataan.

1.2. Gambar Umum Bisnis

Erwick dan Hunt berpendapat bahwa suatu perusahaan adalah kegiatan yang pada akhirnya memasok atas dasar memproduksi, mendistribusikan, dan menyediakan barang dan jasa yang diperlukan orang dan orang tersebut berkeinginan untuk membeli atau membayar. Naughton juga menekankan bisnisnya sebagai pertukaran produk, layanan, atau uang yang menguntungkan.(Aridhayandi, 2017).

1.2.1. Deskripsi Bisnis

Pompom goreng “Pompies” merupakan *frozen food* siap goreng yang dibuat dari ayam dan udang giling yang dibentuk bulat berisi *melted cheese* yang dilengkapi dengan dua pilihan *dip sauce* yaitu *tartar sauce* dan *la thai sauce*. Di tengah pandemi COVID 19 ini *frozen food* menjadi pilihan sebagian besar masyarakat Indonesia karena mudah dimasak saat sedang berada di rumah.

Frozen pompom goreng “Pompies” merupakan bisnis kuliner berbasis *online*. Yang mana sistem penjualannya melewati aplikasi penjualan *online* makanan seperti Gojek, Grab, dan Shopee. Sehingga nantinya segala

transaksi dilakukan melalui media *online* dan pengiriman dilakukan melalui perantara ojek *online* maupun ekspedisi seperti JNE, JNT, Si Cepat, dll.

Bisnis ini juga termasuk *home industry bussines* atau industri rumah tangga yang mana proses pembuatannya atau dapur produksinya di rumah penulis sendiri. Peralatan yang digunakan pun sederhana tetapi sesuai dengan kebutuhan produksi.

Target konsumen bisnis ini khususnya adalah kalangan muda yang gemar dan senang berbelanja secara *online*. Tetapi secara umum, konsumen kalangan anak-anak sampai lanjut usia pun bisa mengkonsumsi makanan ini.

1.2.2. Deskripsi Logo dan Nama

Logo merupakan simbol maupun huruf yang memiliki arti, terdiri dari satu kata atau lebih sebagai logo atau nama perusahaan, dan lain-lain. (KBBI, 2002: 680). Logo dirancang untuk memperkuat sistem makna suatu produk dengan saluran visual (Danesi, 2004: 373).

Logo adalah suatu bentuk gambar atau hanya sketsa yang mewakili beberapa arti dari perusahaan, daerah, asosiasi, produk, negara dan lain-lain yang ditampilkan. itu yang perlu diperhatikan, pendek dan mudah diingat, bukan nama asli Kusrianto, Adi (2009: 2).

Menurut Jefkins (1995:367) Logo merupakan suatu bentuk penyajian maupun citra yang selalu disangkut pautkan dengan organisasi tertentu sebagai salah satu bentuk identifikasi suatu perusahaan. Logo juga bisa diibaratkan sebagai bagian tubuh yang dapat mewakili jantung dari sebuah produk atau perusahaan.(Bintarto et al., 2016)



Gambar 1. 1 Logo bisnis POMPIES' , Desain : Penulis,2022.

Logo “Pompies”” dibuat dengan simple dan terdiri dari 3 warna dasar yaitu kuning, putih dan merah. Yaitu kuning sebagai warna dasar yang dominan lalu ditambahkan tulisan “Pompies”” berwarna putih dan bayangan berwarna merah dengan huruf sambung yang menambah estetika Hal ini menggambarkan pompom goreng yang merupakan makanan simple siap goreng.

Kuning adalah warna bagus yang menarik perhatian. Kuning menciptakan kesan keceriaan dan kegembiraan bagi konsumen. Efek psikologis warna kuning tidak nyaman dan berisik, sehingga sering digunakan untuk menarik perhatian dan dapat meningkatkan konsentrasi.

Pada logo “Pompies”” warna kuning sedikit mengandung warna oranye, yang mana warna ini sering digunakan dengan unsur makanan, selain itu warna oranye pun bisa merangsang kegembiraan dan nafsu makan.

