

**Mekanisme Produksi Bisnis Ngemil Yuk; Rebranding  
Produk Olahan Pangan Basreng (Bakso Goreng)**

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan guna memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:

ABDUL KHAFIDZ

NIM. 18423055

*Handwritten signature and date:*  
3 November 2022.

**PROGAM STUDI EKONOMI ISLAM  
JURUSAN STUDI ISLAM  
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM  
2022**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Abdul Khafidz  
NIM : 18423055  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Judul tugas akhir : **Mekanisme Produksi Bisnis Ngemil Yuk ;  
Rebranding Produk Olahan Pangan Basreng  
(Bakso Goreng)**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan tugas akhir perintisan bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan tugas akhir perintisan bisnis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 03 November 2022



Abdul Khafidz

## NOTA DINAS

Yogyakarta, 03 November 2022

09 Rabiul Akhir 1444 H

Hal : Tugas Akhir Perintisan Bisnis  
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam  
Universitas Islam Indonesia  
D.I Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*


Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 954/Dek/60/DAATI/FIAI/VIII/2022 tanggal 05 Agustus 2022 M, 07 Muharram 1444 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama	: Abdul Khafidz
Nomor Induk Mahasiswa	: 18423055
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
Jurusan/Program Studi	: Ekonomi Islam
Tahun Akademik	: 2022/2023
Judul Skripsi	: Mekanisme Produksi Bisnis Ngemil Yuk ; Rebranding Produk Olahan Pangan Basreng (Bakso Goreng)

Setelah kami teliti adakah perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa Tugas Akhir Perintisan Bisnis saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) ekslembar Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang dimaksud.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dosen Pembimbing



Rheyza Virgiawan, Lc., ME

## **REKOMENDASI PEMBIMBING**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Abdul Khafidz  
NIM : 18423055  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Judul Skripsi : “Mekanisme Produksi Bisnis Ngemil Yuk ; Rebranding  
Produk Olahan Pangan Basreng (Bakso Goreng)”.

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah Tugas Akhir Perintisan Bisnis pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Dosen Pembimbing



Rheyza Virgiawan, Lc., ME.



## PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 29 November 2022  
Judul Tugas Akhir : Mekanisme Produksi Bisnis Ngemil Yuk ; Rebranding Produk Olahan Pangan Basreng (Bakso Goreng)  
Disusun oleh : ABDUL KHAFIDZ  
Nomor Mahasiswa : 18423055

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

### TIM PENGUJI:

Ketua : Fajar Fandi Atmaja, Lc., M.S.I. (.....)

Penguji I : Rakhmawati, S.Stat, MA (.....)

Penguji II : Junaidi Safitri, SEI, MEI (.....)

Pembimbing : Rheyza Virgiawan, Lc., ME (.....)

Yogyakarta, 7 Desember 2022



Dekan,

*Asmuni*  
Dr. Drs. Asmuni, MA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan pemilik alam semesta yang telah melimpahkan rahmatNya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Shalawat serta salam kepada Rasulullah Muhammad SAW atas segala petunjuk kebaikan yang Beliau berikan kepada penulis dan penulis harapan syafaatnya di hari pertanggungjawaban nanti. Melalui sebuah karya yang penulis susun dengan sebaik-baiknya dan penulis persembahkan karya kepada:

Ibunda saya, Wasiroh, dan Ayahanda saya, Syarifudin, Saya mengucapkan terima kasih banyak atas segala doa yang senantiasa mengalir untuk saya atas seluruh cinta dan kasih sayang yang utuh, semua motivasi yang penuh, segala dukungan dan restu yang selalu tucurahkan, segala kebahagiaan yang tak pernah lelah diberikan, dan pengorbanan serta jerih payah yang tiada habisnya.

Terimakasih banyak saya ucapkan kepada seluruh dosen di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia terkhusus kepada dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah membimbing saya dari awal masa perkuliahan hingga saat ini. Selain itu, saya ucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing yaitu Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., ME. yang sudah membantu dan memberikan usulan terhadap penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis hingga akhir sidang saat ini. Semoga saya bisa mengamalkan ilmu yang telah diberikan oleh Bapak/Ibu dosen dan nantinya menjadi suatu keberkahan yang mengalir kepada Bapak/Ibu semua.

Terimakasih kepada sahabat-sahabat saya, tim *support* dan teman kelompok yaitu Zaidan Iman Fadhlillah dan R. Suriana Harapani yang selama ini telah berjuang bersama-sama sehingga saya bisa menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Terimakasih untuk diri saya sendiri yang telah berjuang sejauh ini dan berusaha melakukan yang terbaik demi orang-orang yang saya sayangi dan menyayangi penulis.

## MOTTO

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.

(Q.S Al - Baqarah : 275)



## ABSTRAK

### MEKANISME PRODUKSI BISNIS NGEMIL YUK; REBRANDING PRODUK OLAHAN PANGAN BASRENG (BAKSO GORENG)

Abdul Khafidz

18423055

Pada saat ini, peluang bisnis makanan di Indonesia terbilang potensial karena makanan adalah kebutuhan pokok. Salah satu makanan yang dapat dikonsumsi adalah cemilan/jajanan. Dalam hal ini, jajanan dinilai lebih potensial untuk mendapatkan profit besar dalam penjualannya. Hasil survei dan observasi yang penulis jalankan, dari beberapa macam usaha camilan yang diminati konsumen, penulis memilih untuk memulai usaha bakso goreng (basreng). Alasan penulis memilih basreng karena rata-rata konsumen menyukai makanan atau camilan yang memiliki rasa pedas asin. Untuk itu, basreng menjadi pilihan penulis membuat bisnis *rebranding* olahan camilan bakso goreng (basreng). Beberapa produk camilan yang telah dijual di Indonesia memiliki cita rasa yang beragam, namun belum banyak melakukan perbaikan khususnya dari segi kemasan. Branding dalam bentuk kemasan produk dinilai akan lebih menarik perhatian konsumen dalam membeli produk. Dalam usaha perintisan bisnis ini, kelompok penulis melakukan perintisan bisnis, yaitu Ngemil Yuk: Branding Produk Makanan Olahan Basreng (Bakso Goreng). Perintisan bisnis dilakukan pada Februari 2022 hingga Oktober 2022. Penjualan dilakukan melalui media sosial Instagram, marketplace Shopee, pengiriman langsung, konsinyasi, serta melalui agen dan *reseller*. Pada laporan ini penulis melaporkan beragam aspek dari bisnis Ngemil Yuk yang meliputi aspek produksi, riset bahan baku dan kemasan, spesifikasi produk, penentuan biaya produksi berkoordinasi dengan bidang keuangan, manajemen stok berkoordinasi dengan bidang produksi dan pengelolaan *marketplace*.

Kata Kunci: perintisan bisnis; camilan bakso goreng; *rebranding*; produk



## ABSTRACT

### NGEMIL YUK BUSINESS PRODUCTION MECHANISM: REBRANDING BASRENG FOOD PRODUCT

Abdul Khafidz

18423055

*To date, the food business opportunities in Indonesia are extremely potential because food is a basic need. One type of food that is promising to market is snacks because they have the potential and make more profits. From the survey and observation on different kinds of snack business that interest consumers, the author decided to choose the fried meatball (basreng) product. The reason is because, on average, consumers like spicy, salty food or snacks; therefore, basreng is selected by the author as the product for rebranding. Many basreng snacks circulating in Indonesian market have a variety of flavors, but improvement remains necessary, especially in terms of packaging. Branding in the form of product packaging can attract more consumers to purchase the product. Therefore, the author's group developed a business startup named Ngemil Yuk: Rebranding Basreng (Fried Meatballs) Processed Food Product. The business was conducted during February-October 2022. The product sales were made on Instagram and Shopee, via direct delivery and consignment, and through agents and resellers. In this report, the author discussed the aspect of production in Ngemil Yuk business startup, which included research on raw materials and packaging, product specifications, determination of the production costs in coordination with the finance division, stock management in coordination with the production division, and management of the marketplace.*

**Keywords: business startup, bakso goreng (fried meatballs), rebranding, production**

November 4, 2022

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated by a Center for International Language and Cultural Studies of Islamic University of Indonesia  
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24  
YOGYAKARTA, INDONESIA.  
Phone/Fax: 0274 540 255

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN  
KEPUTUSAN BERSAMA  
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
REPUBLIK INDONESIA**

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

**A. Konsonan**

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

**Tabel 0.1** Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er

ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monofong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

**Tabel 0.2** Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
------------	------	-------------	------

َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	Dammah	u	u

## 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

**Tabel 0.3** Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ...ي	Fathah dan ya	ai	a dan u
ُ...و	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَاعَلَ fa`ala
- سُوِّلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

### C. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

**Tabel 0.4** Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ...أ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ِ...ي	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
ُ...و	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

#### D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

##### 1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

##### 2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

#### E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

## F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

## G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْءٍ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

## H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ / Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/  
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`alamīn/  
Alhamdu lillāhi rabbil `alamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm

- لِلّٰهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا                      Lillāhi                      al-amru  
jamī`an/Lillāhil-amru  
jamī`an

## J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.





## KATA PENGANTAR

### *Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karuniaNya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dengan penuh kelancaran. Salawat serta salam senantiasa terhaturkan kepada Baginda Rasulullah SAW yang telah menjadi teladan penulis untuk terus bersemangat dalam menjalankan kebaikan, termasuk melakukan dan menulis Tugas Akhir Perintisan Bisnis dengan judul “Mekanisme Produksi Bisnis Ngemil Yuk; Rebranding Produk Olahan Pangan Basreng (Bakso Goreng)”.

Penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Ayahanda Syarifudin dan Ibunda Wasiroh atas segala doa, semangat, dukungan, keringat, air mata, kasih, dan sayang yang tidak terhingga sehingga menjadi sumber semangat utama penulis dalam menyelesaikan karya tulis ini. Terima kasih kepada saudara Reza Hernando dan Emy T. Lestari yang telah memberi semangat pada proses pembuatan karya tulis ini.

Penghargaan dan terima kasih juga penulis berikan kepada:

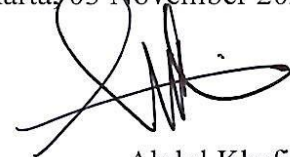
1. Bapak Prof Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku rektor Universitas Islam Indonesia Beserta seluruh jajarannya dan rektor - rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., ME., selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam sekaligus Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang telah memberikan dukungan, arahan, masukan, dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menjalani kewajiban mahasiswa di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

5. Segenap Dosen serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan juga memberikan pelayanan kepada mahasiswa Prodi Ekonomi Islam.
6. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan penulis semangat, doa yang selalu dipanjatkan serta motivasi untuk kelancaran penyusunan Tugas akhir Perintisan Bisnis penulis.
7. Kakak yang selalu menyemangati dan menemani penulis dalam Menyusun Tugas Akhir Perintisan Bisnis. Kemudian Ia juga memberikan solusi dan arahan kepada penulis terkait penyusunan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini.
8. Teman - teman, Rizal, Eko, Andi, Alfian, Fandi yang telah memberikan semangat dan informasi penting terkait syarat Tugas Akhir Perintisan Bisnis selama menyelesaikan studi di Yogyakarta.
9. Teman kelompok Zaidan dan Fani yang telah bekerjasama menyelesaikan Perintisan Bisnis ini dengan tepat waktu. Mereka juga membantu penulis memberikan informasi terkait program kerja yang sedang penulis jalani.

Dengan kerendahan hati, penulis memohon kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal - hal yang kurang berkenan di hati, itu semata - mata kelalaian dan kekhilafan dari penulis sendiri. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga Laporan Tugas Akhir Perintisan Bisnis dapat berguna dan menambah pengetahuan bagi para pembacanya.

*Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

Yogyakarta, 03 November 2022



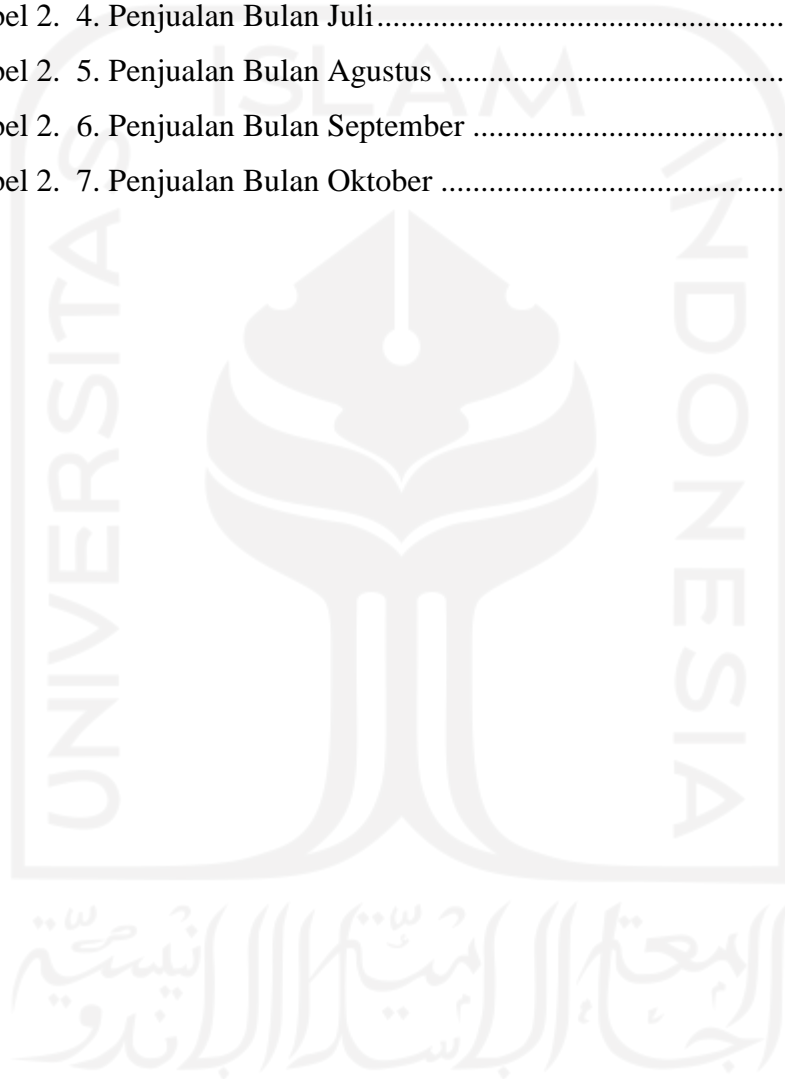
Abdul Khafidz

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	i
NOTA DINAS .....	ii
REKOMENDASI PEMBIMBING .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
MOTTO .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....	ix
KATA PENGANTAR .....	xvi
DAFTAR ISI .....	xviii
DAFTAR TABEL .....	xix
DAFTAR GAMBAR .....	xx
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Capaian Target .....	8
C. Sistematika Penulisan .....	8
BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS .....	10
A. Profil Bisnis .....	10
B. Pelaksanaan Bisnis .....	14
1. Tinjauan Aspek Produksi .....	15
BAB III IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH .....	52
A. Identifikasi Masalah .....	52
B. Tinjauan Teoritis .....	55
C. Pemecahan Masalah Produksi .....	57
BAB IV Kesimpulan dan Saran .....	59
A. Kesimpulan .....	59
B. Saran .....	60
DAFTAR PUSTAKA .....	61
RIWAYAT HIDUP .....	67

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Progam Kerja Setap Anggota Kelompok .....	13
Tabel 2. 2. Pembelian Alat Produksi .....	34
Tabel 2. 3. Variable Cost .....	38
Tabel 2. 4. Penjualan Bulan Juli .....	42
Tabel 2. 5. Penjualan Bulan Agustus .....	43
Tabel 2. 6. Penjualan Bulan September .....	45
Tabel 2. 7. Penjualan Bulan Oktober .....	46



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Survei Via Instagram.....	2
Gambar 2. 1. Logo Bakso Goreng (Basreng).....	11
Gambar 2. 2. Riset Bahan Baku Pakem .....	16
Gambar 2. 3. Riset Bahan Baku Bantul.....	17
Gambar 2. 4. Bahan Baku Juragan Basreng.....	18
Gambar 2. 5. Bahan Baku Pabrik Keripik Cianjur.....	20
Gambar 2. 6. Bahan Baku diseblakan.id .....	22
Gambar 2. 7. Bahan Baku Juragan Basreng 2.....	24
Gambar 2. 8. Riset Kemasan Top Packaging.....	27
Gambar 2. 9. Riset Kemasan Zone Pack.....	29
Gambar 2. 10. Alat Pres .....	34
Gambar 2. 11. Kontainer Box .....	35
Gambar 2. 12. Timbangan.....	36
Gambar 2. 13. Centong Nasi .....	36
Gambar 2. 14. Toples .....	37
Gambar 2. 15. Penggaris .....	37
Gambar 2. 16. Cutter .....	38
Gambar 2. 17. Bahan Baku Produk Basreng.....	39
Gambar 2. 19. Sendok Plastik .....	39
Gambar 2. 20. Spidol.....	40
Gambar 2. 21. Stiker Kemasan.....	40
Gambar 2. 22. Pendaftaran Toko Shopee.....	49
Gambar 2. 23. Fitur Shopee.....	50

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Makanan menjadi sumber nutrisi dan energi yang berasal dari tumbuhan dan hewan yang dibutuhkan bagi makhluk hidup (Amalia, 2019). Peluang bisnis makanan di Indonesia termasuk peluang yang sangat potensial karena makanan merupakan kebutuhan pokok. Salah satu makanan yang sangat menjanjikan untuk dijual yaitu makanan ringan yang dianggap menguntungkan.

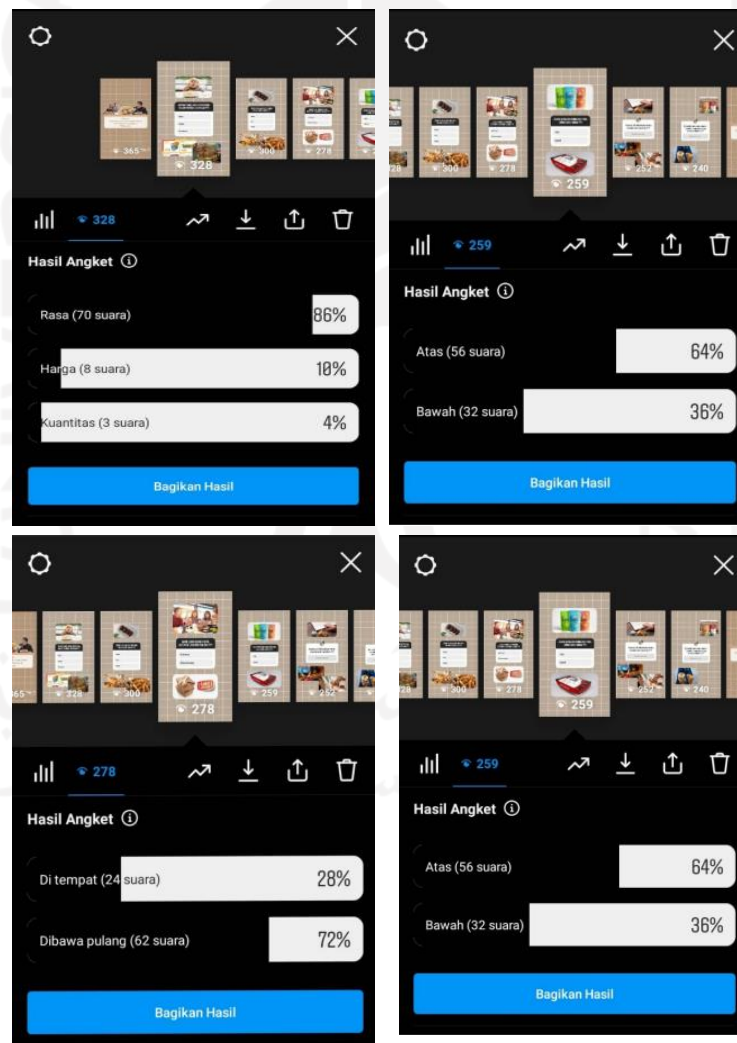
Alasan yang melatarbelakangi penulis untuk memilih makanan ringan sebagai pilihan bisnis ini disebabkan karena makanan ringan dinilai menguntungkan untuk dijual, menghasilkan keuntungan besar, memiliki pangsa pasar yang besar, masyarakat gemar mengemil sambil menonton televisi, dan gemar berkumpul dan membuat acara. Makanan ringan atau biasa disebut dengan camilan yaitu produk makanan yang disukai oleh semua kalangan masyarakat dari berbagai usia.

Sebuah survei yang berjudul "*The State of Snacking*" menunjukkan bahwa 77% orang Indonesia lebih banyak mengonsumsi camilan daripada makanan berat setiap harinya (Sutiawan, 2019). Oleh karena itu, makanan dapat menjadi sebuah bisnis yang sangat menjanjikan. Sering dikatakan bahwa bisnis makanan adalah bisnis yang tidak ada matinya.

Camilan mudah ditemukan dimana saja dan dapat dijadikan sebagai makanan alternatif untuk memenuhi kebutuhan energi makanan. Sesuai perkembangan zaman dan tingkat kesibukan manusia yang terus meningkat, makanan camilan cepat berkembang. Namun dalam perkembangan zaman ini, sulitnya mendapatkan camilan yang berkualitas dan harga terjangkau menjadi pertimbangan masyarakat dalam memilih camilan yang mereka konsumsi.

Oleh karena itu, diperlukan suatu inovasi untuk menciptakan produk pangan baru dan layak untuk dikonsumsi.

Sebelum melakukan perintisan bisnis, penulis telah melakukan observasi terhadap bisnis camilan di sekitar Universitas Islam Indonesia (UII). Hasil dari kegiatan observasi, penulis mendapatkan bahwa belum ada yang menjual bakso goreng (basreng). Selain itu, penulis juga telah melakukan riset pasar melalui akun via sosial media Instagram. Pada perencanaan ini, penulis telah melakukan observasi via sosial media (instagram) terkait kebiasaan responden (18-30 tahun) dalam mengonsumsi camilan/*snack*.



Gambar 1. 1 Hasil Survei Via Instagram



Dari hasil riset pasar melalui akun media Instagram tersebut, diperoleh hasil sebagai berikut.

1. Konsumen mengutamakan kelezatan rasa dalam memilih produk dibandingkan dengan harga dan kuantitas.
2. Konsumen lebih memilih rasa pedas dalam menikmati camilan dibandingkan dengan rasa manis.
3. Konsumen cenderung menyantap camilan dirumah dibandingkan menyantap ditempat membeli.
4. Konsumen lebih menyukai kemasan berbentuk *standing pouch* yang fleksibel dibandingkan dengan kemasan *food box*.
5. Konsumen cenderung menikmati camilan pada waktu malam, santai, dan menikmati hiburan.

Setelah melakukan observasi dan riset pasar melalui sosial media, penulis memiliki ide untuk menjual camilan bakso goreng (basreng) sebagai produk yang banyak digemari oleh para konsumen. Basreng berupa camilan pedas gurih asal bandung menjadi camilan yang digemari oleh anak milenial karena cita rasa pedas mudah mendapatkan hati konsumen. Hal ini dikarenakan makanan dengan cita rasa gurih pedas akan menimbulkan efek ketagihan bagi setiap orang yang menikmatinya. Makanan dengan rasa pedas sangat sulit dipisahkan dengan keseharian masyarakat Indonesia yang erat dengan sambal yang wajib ada di setiap makanan. Oleh karena itu, bisnis kuliner jajanan pedas akan membuka peluang bisnis yang menjanjikan untuk bisnis.