Tulisan pada logo berwarna putih yang mana melambangkan kemurnian, kebersihan, dan kehalusan. Yang bermakna bahwa setiap

pembuatan pompom goreng “Pompies” dilakukan secara higienis dan selalu mengutamakan kebersihan.

Selanjutnya, warna merah dalam bayangan huruf, warna merah ini sebenarnya sudah banyak digunakan sebagai warna logo restoran atau yang berhubungan dengan makanan dan minuman. Ini karena warna merah dipercaya memiliki efek merangsang nafsu makan. Efek pada produk adalah warna utama, kesan kecepatan dan tindakan, merangsang detak jantung, laju pernapasan, dan nafsu makan. Merah juga sering digambarkan sebagai warna yang aktif, sehat dan energik.

Bentuk dari pompom goreng “Pompies” adalah bulat-bulat seperti pompom. Penulis menyebut orang-orang atau konsumen dari pompom ini dengan nama Pompies, maka dari itu nama dari bisnis ini adalah “Pompies” atau berarti “kepunyaan para pompies”.

2.2.2. Identitas Bisnis

Frozen pompom goreng “Pompies” merupakan sebuah Home Industry Business yang bergerak di bidang penjualan makanan secara online. Penulis juga bertarget untuk menjadikan frozen pompom goreng “Pompies” ini sebagai salah satu usaha makanan online yang populer.

Dapur produksi frozen pompom goreng “Pompies” ini berlokasi di rumah dari penulis sendiri yaitu di Kp. Sangkali No.25 Rt. 02 Rw. 07 Desa Cingcin, Kecamatan Soreang, Kab. Bandung, Jawa Barat, 40914. Produksi rumahan ini tidak akan terlalu banyak memerlukan tenaga kerja maupun peralatan berat.

Dengan menggunakan sistem penjualan online, maka penulis hanya memerlukan satu tempat dapur produksi saja, tetapi jangkauan penjualan akan tetap luas.

1.3. Visi dan Misi

Visi adalah gambaran masa depan yang realistis dan ditargetkan untuk direalisasikan dalam jangka waktu tertentu. Visi juga merupakan pernyataan yang dibuat atau ditulis hari ini atau proses manajemen saat ini. Sedangkan misi adalah pernyataan yang harus dicapai organisasi kepada para pemangku kepentingannya di masa depan. (Calam & Quarniati, 2016)

Di bawah ini merupakan visi dan misi yang dimiliki penulis :

1.3.1. Visi

- Menjadi *brand frozen* pompom goreng yang dikenal dan diminati oleh masyarakat Indonesia dan bisa memiliki *reseller* di berbagai daerah di Indonesia.

1.3.2. Misi

- Memperkenalkan produk pompom goreng “Pompies” secara luas melalui media sosial.
- Selalu memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.
- Memberikan perhatian terhadap kualitas dan rasa makanan.

1.4. SWOT Analysis

SWOT adalah analisis strategi 4-kotak yang populer dan juga merupakan kerangka pengembangan strategi. Istilah SWOT berasal dari *strengths*, *weaknesses*,

opportunities, threats. SWOT sudah ada beberapa dekade lamanya dan mungkin merupakan alat politik yang paling sering digunakan di zaman modern. SWOT umumnya digunakan oleh perusahaan industri, perdagangan, dan lainnya. (Sarsby, 2016)

Tabel 1. 1 Analisis SWOT POMPIES'

<p>Strengths:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku yang digunakan mudah didapatkan (ayam, udang) dan berkualitas baik. 2. Aman dikonsumsi oleh semua kalangan. 3. Higenis dan halal. 4. Jangkauan pengiriman luas karna sistem online. 	<p>Weaknesses:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk mudah ditiru. 2. Hanya memiliki satu jenis makanan. 3. Penulis masih baru dalam hal berbisnis.
<p>Opportunities:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bisa digemari oleh semua kalangan konsumen. 2. Masyarakat sudah mulai terbiasa dengan melakukan belanja makanan secara <i>online</i>. 	<p>Threats:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ada banyaknya pesaing bisnis kuliner yang memiliki produk lebih menarik dan berbasis online juga sudah memiliki banyak pelanggan. 2. Menurunnya daya beli konsumen karna produk yang jenisnya sedikit.