Setelah menentukan bahwa kelompok akan menjalankan bisnis basreng, penulis melihat bahwa sudah ada beberapa produk basreng yang di jual di Indonesia. Beberapa produk memiliki rasa yang lezat namun masih memerlukan perbaikan dari segi *branding*. Salah satu arti dari *rebranding* adalah strategi pemasaran yang biasanya menggunakan nama baru, istilah, simbol, desain, atau kombinasi yang diciptakan untuk brand mapan dengan



tujuan mengembangkan identitas baru dalam benak konsumen, investor, dan kompetitor (Pratika & Hidayat, 2020).

Faktor *rebranding* dibutuhkan sebagai komunikasi dengan konsumen bahwa suatu bisnis atau organisasi telah berubah. Ada empat kategori utama faktor *rebranding* yaitu: 1) perubahan dalam strategi perbisnisan, 2) perubahan struktur kepemilikan perbisnisan, 3) perubahan dalam lingkungan eksternal, dan 4) perubahan pada posisi kompetitif atau pasar (Fitri & Hamid, 2020).

Berdasarkan pendapat Goi dalam jurnal (Alexandra & Jaelani, 2019) menjelaskan bahwa proses *rebranding* yang dilakukan dengan *rebranding mix* yaitu dengan *repositioning*, *renaming*, *redesign*, dan *relaunch* yang dijelaskan sebagai berikut:

1. *Repositioning* adalah penyesuaian persepsi agar terlihat berbeda dibenak konsumen. Kegiatan ini melibatkan penggantian identitas untuk merubah persepsi konsumen dari suatu merek bertujuan untuk menarik perhatian segmen market yang baru.
2. *Renaming* adalah perintah untuk merubah nama *brand* yang merupakan dasar dalam *awarenes* dan *communication*. Nama yang baru akan menjadi media pengirim sinyal kuat kepada perbisnisan untuk melakukan perubahan strategi, struktur, dan fokus kepemilikan.
3. *Redesign* adalah perubahan tampilan visual seperti logo, *elemen visible*, dan *office style* yang ingin disampaikan. Perubahan nyata pada bentuk logo, nama merek, dan slogan menunjukkan adanya proses *rebranding*. Komponen yang ada dalam *redesign* adalah tampilan logo, *office*, dan slogan yang menjadi inti dari filosofi perbisnisan dari produk digambarkan ke dalam sebuah simbol.
4. *Relaunch* adalah peluncuran ulang *brand* ke dalam internal dan eksternal pada suatu perbisnisan. Untuk internal bisa dilakukan dengan brosur, *workshop* (internet), dan internal *meeting*. Sedangkan untuk eksternal

bisa melalui *advertising*, *press release*, dan media lainnya. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian brand baru dan juga dapat memfasilitasi proses adopsi dari nama baru kepada para *stakeholder*.

Aspek yang dipaparkan diatas dapat terpenuhi dalam perintisan bisnis ini karena produk yang penulis gunakan telah memiliki penilaian yang baik dari segi cita rasa oleh konsumen. Namun, pada respon penilaian konsumen, terdapat beberapa komplain mengenai kemasannya. Beberapa konsumen mengeluhkan tentang kemasan yang kurang baik sehingga produk basreng mudah masuk angin. Selain itu, varian terlaris dari produk ini adalah basreng rasa pedas daun jeruk. Namun, konsumen jarang menghabiskan satu bungkus produk dalam satu waktu.

Seiring perkembangan zaman, kemasan menjadi salah satu alat pemasaran yang harus diperhatikan. Menurut (Prameswari, 2018) kemasan adalah wadah untuk menempati suatu barang agar tetap aman dan mempunyai daya tarik bagi konsumen. Fungsi lain dari suatu kemasan yaitu dapat memberikan pengaruh yang sangat penting agar bisa mempertahankan dan meningkatkan penjualan.

Banyak yang perlu diperhatikan dalam menggunakan kemasan yang baik bagi makanan. Salah satunya yaitu menggunakan bahan yang ramah lingkungan, mudah dibawa, aman, dan tidak menimbulkan kontaminasi pada makanan (Widiati, 2020). Adapun bahan kemasan yang biasa digunakan yaitu bahan kemasan kaku yang meliputi kemasan kayu, logam, metal, besi, kaca, dan botol. Sedangkan bahan kemasan lentur (fleksibel) biasanya terbuat dari plastik, kertas, *multilayer*, nilon (*vacum*), *aluminium foil* dan *metalized*.

*Aluminium foil* bersifat kedap cairan sehingga mampu mencegah kontaminasi mikroorganisme dan produk yang dikemas pun tidak mudah rusak oleh pengaruh udara luar. Penggunaan bahan-bahan kemasan ini disesuaikan dengan karakteristik produk. Untuk produk makanan ringan (*snack*) yang sifatnya seperti keripik biasanya menggunakan bahan *aluminium foil* dan *metalized*.

Kemasan juga berperan sebagai penandaan barang. Warna kemasan mencerminkan isi, ramah lingkungan, dan dapat didaur ulang. Kemasan perlu didesain sehingga menarik perhatian, sesuai dengan produk yang dikemas, sesuai dengan tingkat pemasaran yang dituju, *up to date*, *display* mudah, komunikatif, dan berbeda dari produk pesaing (Widiati, 2020).

Salah satu bahan kemasan yang baik untuk makanan yaitu menggunakan kemasan *standing pouch kraft paper* yang berfungsi melindungi produk dari sinar matahari dan dapat di *customize*.

Selain kemasan yang harus diperhatikan pada produk, ada hal lain yang mampu mempengaruhi minat konsumen yaitu desain kemasan. Adapun tujuan desain kemasan yaitu untuk merebut pasar dan memberikan rangsangan kepada konsumen agar membeli produknya. Selain itu, tujuan yang paling utama adalah sebagai suatu alat pemasaran yang merepresentasikan karakteristik dari produk untuk meyakinkan konsumen guna mempengaruhi keputusan pembelian (Prameswari, 2018).

Selain desain kemasan, logo juga dapat membantu *brand* yang diciptakan agar terkesan lebih istimewa dan mewah. Melalui logo, bisnis baik UMKM dan yang lainnya bisa membentuk komunikasi melalui lambang atau tanda yang mudah diingat dan dimengerti oleh setiap orang (Setiawati et al., 2019).

Hal ini membuat penulis memiliki ide untuk melakukan inovasi pada kemasan produk tersebut, berupa merubah bahan kemasan dari plastik menjadi bahan *kraft and foodgrade* (ramah lingkungan), menambahkan *ziplock*, dan menyediakan sendok. Inovasi tersebut penulis lakukan agar konsumen dapat menikmati camilan dengan tetap menjaga kualitas produk dengan baik walaupun makanan tidak dihabiskan dalam satu waktu.

Terdapat beberapa aspek yang mendukung pengembangan bisnis bakso goreng ini yaitu bidang produksi, bidang pemasaran, dan bidang keuangan. Bidang produksi bisnis bakso goreng termasuk aspek yang

penting. Pada bidang ini, penulis melakukan produksi dengan memesan bakso goreng yang telah jadi kemudian melakukan *rebranding* terhadap kemasannya. Disamping itu, bidang produksi juga melakukan *quality control* setiap pembelian produk dan mengecek barang (*management stock*) yang harus diorder kembali. Hal lain yang perlu dilakukan oleh bidang produksi yaitu bekerjasama dengan bidang keuangan untuk menentukan harga produk dan mengelola *e-commerce* via Shopee.

Aspek kedua yaitu bidang pemasaran yang tidak kalah penting dari aspek produksi. Pemasaran harus selalu melakukan survei pasar agar membantu menghasilkan informasi tentang pasar potensial produk agar sesuai target pasar. Pembuatan logo dan desain kemasan juga menjadi tanggung jawab dari bidang pemasaran karena seperti yang sudah dijelaskan pada poin di atas bahwa bisnis bakso goreng hanya melakukan *rebranding* kemasan tanpa mengubah cita rasanya. Program kerja yang harus dijalani lainnya yaitu pengenalan *brand* bisnis via sosial media, pembuatan konten pemasaran, dan penentuan alokasi biaya pemasaran yang bekerjasama dengan bidang keuangan.

Aspek terakhir adalah bidang keuangan. Bidang keuangan menjadi inti dari suatu bisnis karena ide bisnis muncul berawal dari adanya potensi keuntungan yang akan didapatkan. Adapun program kerja yang harus terealisasikan yaitu bidang keuangan harus bisa menganalisis keuangan bisnis untuk memahami atau memperkirakan prospek masa depan bisnis. Keuangan juga harus melakukan arus kas perharinya agar dapat memberikan informasi yang memungkinkan konsultan untuk mengevaluasi perubahan dalam aktiva bersih bisnis dan struktur keuangan. Terakhir membuat laporan keuangan dan berkoordinasi juga program yang harus dijalankan oleh bidang keuangan.

## **B. Capaian Target**

Adapun capaian dan target yang akan dilakukan penulis dalam melaksanakan perintisan bisnis Ngemil Yuk bidang produksi sebagai berikut:

1. Penulis mampu melaksanakan riset bahan baku dan kemasan.
2. Penulis mampu membuat spesifikasi produk basreng Ngemil Yuk.
3. Penulis mampu menentukan biaya produksi berkoordinasi dengan bidang keuangan.
4. Penulis mampu melaksanakan manajemen stok berkoordinasi dengan bidang pemasaran.
5. Penulis mampu melaksanakan pengelolaan *Marketplace*

## **C. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan rancang bangun bisnis ini memiliki beberapa bagian yaitu bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Bagian awal terdiri dari bagian sampul depan dan halaman judul. Bagian inti laporan dibagi menjadi tiga bagian yakni Bab I, II, III, dan IV. Bab I berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang yang menguraikan munculnya ide bisnis yang dijalankan dan bagaimana proses menganalisa kelayakan suatu bisnis serta sistematika laporan yang memaparkan secara singkat bagaimana laporan tugas akhir rancang bangun dan implementasi bisnis ini dibuat.

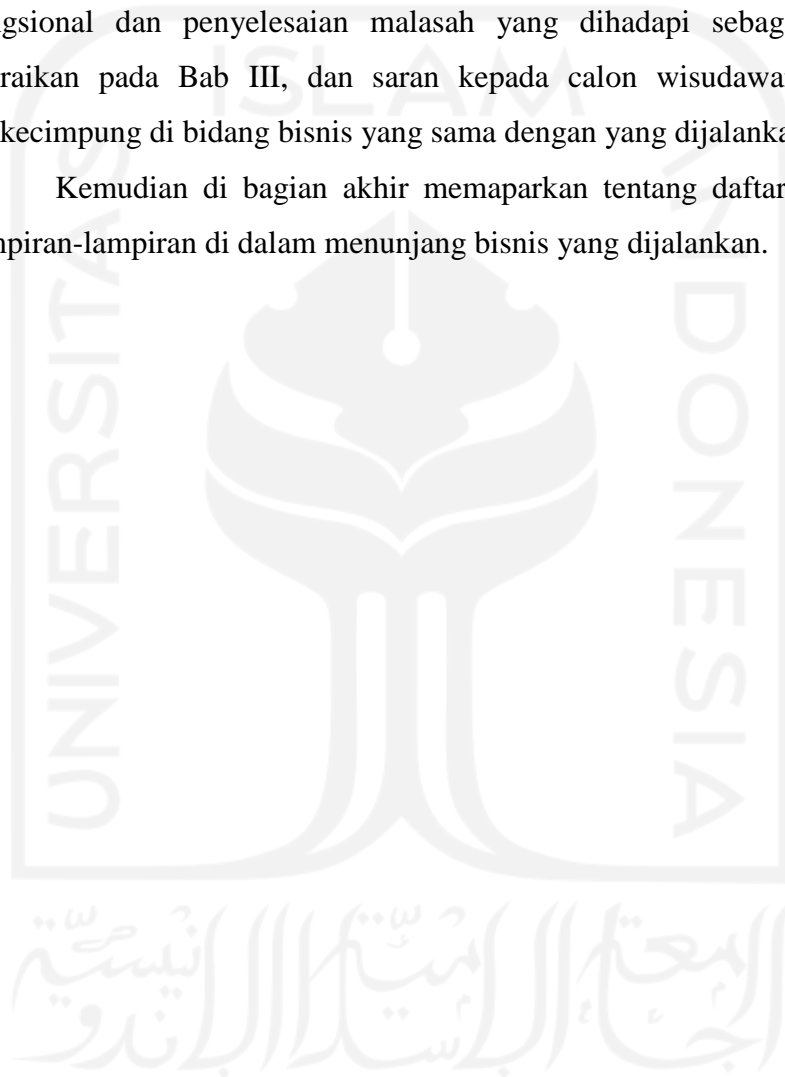
Pada bagian Bab II tentang laporan umum pelaksanaan kegiatan bisnis, terdiri dari profil bisnis dan pelaksanaannya. Pada bagian profil bisnis, menguraikan tentang profil bisnis secara umum meliputi bidang bisnis, lokasi, kapan berdiri, dan perkembangan bisnis secara umum. Untuk bagian pelaksanaan bisnis berisikan tentang beragam aspek-aspek yaitu produksi, pemasaran, dan keuangan.

Pada Bab III identifikasi dan pemecahan masalah terdiri dari identifikasi masalah, tinjauan teoritis, dan pemecahan masalah. Pada bagian identifikasi masalah menguraikan tentang permasalahan yang dihadapi oleh pelaku bisnis dalam membuat suatu bisnisnya. Kemudian bagian tinjauan teoritis berisikan tentang teori yang berkaitan dengan permasalahan yang

muncul dan untuk bagian pemecahan masalah menjabarkan tentang teori atau pendekatan apa yang dipakai untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dan bagaimana tingkat efektifitasnya.

Terakhir bagian Bab IV kesimpulan dan rekomendasi yaitu menjelaskan tentang pelaksanaan bisnis secara umum. Pelaksanaan aspek fungsional dan penyelesaian masalah yang dihadapi sebagaimana telah diuraikan pada Bab III, dan saran kepada calon wisudawan yang akan berkecimpung di bidang bisnis yang sama dengan yang dijalankan.

Kemudian di bagian akhir memaparkan tentang daftar pustaka dan lampiran-lampiran di dalam menunjang bisnis yang dijalankan.



## **BAB II**

### **PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS**

#### **A. Profil Bisnis**

Camilan saat ini merupakan salah satu makanan yang perkembangannya sangat bagus dan menawarkan potensi keuntungan yang cukup menjanjikan. Salah satu bentuk camilan yang menjanjikan adalah camilan dengan berbagai varian rasa memiliki trend yang baik dikalangan konsumen terutama para pelajar, mahasiswa, dan karyawan. Peluang bisnis camilan sekarang ini memiliki prospek cukup cerah untuk dilakukan. Banyak sekali kesibukan yang mengharuskan seseorang untuk memakan camilan di saat memiliki waktu senggang ketika padatnya waktu yang dilakukan. Dengan adanya varian camilan dan keuntungan bisnis didalamnya, penulis berinisiatif untuk membuka bisnis yang dinamai Ngemil Yuk.

Bisnis Ngemil Yuk merupakan bisnis rumah tangga yang dikelola pada tahun 2022 yang berlokasi di Dusun Besi, Desa Sukoharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Dati II Sleman, D.I. Yogyakarta. Kota Yogyakarta sebagai kota pendidikan dan kota pelajar merupakan tempat yang sangat potensial untuk membangun bisnis makanan camilan. Dengan banyaknya mahasiswa yang berada di kota ini serta semakin bertambahnya kedatangan mahasiswa setiap tahun akan menambah potensi dikenalnya bisnis ini. Ngemil Yuk diangkat dari kebiasaan anak muda yang gemar sekali mengkonsumsi camilan yang mudah dan praktis. Penulis mengangkat nama merek Ngemil Yuk sebagai sarana untuk menyediakan camilan dan makanan ringan sebagai teman mengemil. Bisnis ini berawal dari tugas akhir perintisan bisnis yang didirikan oleh penulis dan dua teman lainnya. Bentuk bisnis yang diambil oleh penulis adalah makanan ringan yang bisa menambah asupan tubuh. Salah satu bentuk inovasi penulis yaitu pembuatan bakso goreng. Bakso goreng adalah salah satu makanan olahan dari bandung yang terbuat dari daging ayam.

Cara penyajian basreng juga berbeda dari produk bakso pada umumnya. Basreng bertekstur kering dan dapat dikonsumsi sebagai makanan



selingan. Target market yang penulis ambil yaitu kalangan anak muda, pelajar, dan mahasiswa (18 - 30 tahun) khususnya berdomisili di Yogyakarta yang nantinya akan meluas secara otomatis dengan metode *worth of mouth*.

Bakso goreng (basreng) yang dibuat merupakan pengembangan dari basreng yang sudah ada sehingga penulis hanya melakukan *rebranding*. Pengelola basreng berfokus pada pembuatan identitas merek sehingga penulis berpikir jika ingin mengembangkan basreng dengan melakukan *rebranding* pembuatan ulang identitas tersebut. Hal yang penulis ubah dalam identitasnya yaitu mengganti nama, mengganti *value* produk, mengganti kemasan, mengubah rasa, dan melakukan promosi merek. Oleh karena itu, penulis menggunakan merek “Ngemil Yuk” yang disimbolkan dengan logo seperti gambar berikut:



Gambar 2. 1. Logo Bakso Goreng (Basreng)

Pengembangan bisnis camilan basreng ini membawa visi:

Menjadi bisnis terbaik sebagai penyedia camilan basreng yang mengutamakan kualitas dan rasa yang memuaskan bagi konsumen serta



pengemasan yang menarik dan memudahkan konsumen dalam menikmatinya.

Adapun misi yang Ngemil Yuk targetkan untuk mewujudkan visi tersebut di atas adalah sebagai berikut:

- 1) Menggunakan bahan-bahan terbaik serta memastikan kehalalan produk.
- 2) Menawarkan berbagai varian rasa basreng yang lezat dan unik.
- 3) Menciptakan tampilan kemasan yang sederhana namun fungsional sehingga dapat menjaga kualitas produk dengan baik.
- 4) Menyediakan pilihan ukuran yang mudah untuk dibawa dan dikonsumsi dengan nyaman oleh konsumen.

Pelaku bisnis telah memiliki tim kelompok yang memiliki *latar belakang* dalam bidangnya masing-masing. Kelompok terbentuk pada Selasa, 02 November 2021. Dalam melakukan operasional bisnis didahului kegiatan diskusi internal antara kelompok sesuai dengan spesifikasi yang dibutuhkan. Pengelolaan bisnis Ngemil Yuk didasarkan kepada kriteria yang mendukung kebutuhan nantinya dan berpengalaman dalam menjalankan tugas dan kewajiban.

Berdasarkan pertimbangan internal, kelompok bisnis Ngemil Yuk saat ini terdiri dari tiga orang personil yang terdiri dari bidang produksi, bidang pemasaran, dan bidang keuangan.

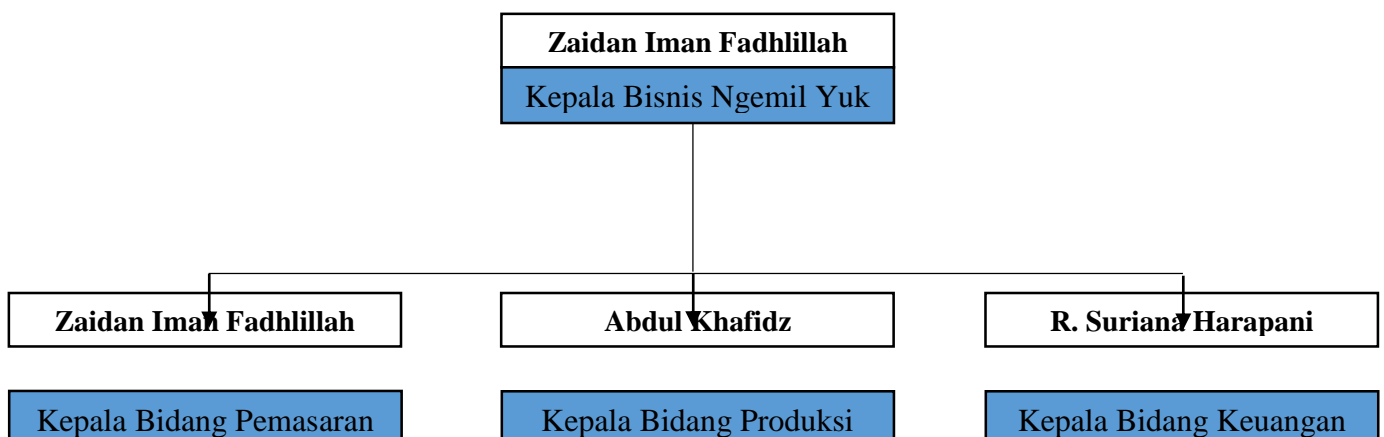
Seluruh bidang akan melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan program kerja dan perencanaan masing-masing. Program kerja yang dijalankan oleh bidang-bidang tersebut digambarkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2. 1. Program Kerja Setap Anggota Kelompok

<b>Bidang Produksi</b>	<b>Bidang Pemasaran</b>	<b>Bidang Keuangan</b>
1) Riset dan penentuan mitra bahan baku dan kemasan	1) Melakukan survei pasar	1) Menganalisa keuangan bisnis
2) Melakukan spesifikasi produk	2) Membuat logo design dan kemasan	2) Melakukan pencatatan arus kas setiap hari
3) Menentukan biaya produksi	3) Pengenalan merek bisnis via sosial media dan <i>word of mouth</i>	3) Melakukan pencatatan laporan keuangan
4) Manajemen stok	4) Pembuatan konten pemasaran	4) Berkoordinasi dengan bidang produksi dan pemasaran dalam masalah keuangan
5) Pengelolaan <i>marketplace</i>	5) Berkoordinasi bersama dengan bidang keuangan dan bidang produksi	

Dalam menentukan penempatan program kerja bisnis Ngemil Yuk, dibutuhkan struktur manajemen pada bisnis Ngemil Yuk. Adapun rincian struktur manajemen bisnis Ngemil Yuk dapat dilihat pada bagan dibawah ini:

### Struktur Bisnis Ngemil Yuk



-----

Nb :

————— : Garis Komando

----- : Garis Koordinasi

### Gambar 2.2 Bagan Struktur Bisnis Ngemil Yuk

Bagan struktur perintisan bisnis Ngemil Yuk diketuai oleh Zaidan Iman Fadhlillah yang merangkap sebagai kepala bidang pemasaran. Ketua memiliki tanggung jawab untuk mengarahkan serta merencanakan berbagai kegiatan yang dilakukan pada perintisan bisnis. Kepala bidang pemasaran bertugas untuk memetakan berbagai strategi pemasaran mulai dari survei pasar, pengelolaan *brand*, serta penggunaan sosial media sebagai sarana melakukan pemasaran. Kepala bidang produksi, diketuai oleh Abdul Khafidz yang bertugas untuk melakukan pengelolaan pada berbagai aspek produksi seperti manajemen stok, penentuan bahan baku, serta berbagai kegiatan produksi lainnya. Terakhir yaitu R. Suriana Harapani sebagai pengampu kepala bidang keuangan bertugas untuk melakukan berbagai pengelolaan keuangan seperti mengatur arus kas, menentukan harga jual, serta berbagai perencanaan keuangan pada bisnis. Untuk alur koordinasi, ketua bertugas memberikan komando kepada kepala bidang yang nantinya masing-masing kepala bidang melakukan koordinasi sebagai upaya untuk terciptanya sinkronisasi.