1.4.1. *Strengths*

Pada produk pompom goreng “Pompies”, salah satu faktor yang menjadi kekuatan bisnis ini adalah produk utama yaitu pompom goreng, yang mana makanan dengan bahan dasar ayam dan udang sudah menjadi salah satu makanan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia.

Kudapan pompom goreng juga merupakan salah satu makanan yang bisa dimakan kapan pun. Bisa dimakan saat merasa lapar, sebagai teman

makan saat bekerja maupun belajar di rumah, sebagai camilan di siang ataupun malam hari.

Selanjutnya yaitu luas dalam menjangkau konsumen. Karena sistem penjualan pompom goreng “Pompies” ini dalam bentuk *frozen* dan secara *online*, maka jangkauan penjualan akan semakin luas dan mudah meskipun produksi hanya di satu tempat saja.

1.4.2. Weaknesses

Kelemahan yang dimiliki produk pompom goreng “Pompies” adalah produk ini hanya memiliki satu jenis varian makanan saja, yaitu pompom goreng. Hal ini bisa berpengaruh kepada konsumen yang akan merasa monoton akan produk ini. Selain itu ada kemungkinan produk mudah ditiru.

Penulis juga baru dalam hal berbisnis dan masih memiliki banyak kekurangan dalam pengelolaan suatu bisnis. Terutama di bidang kuliner yang mana sudah banyak pesaing nya. Sehingga belum banyak pengalaman yang penulis miliki.

1.4.3. Opportunities

Kesempatan yang bisa dilihat oleh penulis adalah kesukaan masyarakat Indonesia dalam berkuliner. Oleh karena ini, pompom goreng “Pompies” ini bisa menarik perhatian masyarakat.

Masyarakat dengan rentang umur berapa pun bisa menikmati pompom goreng “Pompies” ini, hal tersebut menjadi suatu kesempatan untuk mendapat jangkauan konsumen yang luas.

Selanjutnya, di masa pandemi COVID 19 ini orang-orang lebih dominan dan sudah terbiasa dalam melakukan belanja secara online. Begitu pun dengan membeli makanan, mereka diberi kemudahan dalam memesan suatu makanan. Karena mereka tidak perlu pergi ke luar rumah, hanya perlu memesan melalui aplikasi penjualan online atau pun sosial media.

1.4.4. Threats

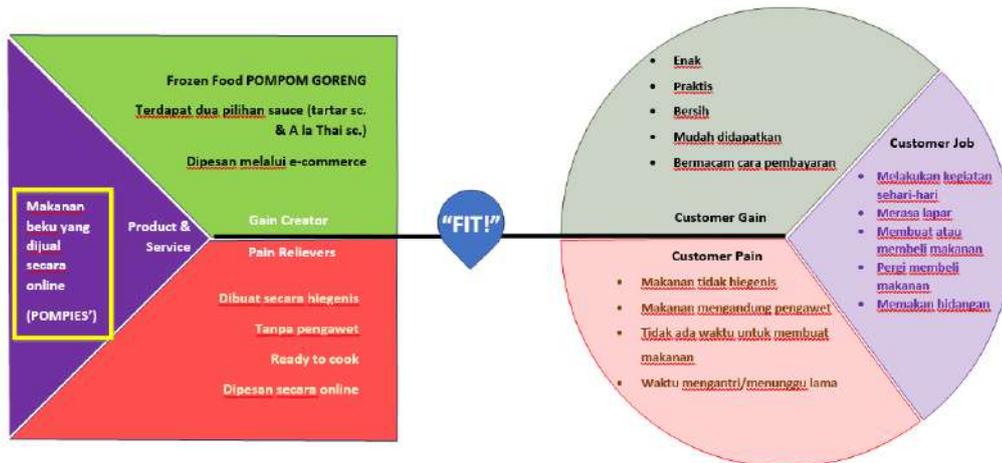
Ancaman dari bisnis kuliner frozen pompom goreng “Pompies” ini adalah sudah banyaknya pesaing yang menjual aneka macam makanan dan juga pedagang lain yang menggunakan sistem penjualan online yang sudah memiliki pelanggan tetap.