#### **B. Pelaksanaan Bisnis**

Ngemil Yuk telah resmi beroperasi secara penuh terhitung 07 Juli 2022. laporan dan analisa pelaksanaan praktik bisnis camilan ini mengambil periode waktu dari 07 Juli 2022 sampai 07 Oktober 2022. Analisis pelaksanaan ditinjau dari aspek produksi sebagai berikut:

## 1. Tinjauan Aspek Produksi

Aspek yang akan penulis bahas pada bisnis ini yaitu aspek produksi. Aspek produksi yang dilaksanakan pada bisnis ini meliputi riset bahan baku sampai pada produk jadi yang siap dipasarkan kepada konsumen

Ada empat program kerja yang harus dijalankan penulis pada bisnis bakso goreng (basreng) dalam bidang produksi. Empat program tersebut diantaranya:

### a. Riset dan Penentuan Mitra Bahan Baku dan Kemasan

Penentuan mitra bisnis harus melalui pertimbangan yang matang. Pada bisnis yang penulis jalankan, penjualan basreng, dalam menjalin kemitraan didahului dengan melakukan survei kemitraan baik *via offline* maupun *via online*. Hal ini dilakukan guna menentukan pihak terbaik untuk diajak bekerja sama. Penulis melakukan survei lapangan dengan mengunjungi mitra-mitra yang memiliki produk sesuai dengan standar yang akan dijual kembali.

#### 1) Riset Bahan Baku:

Pada pelaksanaan riset bahan baku dilakukan dua metode yaitu riset *via offline* dan *via online* terhadap produk Ngemil Yuk sebagai berikut.

##### a) Bahan Baku *via offline* :

#### (1) Basreng Andalan *via offline* di daerah Pakem Sleman

Pada riset *offline* pertama yang dilaksanakan hari Senin, 14 Maret 2022 di daerah Pakem Sleman. Penulis bersama rekan tim mengunjungi tempat produksi basreng andalan yang didapatkan informasi di Google Maps. Dalam survei tersebut, penulis dan tim tidak dapat menemukan tempat yang bernama basreng andalan melainkan produksi pengolahan sempol. Penulis dan rekan tim kemudian bertanya-tanya dengan warga sekitar untuk memastikan

keberadaan tempat produksi basreng andalan tersebut. Namun warga juga tidak mengetahui keberadaan tempat produksi basreng andalan yang kami cari, warga sekitar menunjukkan tempat produksi pengolahan sempol dan roti.



Gambar 2. 2. Riset Bahan Baku Pakem

## (2) Basreng Jogja di Kasihan Bantul

Pada riset kedua yang dilaksanakan hari Selasa, 22 Maret 2022 di daerah Kasihan Bantul. Penulis mengunjungi sendiri ke tempat basreng jogja yang mana penulis dapatkan informasi tempatnya di Google Maps.

Dalam survei tersebut penulis menanyakan kepada penjual basreng Jogja apakah tersedia basreng dengan bentuk stik. Penjual menjawab tidak tersedia karena basreng jogja hanya menjual basreng dengan bentuk keripik dan varian rasa yang terbatas. Setelah itu, penulis menginformasikan kepada tim kelompok perihal basreng jogja dan respon tim kelompok mempertimbangkan untuk mencari *via marketplace* basreng yang berbentuk stik.



Gambar 2. 3. Riset Bahan Baku Bantul

(3) Hasil riset bahan baku *via offline*

Dari hasil riset bahan baku *via offline* yang sudah dilakukan, beberapa pertimbangan dalam riset langsung seperti susahny mencari tempat produksi keripik basreng di Jogja. Berikut kelebihan dan kekurangan riset bahan baku *via offline* penulis jabarkan sebagai berikut.

Kelebihan riset secara langsung adalah memberi gambaran pasti mengenai produk yang akan *direbranding*. Sisi kelemahan riset *offline* ialah tidak banyak tempat produksi besar khususnya produksi basreng. Setelah penulis mendiskusikan dan mempertimbangkan dengan tim. Kami sepakat untuk mencari produsen basreng *via online* di Shopee untuk *rebranding* produk.

b) Bahan Baku *via online* :

(1) Bahan baku Juragan Basreng

Pada awal melakukan riset produk basreng, rekan tim memberikan rekomendasi basreng di Shopee dengan nama Juragan Basreng. Alasan rekan tim merekomendasikan produk tersebut karena memiliki rasa yang gurih serta rasa ikan yang kuat dan bumbu yang melimpah. Kemudian penulis menyarankan kepada rekan tim dari bidang keuangan untuk membeli sampel basreng di Juragan Basreng dengan rasa

barbeque. Harga satuan basreng seberat 250 gram sebesar Rp. 15.563 *via* Shopee dengan harga ongkir basreng basreng Rp. 18.000 sehingga totalnya sebesar Rp. 33.563. Alamat penerima yaitu tempat penulis yang menjadi tempat produksi. Pengiriman basreng ditempuh waktu tiga sampai empat hari jam kerja.

Setelah basreng sampai di tempat pada hari Selasa tanggal 30 Maret 2022. Penulis menginformasikan kepada rekan tim agar dapat mencicipi bersama basreng tersebut. Kami mencicipi basreng dengan mempertibangkan kualitas rasa, tekstur, dan bentuknya. Basreng dari Juragan Basreng memiliki kelebihan yaitu rasa ikan yang kuat serta tingkat tekstur yang renyah. Adapun dari segi bentuk basreng memiliki bentuk stik yang memanjang. Namun menurut tim dinilai bentuknya tidak terlalu besar.

Dari varian rasa yang dicoba, rasa barbeque, bumbu dinilai kurang meresap dan bumbunya cenderung sedikit sehingga menjadi kelemahan basreng tersebut. Oleh karena itu, penulis dan tim memutuskan untuk mencari jenis basreng lain yang memiliki rasa lebih kuat dengan bumbu yang lebih melimpah.



Gambar 2. 4. Bahan Baku Juragan Basreng



## (2) Bahan baku Pabrik Kripik Cianjur

Pada riset basreng kedua *via online*, rekan tim melalui *cerita* Instagram menemukan camilan basreng bernama Pabrik Kripik Cianjur. Rekan tim berkoordinasi dengan penulis selaku bidang produksi untuk kembali melakukan riset basreng dengan membeli sampel dari Pabrik Kripik Cianjur. Dalam hal ini, penulis kembali mempertimbangkan Pabrik Kripik Cianjur terlebih pada jenis camilan basreng yang akan menjadi bahan baku dalam *rebranding* produk pada perintisan bisnis kedepannya. Setelah melihat produk-produk yang ditawarkan Pabrik Kripik Cianjur, penulis berkoordinasi dengan bidang keuangan untuk membeli sampel basreng dengan varian rasa pedas daun jeruk. Dalam pemesanan, Pabrik Kripik Cianjur menghubungkan WhatsApp dalam *link* Instagram yang tertulis pada deskripsi akun tersebut.

Rekan tim dari bidang keuangan membeli sampel basreng kedua untuk riset penentuan bahan baku produk *rebranding*. Adapun harga basreng dari Pabrik Kripik Cianjur yang ditawarkan ke kami yaitu per setengah kilo gram nya sebesar Rp. 33.000 untuk varian rasa pedas jeruk dengan potongan pengiriman ongkos kirim. Rekan tim bidang keuangan mengkonfirmasi kepada penulis untuk pembelian basreng dari Pabrik Kripik Cianjur dengan harga Rp. 33.000 ditambah biaya ongkos kirim yang sudah dipotong pihak penjual sebesar Rp. 12.000. Total pembelian basreng yaitu Rp. 45.000 dengan estimasi pengiriman dua sampai empat hari.

Pada hari kamis 7 April 2022 basreng tiba ditempat indekos rekan tim bidang pemasaran. Penulis dan tim



menentukan tempat penerima sampel basreng kedua yang bertempat di asrama dikarenakan penulis dan tim rutin melakukan rapat koordinasi ditempat tersebut sehingga penulis dan tim bisa langsung mencoba basreng yang dibeli di Pabrik Kripik Cianjur dan melakukan penilaian.

Adapun penilaian seperti basreng sebelumnya kami menentukan penilaian dari rasa, tekstur dan bentuk basrengnya. Dari segi rasa, basreng dari Pabrik Kripik Cianjur memiliki kelebihan yaitu dari bumbunya yang banyak. Namun kelemahannya yaitu dari tekstur yang cenderung keras memberikan kesulitan pada konsumen serta bentuknya yang besar. Untuk itu penulis dan tim mempertimbangkan untuk melakukan survei kembali dalam upaya memperoleh bahan baku sesuai dengan spesifikasi dari Ngemil Yuk.



Gambar 2. 5. Bahan Baku Pabrik Keripik Cianjur

Pada riset ke tiga dengan metode *online* penulis menemukan toko di Shopee bernama *diseblakan.id*. Oleh karena itu, penulis melihat produk yang dijual yaitu basreng terlihat dalam sebuah foto produk memiliki bumbu yang melimpah. Pada kolom ulasan produk banyak konsumen yang memberikan penilaian yang memuaskan mulai dari harga sampai kecepatan pengiriman. Penulis berkoordinasi dengan rekan tim baik bidang keuangan maupun pemasaran untuk membeli sampel basreng dari *diseblakan.id*. Penulis dan tim mempertimbangkan untuk mencicipi basreng tersebut dengan melihat dari rating toko yang tinggi dan dengan jumlah ulasan produk bagus sehingga menjadi alasan penulis untuk mencoba basreng tersebut.

Penulis berkoordinasi dengan bidang keuangan untuk membeli sampel basreng dari toko *diseblakan.id*, setelah mengecek harga basrengnya untuk berat 500 gram dijual cukup terjangkau dengan harga Rp. 22.100. Bidang keuangan memesan basreng tersebut dengan memilih varian rasa pedas daun jeruk yang akan menjadi fokus dari penjualan produk basreng kedepannya. Untuk total pembelian produk basreng dari *diseblakan.id* dengan rasa pedas daun jeruk yaitu harga basreng Rp. 22.100 ditambah dengan ongkos kirim sebesar Rp. 19.000 sehingga total pembayaran Rp.43.744.

Pada hari Sabtu tanggal 4 Juni 2022 basreng dari *diseblakan.id* diterima. Penerima yaitu rekan tim bidang keuangan. Kemudian pada hari itu penulis dan tim menentukan pertemuan untuk mencicipi bersama basreng tersebut. Dipilihlah tempat penulis sebagai tempat diskusi dan mencoba mencicipi bersama basreng dari *diseblakan.id*. Dari segi kerapian pihak penjual cukup rapi dalam mengemas basreng serta dilengkapi *bubble wrap* sebagai keamanan

lapisan pada produk. Selanjutnya penulis dan tim membuka basreng tersebut dan mencoba mencicipi dari penilaian rasa yang sudah kita klasifikasikan yaitu rasa, tekstur dan bentuknya. Adapun dari segi rasa basreng dari [diseblakan.id](http://diseblakan.id) memiliki rasa pedas daun jeruk dengan taburan bumbu yang banyak sehingga menjadi kelebihan dari basreng tersebut. Namun rasa ikan dari basrengnya tidak cukup kuat serta tekstur yang cenderung keras sehingga cukup susah dalam menikmati camilan basreng tersebut. Dari segi bentuk basreng [diseblakan.id](http://diseblakan.id) cukup besar sehingga menjadi pertimbangan penulis dan tim untuk mengambil basreng [disebalakan.id](http://disebalakan.id) walaupun dari segi harga dirasa paling terjangkau, tetapi tidak dengan kualitas yang dimilikinya sehingga penulis dan tim sepakat untuk membeli sampel basreng lain dalam riset bahan baku untuk kesesuaian spesifikasi produk yang nantinya akan kita *rebranding*.



Gambar 2. 6. Bahan Baku [diseblakan.id](http://diseblakan.id)

#### (4) Bahan baku Juragan Basreng

Pada riset bahan baku *via online* yang keempat penulis kembali direkomendasikan oleh rekan tim bidang keuangan untuk meriset ulang basreng dari Juragan Basreng dengan varian rasa pedas daun jeruk. Alasan rekan tim merekomendasikan kembali Juragan Basreng tersebut karena

menilai varian rasa pedas jeruk lebih kuat terlebih pada tingkat kepedasannya. Kemudian rekan tim memesan basreng tersebut *vis* Shopee varian rasa pedas jeruk dengan harga Rp. 15.563. Untuk jasa pengiriman memilih ekspedisi dari Shopee dengan estimasi sampai ke penerima dua sampai tiga hari jam kerja harga Rp.18.000. Total biaya pembelian basreng di Juragan Basreng untuk sampel riset ke empat ini sebesar Rp. 33.563.

Pada hari Kamis 30 Juni 2022 basreng sampai ke penerima yaitu rekan tim bidang keuangan. Basreng ini menjadi percobaan yang kedua kali di Juragan Basreng namun dengan varian rasa berbeda, pedas daun jeruk. Pengambilan rasa pedas jeruk berawal rekomendasi dari rekan penulis sebagai tolak ukur dalam perbandingan rasa yang sebelumnya dipesan yaitu rasa barbeque. Kemudian penulis dan rekan tim kembali mencicipi basreng tersebut dengan klasifikasi penilaian dari rasa, tekstur dan bentuknya. Dari segi rasa varian rasa pedas daun jeruk dirasa lebih kuat dan gurih. Tekstur dari pada basrengnya renyah menjadi kelebihan basreng dari Juragan Basreng karena konsistensi produk tersebut. Dari segi bentuk basreng dengan irisan stik yang pas dan tidak terlalu besar memudahkan konsumen dalam menikmati camilan tersebut. Kelebihan basreng dari Juragan Basreng tentu dari kualitas produknya yang memiliki rasa pedas yang kuat dan gurih, teksturnya renyah serta bentuknya tidak terlalu besar menjadi pertimbangan tim untuk memilih Juragan Basreng sebagai produsen bahan baku produk Ngemil Yuk kedepannya.



Gambar 2. 7. Bahan Baku Juragan Basreng 2

(5) Hasil Riset Bahan Baku:

Hasil dari riset yang sudah kami lakukan, terdapat beberapa penilaian alasan dalam memutuskan memilih Juragan Basreng sebagai bahan baku utama produk Ngemil Yuk. Untuk kelebihan bahan baku dari Juragan Basreng sebagai berikut.

- Bentuk

Bahan baku yang telah kami riset memiliki berbagai varian bentuk. Penulis dan tim menilai basreng dari Juragan Basreng memiliki bentuk yang pas. Bentuk basreng stik memudahkan konsumen dalam menikmati camilan dan juga mudah dimasukkan ke dalam kemasan *standing pouch*.

- Rasa

Dari segi rasa Juragan Basreng memiliki cita rasa yang kuat, baik bakso ikannya dan bumbunya yang melimpah.

- Tekstur

Untuk tekstur basreng yang renyah dan gurih menjadi nilai tambah sendiri karena terkadang basreng identik dengan tekstur yang keras.

Adapun kekurangan bahan baku dari juragan basreng antara lain sebagai berikut.

- Tempat Produksi yang Jauh

Tempat produksi yang jauh sehingga basreng harus di kirim melalui jasa ekspedisi yang memakan waktu.

c) Penentuan Mitra Bahan Baku

Hasil dari riset yang sudah dilakukan, penulis dan rekan tim melakukan pertimbangan untuk memilih mitra yang paling sesuai dari segi kualitas produk, rasa, tekstur, bentuk, kerapian dalam *packing* paket, dan kecepatan pengiriman. Kemudian kami mempertimbangkan hasil riset dari beberapa toko di Shopee mulai dari Juragan Basreng, diseblakan.id, Pabrik Kripik Cianjur semua telah tim cicipi bersama. Dari banyaknya sampel yang sudah dirasakan penulis tim memutuskan Juragan Basreng sebagai produsen produk Ngemil Yuk dengan pertimbangan sebagai berikut.

(1) Bentuk

Dari bahan baku yang telah kami riset memiliki berbagai varian bentuk dan juga rasa. Penulis dan tim menilai basreng dari Juragan Basreng memiliki bentuk yang pas. Bentuk basreng stik memudahkan konsumen dalam menikmati camilan dan juga mudah dimasukkan ke dalam kemasan *standing pouch*.

(2) Rasa

Dalam hal rasa setiap basreng yang telah kami cicipi memiliki beberapa perbedaan tingkat kepedasan. Dan untuk Juragan Basreng memiliki cita rasa yang kuat, baik bakso ikannya dan juga bumbunya yang melimpah. Sehingga pertimbangan pemilihan bahan baku juga dari kualitas produk dan kuatnya rasa.

(3) Tekstur

Untuk tekstur basreng yang renyah dan gurih menjadi nilai tambah sendiri karena terkadang basreng identik dengan tekstur yang keras. Sehingga pentingnya mencari renyah gurih dan berkualitas acuan penulis khususnya pada bidang produksi dalam menentukan standar basreng yang akan digunakan.

#### (4) Harga

Dari segi harga Juragan Basreng memiliki harga yang standar dengan para kompetitornya. Harga yang relatif standar serta dengan bahan baku yang berkualitas menjadi pertimbangan untuk mengambil Juragan Basreng sebagai mitra produksi.

#### (5) Pengiriman

Respon yang cepat dari produsen memberikan pengaruh pada proses pengiriman yang cepat. Sehingga bahan baku nantinya bisa cepat di kemas dalam kemasan standing pouch pada bidang produksi.

### 2) Riset Kemasan

Kemasan merupakan pembungkus dari sebuah produk yang memiliki perluasan fungsi. Perluasan fungsi tersebut menuntut kemasan untuk memiliki desain yang menarik dan memudahkan konsumen dalam mengingat suatu produk. Sebuah kemasan menjadi pendorong utama yang membantu menciptakan seluruh daya tarik visual. Bentuk kemasan tentu berpengaruh terhadap penjualan. Sebagian konsumen secara tidak langsung dalam membeli sebuah produk memiliki beberapa kriteria diantaranya bahwa produk tersebut praktis atau mudah digunakan dan mudah dibawa, dibandingkan bentuk yang tidak praktis dan sulit untuk dibawa apalagi ditambah dengan ukuran yang besar.

Penulis pada awalnya melakukan riset terkait kemasan yang dibutuhkan untuk konsumen dengan membuat survei melalui



Instagram. Dari hasil survei tersebut, didapatkan bahwa konsumen tertarik dengan kemasan yang mudah untuk dibawa-bawa dan memiliki *ziplock* untuk menjaga kualitas produk saat konsumen tidak ingin menghabiskan produk sekaligus. Kami kemudian berkonsultasi dengan dosen pembimbing terkait pemilihan kemasan. Penulis dan tim juga melakukan riset kemasan yang dibutuhkan dengan spesifikasi kemasan *standing pouch full print* dan disertai fitur *ziplock*.

a) Riset Kemasan *Standing Pouch Full Print* (12 Juni 2022)

Pada riset pertama penulis dan tim mencari jasa pembuatan kemasan *standing pouch full print* di Instagram. Kami menemukan jasa percetakan bernama top packaging. Namun pada kemasan full print terdapat banyak pertimbangan terlebih harganya yang lumayan mahal sehingga kami berkonsultasi dengan pembimbing dalam penentuan kemasan.



Gambar 2. 8. Riset Kemasan Top Packaging

Hasil dari riset kemasan *standing pouch full print* penulis berkoordinasi dengan tim untuk mempertimbangkan kemasan dari beberapa poin, untuk kelebihanannya sebagai berikut.

- (1) Kemasan *standing pouch full print* memiliki desain yang bagus sehingga lebih memberi daya tarik konsumen.
- (2) Tersedia berbagai ukuran.



- (3) Tersedia berbagai pilihan warna.
- (4) Dapat diberikan logo sesuai brand.

Adapun dari segi kekurangan pada kemasan *standing pouch full print* yaitu:

- (1) Harga kemasan yang lebih mahal.
- (2) Desain pencetakan juga cenderung mahal.
- (3) Proses pembuatan desain yang cukup memakan waktu yang lama.

Dari penilaian tersebut, penulis dan tim kembali mempertimbangkan dari segi harga yang lumayan mahal maka akan berakibat pada harga jual produk yang mahal sehingga tidak menjangkau target pasar kami, mahasiswa.

b) Riset Kemasan *Standing Pouch* Polos (19 Juni 2022)

Pada riset kedua penulis dan tim kembali mencari kemasan *standing pouch* yang sebelumnya dikonsultasikan dengan pembimbing. Kemudian penulis mencari via Shopee dan menemukan kemasan *standing pouch* polos dengan fitur *ziplock* pada toko zone pack. Selain fitur *standing pouch* kemasan dari zone pack juga memiliki jendela pada kemasan dengan harga yang lebih terjangkau.



Gambar 2. 9. Riset Kemasan Zone Pack

Adapun hasil dari riset kemasan *standing pouch* polos pada toko zone pack diatas, penulis kembali berkoordinasi dengan tim untuk mempertimbangkan kemasan tersebut dari beberapa poin, segi kelebihanannya sebagai berikut.

- (1) Dilengkapi fitur *ziplock*
- (2) Harga lebih terjangkau
- (3) Memiliki jendela pada kemasan sehingga produk bisa terlihat dari luar.

Pada kemasan *standing pouch* polos juga memiliki beberapa kelemahan yaitu:

- (1) Kemasan yang polos kurang menarik
- (2) Harus menyertakan stiker untuk membuat kemasan tampil menarik

Dalam riset tersebut penulis dan juga tim kemudian memilih kemasan tersebut dengan pertimbangan yaitu dari segi harga lebih

terjangkau, mudah di kostumasi berupa stiker serta sudah ada tambahan fitur *ziplock* dan juga jendela pada kemasan.

## **b. Melakukan Spesifikasi Produk**

Spesifikasi produk adalah karakteristik produk. Spesifikasi produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian dalam berbisnis. Dalam hal ini berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan adanya spesifikasi produk, maka konsumen dapat mendapatkan data dan karakter dari produk yang akan dibeli.

Ada beberapa hal yang harus dicantumkan dalam spesifikasi produk. Hal tersebut diantaranya nama atau merek produk, bahan produk, keterangan kedaluwarsa dan harga produk. Adapun penulis mengambil beberapa poin dari aspek tersebut dengan rincian sebagai berikut.

### **1) Nama Produk**

Pada bisnis rintisan ini penulis mengambil nama Ngemil Yuk. Nama Ngemil Yuk didasari karena masyarakat Indonesia yang gemar sekali mengkonsumsi camilan. Disamping itu, kata Ngemil Yuk juga menjadi ajakan bagi para konsumen untuk bersama-sama mengkonsumsi camilan.