Selain itu, perkembangan di dalam dunia kuliner berjalan sangat cepat, sehingga sebagai seseorang yang mendirikan suatu bisnis, penulis harus bisa mengikuti perkembangan tersebut.

Tentunya dalam pembuatan suatu bisnis itu ada hal-hal yang ditargetkan oleh owner, berikut merupakan Value Proposition Canvas (VPC) dan Business Model Canvas (BMC) yang sudah dibuat oleh penulis :

Business Model Canvas		Designed for: Pompies'	Designed by: Felia Putri Octaviana	Date: 21 Maret 2021
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> Supplier Ekspedisi Grab Gojek Payment merchant (OVO, Gopay, Shopee pay) 	Production <ul style="list-style-type: none"> Membuat produk pompom goreng dan membuat dua macam saus sebagai <i>dipping</i> nya. Membuat produk dengan memperhatikan higienitas. Menciptakan jenis <i>sauce</i> baru untuk <i>dipping</i> pompom goreng. Melakukan perzinahan dengan Dinkes dan PERT. Mendukung jasanya keuangan. Mempromosikan produk di social media. Key Resources <ul style="list-style-type: none"> Etikan Cover Karyawan Nutritionist 	<ul style="list-style-type: none"> Pompom goreng merupakan produk berbasis sains dan kuliner ilmiah yang dibentuk menjadi bulat yang berisi keju di dalamnya dan bagian luarnya di panir. Terdapat dua pilihan <i>sauce</i> yaitu tartar <i>sauce</i> dan ala Thai <i>sauce</i>. Keduanya memiliki rasa enak yang akan semaksimal dengan rasa pompom goreng yg gurih. Memiliki tekstur renyah di bagian luar pompom goreng dan rasa sturik keju di bagian dalam. Dipesan secara <i>online</i> melalui aplikasi. Dan dikirim dalam kemasan beku. Mudah cara memakanya, pompom sudah siap goreng. Tanpa pengawet. 	<ul style="list-style-type: none"> Posting konten di Instagram. Insta Story. Memberi potongan harga. Mengikuti promo <i>event</i> yang diadakan oleh aplikasi pada setiap bulan. Channels <ul style="list-style-type: none"> Instagram Shopee Gojek Grab Whatsapp 	Demographic segment: <ul style="list-style-type: none"> Kalangan muda remaja usia 15-25 tahun. Kalangan pelajar dan mahasiswa. Kalangan ibu rumah tangga maupun wanita karir rentang usia 25-45 tahun yang ingin memasak makanan secara praktis. Behavior segment: <ul style="list-style-type: none"> Konsumen online melakukan pembelian secara <i>online</i>. Psikografis segment: <ul style="list-style-type: none"> Konsumen gemar membeli kudapan, tertarik dengan produk baru yang menarik. Konsumen yang memilih makanan yang terjamin kebersihannya. Konsumen rela membeli tanpa pertimbangan harga dan lebih mementingkan rasa dari makanan. Kalangan ibu rumah tangga atau wanita karir yang tidak ada waktu dan tidak ingin kesulitan dalam membuat makanan. Geographic segment: <ul style="list-style-type: none"> Masyarakat Kabupaten Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat. Cakupan terluasnya wilayah Pulau Jawa (penyarah pengiriman). Spending power: <ul style="list-style-type: none"> Konsumen yang memiliki potensi pengeluaran biaya untuk makan sebesar Rp.25.000 - Rp.30.000 / Produk
Cost Structure		Revenue Streams		
<ul style="list-style-type: none"> Bahan baku produk. Overhead (Listrik, gas air) Peralatan dan perlengkapan produksi SDM Promosi/iklan Packaging dan percetakan Aspek Legalitas Pajak Kuota/Wifi 		<ul style="list-style-type: none"> Penjualan produk secara <i>online</i>. Bekerja sama dengan <i>reseller</i> secara <i>online</i>. Melakukan penjualan secara <i>offline</i> dengan cara melakukan supply ke beberapa grosir makanan beku. 		