### **2) Deskripsi Produk**

Basreng Ngemil Yuk merupakan camilan olahan bakso goreng khas Sunda yang diiris tipis maupun diiris berbentuk stik kemudian digoreng. Basreng Ngemil Yuk disajikan dengan taburan bumbu tabur dengan varian rasa pedas daun jeruk, asin daun jeruk dan rasa yang masih dikembangkan yaitu tomyam.

### **3) Bahan yang digunakan**

Adapun untuk bahan yang digunakan pada basreng Ngemil Yuk yaitu tepung tapioka, ikan, penyedap rasa, minyak goreng nabati, dan bumbu tabur.

### **4) Berat Bersih**

Pada basreng Ngemil Yuk terdapat dua varian kemasan yang masing-masing memiliki berat yang berbeda. Kemasan ukuran 12 x 20 cm dengan berat produk kemasan yaitu 85 gram, sedangkan untuk ukuran 15 x 22 cm memiliki berat 100 gram.

5) Alamat pihak yang memproduksi

Alamat pihak produsen Juragan Basreng sendiri yaitu di Kota Cimahi, Jawa Barat. Produksi *rebranding* ulang produk basreng Ngemil Yuk beralamatkan di Dusun Besi, Desa Sukoharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Dati II Sleman, D.I. Yogyakarta.

6) Keterangan Kedaluwarsa

Penyertaan kedaluwarsa pada stiker kemasan berfungsi mengetahui durasi ketahanan pada produk yang dikemas dan menjadi tolak ukur dari kelayakan. Penentuan kedaluwarsa tentu adanya konfirmasi dari pihak produsen untuk mengetahui lamanya waktu kedaluwarsa. Durasi kedaluwarsa produk basreng Ngemil Yuk yaitu 5 bulan.

7) Tulisan Logo terkait dengan kemasan

Pada tulisan logo terkait kemasan penulis berkoordinasi dengan bidang pemasaran selaku pembuat desain stiker kemasan.

a) Logo “Ngemil Yuk”

Pada perintisan bisnis ini, penulis dan tim mengangkat nama Ngemil Yuk sebagai identitas dan brand dari bisnis ini. Nama Ngemil Yuk didasari masyarakat Indonesia yang gemar sekali mengkonsumsi dari pada camilan.

b) Tulisan “Basreng”

Kata basreng diambil dari singkatan Bakso dan Goreng. Penulis menyertakan kata basreng pada logo sebagai bagian dari brand Ngemil Yuk.

c) *Tagline* Logo

Nama tagline yang disematkan pada stiker yaitu “Teman Ngemil terbaikmu” yang pada dasarnya menggambarkan camilan basreng sebagai teman mengemil untuk konsumen.

d) Serpihan *Snack* Bakso Goreng

Pada bagian simbol logo terdapat kemasan *snack* bakso goreng sebagai visualisasi kerenyahan serta kelezatan camilan basreng ketika dikonsumsi.

e) Kemasan *Ziplock* Transparan

Adanya ilustrasi kemasan *ziplock* transparan berfungsi sebagai gambaran kemasan yang disediakan oleh camilan Ngemil Yuk. Kemasan disertai jendela yang berfungsi untuk melihat tekstur serta bentuk dari basreng yang ada pada kemasan.

f) Motif Batik pada *Background* logo

Pada motif batik yang ada di kemasan menunjukkan *background* memiliki makna elegan dan kreatif.

g) Lingkaran hitam pada sisi logo

Adanya lingkaran berwarna hitam pada sisi logo merupakan elemen yang dipilih guna mempertegas produk yang solid pada camilan.

8) Harga produk

Dalam penetapan harga produk Ngemil Yuk, penulis berkoordinasi dengan bidang keuangan. Adapun perlu mempertimbangkan seluruh biaya agar didapatkan harga produk yang sesuai. Pertama, penulis memperimbangkan bahan habis pakai yaitu senilai Rp6.206,90 / pcs yang dijumlahkan dengan biaya perjalanan produksi senilai Rp.1.422,41 sehingga didapatkan harga pokok produk (HPP) senilai Rp.7.629,31. Penulis melakukan diskusi internal kelompok untuk menentukan laba per unit. Laba per unit yang disepakati adalah Rp4000,00. Dengan demikian, satu produk

bersama dapat dijual dengan harga Rp11.629,31 yang kemudian dibulatkan menjadi Rp12.000,00.

#### 9) Model Kemasan

Model kemasan yang digunakan Ngemil Yuk menggunakan kemasan model *standing pouch* polos. Model kemasan tersebut sudah terdapat fitur *ziplock* yang berguna dalam memperpanjang usia atau masa tahan produk supaya lebih awet. Dengan bantuan *ziplock* memberi kemudahan konsumen ketika makanan belum habis, konsumen bisa menutup kembali kemasan dengan rapat dan praktis.

#### 10) Perizinan dalam kemasan

Pada kemasan produk terdapat stiker dengan logo halal tanpa sertifikasi MUI dengan tujuan agar meyakinkan konsumen dalam mengonsumsi makanan khususnya camilan. Adapun perizinan produk Ngemil Yuk masih belum mengajukan karena masih dalam proses pengembangan usaha. Dalam hal ini, proses perizinan yang panjang ditambah dengan produksi yang masih relatif kecil membuat kami masih berfokus untuk pengembangan bisnis dan promosi brand Ngemil Yuk. Penulis dan tim kedepannya juga akan mendaftarkan perizinan seperti PIRT, BPOM, dan Sertifikasi Halal MUI.

### c. Menentukan Biaya Produksi dengan berkoordinasi dengan Bidang Keuangan.

#### 1) Membeli Alat Produksi

Pembelian alat produksi sebagai penunjang dari kegiatan produksi, penulis berkoordinasi dengan bidang keuangan mengenai alat mana saja yang dibeli dan digunakan untuk pengemasan produk sampai ke penyimpanan produk. Penulis membuat daftar alat – alat produksi yang akan digunakan dalam untuk kegiatan bisnis Ngemil Yuk sebagai berikut.

Tabel 2. 2. Pembelian Alat Produksi

No	Alat Produksi	Ket	Qty	Satuan	Harga	Jumlah
1.	Alat pres kemasan	Mesin	1	unit	Rp145.000	Rp145.000
2.	Kontainer box	wadah	1	unit	Rp163.000	Rp163.000
3.	Timbangan	Alat	1	unit	Rp29.000	Rp29.000
4.	Centong nasi	Alat	2	unit	Rp3.000	Rp6.000
5.	Toples	wadah	1	unit	Rp14.000	Rp14.000
6.	Penggaris	Alat	1	unit	Rp5.000	Rp5.000
7.	Cutter	Alat	2	unit	Rp8.000	Rp16.000
<b>Total</b>						Rp378.000

Adapun deskripsi sebagai berikut.

a) Alat pres plastik atau *hand sealer*

Alat pres berfungsi meyegel produk kemasan seperti makanan ringan agar makanan tersimpan lebih lama dan tidak mudah melempem. Harga alat pres kemasan Rp. 145.000,00 dengan panjang 30 cm memudahkan dalam proses pres kemasan *standing pouch*.



Gambar 2. 10. Alat Pres

b) Kontainer box

Kontainer berfungsi sebagai tempat penyimpanan produk agar aman dan mudah dikondisikan. Harga kontainer box Rp. 163.000,00 dengan kapasitas 130 liter dapat menampung 100 pcs basreng dengan dimensi kemasan *standing pouch* 12x20 centimeter.



Gambar 2. 11. Kontainer Box

c) Timbangan

Timbangan berfungsi menimbang berat produk, kami menggunakan timbangan jenis digital karena lebih presisi dibandingkan timbangan jenis manual. Harga timbangan Rp. 29.000,00.





Gambar 2. 12. Timbangan

d) Centong nasi

Centong nasi berfungsi sebagai pengaduk bumbu dan memasukan basreng ke kemasan. Harga dari centong nasi sebesar Rp. 3000.00.



Gambar 2. 13. Centong Nasi

e) Toples

Toples digunakan sebagai tempat pengaduk basreng dengan bumbunya agar merata. Harga toples plastik sebesar Rp. 14.000,00.



Gambar 2. 14. Toples

f) Penggaris

Penggaris digunakan bersama cutter untuk memotong stiker kemasan. Harga penggaris Rp. 5.000.



Gambar 2. 15. Penggaris

g) Cutter

Cutter berfungsi memotong stiker kemasan, penulis membutuhkan dua cutter untuk memotong stiker beserta penggaris agar stiker terpotong rapi. Harga satuan cutter Rp. 8.000.



Gambar 2. 16. Cutter

## 2) Pembelian Bahan Baku dan Kemasan

Tabel 2. 3. Variable Cost

No	Variable Cost	Ket	Q	Satuan	Harga	Jumlah / Bulan
1.	Basreng	bahan utama	5	kg	Rp59.000,00	Rp295.000,00
2.	kemasan	bahan utama	50	pcs	Rp1.000,00	Rp50.000,00
3.	sendok plastik	bahan utama	50	pcs	Rp200,00	Rp10.000,00
4.	spidol	pelengkap	1	buah	Rp5.000,00	Rp5.000,00
5.	Stiker	bahan utama	1	bulan	Rp 32.000,00	Rp
Total						Rp392.000,00
Kapasitas Produksi Per Bulan						58

Pada tabel diatas merupakan daftar pembelian termasuk ke dalam *variabel cost* produksi antara lain sebagai berikut.

## a) Basreng

Pembelian bahan baku basreng kami setiap bulan menyetok 5 kg perbulan yang kami beli di Shopee dengan harga 1 kg nya sebesar Rp. 59.000,00.



Gambar 2. 17. Bahan Baku Produk Basreng

b) Kemasan

Kemasan yang kami gunakan yaitu *standing pouch* polos berwarna putih dan memiliki jendela sehingga bisa terlihat produknya. Kami membeli via *marketplace* dengan harga satuannya Rp.1000,00 perkemasan.

c) Sendok Plastik

Pembelian sendok plastik merupakan fasilitas tambahan untuk konsumen yang menikmati basreng tanpa mengotori tangan. Namun pada berjalannya waktu konsumen lebih suka makan dengan tangan sehingga penambahan sendok plastik hanya pada awal penjualan saja. Harga sendok plastik satuannya Rp.200,00.



Gambar 2. 18. Sendok Plastik

d) Spidol

Spidol digunakan untuk mencentang kadaluarsa dibagian kemasan.  
 Harga satuan spidol Rp.5000,00.



Gambar 2. 19. Spidol

e) Stiker

Pada kemasan kami menggunakan stiker agar lebih menarik perhatian dan padangan pertama konsumen terhadap produk basreng Ngemil Yuk. Kami mencetak stiker di Putrama Packaging Jogja dengan harga perlembaranya Rp.8.000 dan biasanya kita memesan empat lembar untuk tujuh enam pcs kemasan *standing pouch*.



Gambar 2. 20. Stiker Kemasan

**d. Manajemen Stok berkoordinasi dengan Bidang Pemasaran**

Pada tahap ini pada dasarnya penulis melakukan banyak aktivitas yang dilakukan dengan membaginya menjadi 2 kegiatan utama yaitu pengemasan produk dan melakukan pencatatan penjualan.

### 1) Menentukan Kemasan Produk

Pada kemasan produk penulis dengan bidang pemasaran berkoordinasi terkait desain dan ukuran yang digunakan pada stiker kemasan. Stiker ditempelkan pada sisi depan bagian kemasan *standing pouch*. Adapun pengukuran sangat diperlukan dengan tepat dan presisi agar stiker yang dicetak sesuai dengan ukuran yang ada pada kemasan.