VALUE PROPOSITION CANVAS



Gambar 1. 2 Business Model Canvas POMPIES', Sumber: Penulis,2022.

1.5. Spesifikasi Produk/Jasa

Frozen pompom goreng "Pompies'" merupakan badan usaha yang bergerak di bidang kuliner. Produk ini memiliki bahan dasar udang dan ayam giling lalu di bentuk menjadi bulat dan diisi dengan potongan keju di dalamnya yang akan

meleleh saat digoreng. Produk ini akan dijual secara *online* dalam bentuk *frozen* dan ditambah dengan beberapa pilihan *sauce* sebagai *dip* nya.

Terdapat dua macam pilihan *sauce* yaitu *ala thai sauce* dan *tartar sauce*. Keduanya memiliki kesamaan yaitu rasa asam, karena cocok dengan rasa dari *pompom* yang *savoury*. Perbedaannya adalah konsumen akan menikmati rasa asam manis dari *ala thai sauce* dan rasa asam yang *creamy* dari *tartar sauce*.

Frozen *pompom* goreng “Pompies” merupakan bisnis *home industry* sehingga produksi dilakukan di dapur rumah dengan menerapkan HACCP didalamnya, karena kebersihan merupakan hal utama dalam pembuatan produk ini.

Packaging yang diterapkan oleh *frozen* *pompom* goreng “Pompies” menggunakan plastik lalu dilakukan *vaccum* terlebih dahulu sebelum di *seal*. Hal ini dilakukan agar produk terjaga dari kontaminasi dan menghambat pertumbuhan bakteri. Stiker logo “Pompies” akan ditempel diatas plastik, sebelum plastik tersebut di *vaccum*. Selain sebagai identitas, penempatan stiker ini pun menambah estetika pada kemasan dan juga sebagai bahan promosi.

1.6. Jenis/Badan Usaha

Badan usaha yang akan diterapkan penulis dalam bisnis kuliner *frozen* *pompom* goreng “Pompies” adalah perusahaan perseorangan. Karena usaha bisnis ini hanya dimiliki oleh perseorangan yaitu penulis sendiri dan bentuk pengelolaannya pun sederhana. Adapun kelebihan dari bisnis perseorangan ini, yaitu:

- a. Keuntungan mutlak didapatkan oleh pemilik bisnis tersebut.

- b. Dalam segi kepemimpinan, pemilik bisnis perseorangan mempunyai hak penuh dalam memimpin bisnis tersebut. Juga mendapatkan kepuasan pribadi, karena mengambil keputusan oleh satu pimpinan merupakan salah satu prinsip yang baik.
- c. Pemilik bisnis bisa menciptakan sendiri kebijakan bisnis tersebut.
- d. Menjaga keamanan informasi dan keuangan bisnis yang dijalani, sehingga menurunkan resiko pencurian informasi oleh pesaing bisnis lain.

Frozen pompom goreng “Pompies” akan menggunakan bisnis perseorangan, namun apabila suatu hari memungkinkan terjadi perubahan bentuk usaha, selama tetap sesuai dengan rencana penulis, makan hal tersebut tidak akan menjadi halangan untuk penulis dalam mengubah bentuk usaha ini.

1.7. Aspek Legalitas

Bisnis kuliner *Frozen* pompom goreng “Pompies” merupakan bisnis *home industry* atau biasa disebut sebagai industri rumah tangga. Industri rumah tangga pangan mendapat pengecualian dalam membuat izin edar, namun adapula yang diwajibkan untuk dimiliki oleh pemilik industri rumah tangga, diantaranya :

- a. (SPP-IRT)

SPP-IRT merupakan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga yang mana akan diterbitkan langsung oleh Bupati/Walikota atau dalam hal ini yang menetapkan pedoman pemberian SPP-IRT tersebut adalah Dinas Kesehatan dan Kepala Badan POM.

- b. Sertifikat Halal

Indonesia sebagai negara yang penduduknya dominan beragama islam, maka sertifikat halal menjadi salah satu hal yang sebaiknya dimiliki oleh pelaku usaha kuliner. Pelaku usaha yang akan mengurus izin ini di kantor Majelis Ulama Indonesia.