### 2) Proses pengemasan produk

Pengemasan produk Ngemil Yuk setiap bulan kami membeli bahan baku sebanyak lima kilogram basreng beserta kemasan *standing pouch*. Penulis juga menyediakan stiker yang nantinya akan dipasang pada kemasan. Sebelum stiker ditempelkan pada kemasan, penulis memotong gabungan stiker yang telah dicetak sebanyak empat lembar. Pada satu lembar cetakan kemasan terdapat sembilan belas stiker.

Proses pengemasan diawali dengan menempelkan stiker ke kemasan *standing pouch* yang nantinya akan dimasukan basreng. Penulis dibantu rekan tim memasukan produk ke dalam kemasan dan juga menimbanginya. Sementara anggota tim lain bertugas untuk merekatkan kemasan, menempelkan stiker merk, serta membuat dokumentasi kegiatan. Adapun untuk varian rasa basreng Ngemil Yuk yaitu pedas daun jeruk, asin daun jeruk, dan tomyam yang dikemas masing-masing dengan berat 85 gram dan 100 gram. Untuk varian rasa tomyam masih dalam proses pengembangan sehingga belum menyediakan stok yang pasti.

### 3) Melakukan pencatatan penjualan

Pada setiap bulan Ngemil yuk menyediakan stok produk sebanyak 56 pcs basreng. Penulis berkoordinasi dengan bidang



pemasaran mengenai nama–nama pembeli dan mencatat sebagai data stok basreng. Untuk pemesanan kembali bahan baku ketika stok sudah dibawah 15 pcs. Pencatatan penjualan diperlukan tentunya membantu mencatat stok produk yang ada. Hasil pencatatan tersebut kemudian penulis setorkan kepada bidang keuangan. Berikut pencatatan penjualan basreng Ngemil Yuk perbulan.

a) Penjualan Bulan Juli

Pada penjualan pertama, penulis dan tim masih berusaha melihat ritme dan trend penjualan, namun ternyata hasil di luar perkiraan dengan angka penjualan relatif tinggi.

Tabel 2. 4. Penjualan Bulan Juli

Tgl	Nama	Kemasan 85 gram		Pembayaran	Total
		Var	Qty		
18/07/2022	Luthfiana	Pedas	2	Tunai	Rp24.000
18/07/2022	Toha	Pedas	1	Tunai	Rp12.000
18/07/2022	Nurlela	Pedas	1	Tunai	Rp12.000
18/07/2022	Nuraqli	Pedas	4	Transfer	Rp48.000
18/07/2022	Zaidan	Pedas	2	Tunai	Rp24.000
18/07/2022	Daffa	Pedas	1	Tunai	Rp12.000
18/07/2022	Mba Rizka	Pedas	1	Tunai	Rp12.000
18/07/2022	Anwar	Pedas	5	Tunai	Rp60.000
18/07/2022	Robby K	Pedas	1	Tunai	Rp12.000
18/07/2022	Sukma	Pedas	1	Tunai	Rp12.000
18/07/2022	Mba Rizka	Pedas	2	Tunai	Rp24.000
18/07/2022	Ibu Gor	Pedas	2	Tunai	Rp24.000
19/07/2022	Hafid	Pedas	2	Tunai	Rp24.000
19/07/2022	Kak Arum	Pedas	1	Tunai	Rp12.000
19/07/2022	Kak Viola	pedas	1	Tunai	Rp12.000
25/07/2022	Kak Ajeng	Pedas	4	Transfer	Rp48.000

25/07/2022	Okta	Pedas	4	Tunai	Rp48.000
25/07/2022	Khafid	pedas	1	Tunai	Rp12.000
25/07/2022	Hika	pedas	6	Tunai	Rp72.000
26/07/2022	Sekar	Pedas	2	Tunai	Rp24.000
26/07/2022	Kak Amel	pedas	9	Tunai	Rp108.000
27/07/2022	Pak Reza	Pedas	3	Tunai	Rp36.000
<b>Total</b>			56		Rp672.000

Penjualan pertama produk basreng Ngemil Yuk dilakukan mulai tanggal 18 Juli 2022. Pada penjualan pertama, produk yang kami jual memiliki varian rasa pedas jeruk dengan 85 gram dengan harga jual Rp. 12.000,00. Pada penjualan minggu pertama penjualan basreng meledak pada hari Senin tanggal 19 Juli 2022 dengan terjualnya produk sejumlah 12 pcs basreng. Hal ini dikarenakan produk baru di *launching* sehingga banyak teman-teman mahasiswa sekitaran kampus Universitas Islam Indonesia (UII) yang penasaran dengan basreng Ngemil Yuk. Penjualan basreng Ngemil yuk dalam jangka waktu dua minggu menjadikan trend positif pada bulan Juli.

b) Penjualan Bulan Agustus

Pada penjualan kedua ternyata mengalami kenaikan dari bulan sebelumnya. Hal ini diakibatkan gencarnya promosi pada bulan pertama melalui sosial media.

Tabel 2. 5. Penjualan Bulan Agustus

Tgl	Nama	Kemasan 85 gram		Pembayaran	Total
		Var	Kuantitas		
02/08/2022	Ibu Pani	Pedas	6	Transfer	Rp72.000



02/08/2022	Ulan Riau	Pedas	2	Transfer	Rp24.000
03/08/2022	Nopi Riau	Pedas	2	Transfer	Rp24.000
04/08/2022	Dira Riau	Pedas	2	Transfer	Rp24.000
04/08/2022	Ulin Riau	Pedas	2	Transfer	Rp24.000
05/08/2022	Fadhil Riau	Pedas	5	Transfer	Rp60.000
05/08/2022	Nadya Riau	Pedas	1	Transfer	Rp12.000
05/08/2022	Ibu Dewi	Pedas	25	Transfer	Rp300.000
05/08/2022	Hafid	Pedas	4	Transfer	Rp48.000
05/08/2022	Reseller	Pedas	5	Tunai	Rp60.000
15/08/2022	Rizal Affandi	Pedas	1	Tunai	Rp12.000
15/08/2022	Alfian	pedas	1	Tunai	Rp12.000
15/08/2022	Dinu	Pedas	2	Tunai	Rp24.000
17/08/2022	Pani	Pedas	2	Tunai	Rp24.000
18/08/2022	Hafid	Pedas	1	Tunai	Rp12.000
18/08/2022	Najla	Pedas	1	Tunai	Rp12.000
18/08/2022	Nyemas	Pedas	1	tunai	Rp12.000
Total			63		Rp756.000

Trend positif pada penjualan pertama, membuat kami membeli lagi bahan baku basreng, kemasan, dan stiker. Pada stok bulan Agustus ini kami memasarkan produk hingga ke luar Jawa. Dalam penjualan ini, anggota tim yang tinggal di Riau membawa 20 pcs basreng dan juga Jakarta sebanyak 25 pcs basreng terjual pada minggu pertama di bulan Agustus. Selain itu, basreng Ngemil Yuk membuka peluang *reseller* dengan konsumen. Pada dua minggu terakhir tidak terjadi penjualan dikarenakan stok yang habis. Adapun sehubungan dengan tim yang masih di luar Yogyakarta, pembelian bahan baku disepakati pada awal September supaya koordinasi dalam pembagian produk untuk dijual bisa tertata dan tidak menambah biaya untuk jasa pengiriman di luar Yogyakarta.

## c) Penjualan Bulan September

Penjualan bulan September ini penjualan mengalami penurunan sebesar 16% dari bulan sebelumnya. Penjualan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. 6. Penjualan Bulan September

Tgl	Nama	Kemasan 85 g		Kemasan 100 g		Pembayaran	Total
		Var	Qty	Var	Qty		
06/09/2022	Pak Septu	Asin	1			Tunai	Rp12.000
06/09/2022	Hafid	Asin	1			Tunai	Rp12.000
07/09/2022	Kartika	Asin	1			Tunai	Rp12.000
14/09/2022	Mas Rahman	Pedas	1			Tunai	Rp12.000
15/09/2022	Adik Zaidan	Pedas	6			Transfer	Rp72.000
15/09/2022	Adik Zaidan	Asin	6			Transfer	Rp72.000
16/09/2022	Okta	Pedas	2			Tunai	Rp24.000
16/09/2022	Nia	Pedas	1			Tunai	Rp12.000
16/09/2022	Devina	Pedas	1			Tunai	Rp12.000
17/09/2022	Sabil	Pedas	1			Tunai	Rp12.000
17/09/2022	Amel	Pedas	1			Tunai	Rp12.000
17/09/2022	Zaidan	Pedas	3			Tunai	Rp36.000
17/09/2022	Juli	Asin	5			Tunai	Rp60.000
18/09/2022	Viola	Pedas	1			Tunai	Rp12.000
18/09/2022	Diana	Asin	1			Tunai	Rp12.000
19/09/2022	Fara	Pedas	2			Tunai	Rp24.000
19/09/2022	Dhiya	Asin	1	Asin	2	Transfer	Rp42.000
19/09/2022	Dhiya	Pedas	1	Pedas	2	Transfer	Rp42.000

20/09/2022	Ii	Asin	1			Tunai	Rp12.000
20/09/2022	Mas Rahman	Pedas	1			Tunai	Rp12.000
21/09/2022	Firdha	Asin	1			Tunai	Rp12.000
23/09/2022	Firdha	Asin	1			Tunai	Rp12.000
25/09/2022	Juli	Ori	2			Tunai	Rp24.000
25/09/2022	Juli	Tomyam	2			Tunai	Rp24.000
25/09/2022	Ghozy	Tomyam	1			Tunai	Rp12.000
26/09/2022	Argian	Ori	1			Tunai	Rp12.000
27/09/2022	Hafid	Asin	1			Tunai	Rp12.000
06/10/2022	Alfian			Tomya m	1	Transfer	Rp15.000
06/10/2022	Juli (Agen)	Tomyam	6			Transfer	Rp60.000
<b>Total</b>			53		5		Rp699.000

Pada penjualan ke tiga Ngemil Yuk mencoba meracik bumbu yang baru yaitu rasa tomyam. Terdapat tiga varian rasa yang disediakan yaitu pedas daun jeruk, asin, dan tomyam. Dalam meracik bumbu tabur yang digunakan untuk rasa tomyam, penulis diajarkan langsung oleh Bapak Indekos. Pada penjualan ketiga ini, juga terdapat dua kemasan yang digunakan yaitu kemasan kecil ukuran 85 gram dan yang besar ukuran 100 gram. Untuk harga produk dengan kemasan yang besar, penulis telah melakukan perhitungan sehingga mendapatkan harga penjualan sebesar Rp15.000,00 / pcs.

d) Penjualan Bulan Oktober

Pada penjualan bulan Oktober, stok basreng Ngemil Yuk sebanyak 69 pcs dikarenakan adanya tambahan dari stok sebelumnya.

Tabel 2. 7. Penjualan Bulan Oktober

Tanggal	Nama	Kemasan 85 gram		Kemasan 100 gram		Pembayaran	Total
		Varian	Qty	Varian	Qty		
05/10/2022	Pak Reza	Pedas	1			Tunai	Rp12.000
05/10/2022	Pak Reza	Asin	1			Tunai	Rp12.000
06/10/2022	Alfian			Tomyam	1	Transfer	Rp15.000
06/10/2022	Kak Ajeng	Pedas	1			Transfer	Rp12.000
06/10/2022	Kak Ajeng	Asin	1			Transfer	Rp12.000
06/10/2022	Juli (agen)	Tomyam	6			Transfer	Rp60.000
06/10/2022	Juli (agen)	Asin	9			Transfer	Rp90.000
06/10/2022	Juli (agen)	Pedas	15			Transfer	Rp150.000
08/10/2022	Ndo	Pedas	1			Transfer	Rp12.000
08/10/2022	Ndo	Asin	1			Transfer	Rp12.000
10/10/2022	Najla	Asin	1			Tunai	Rp12.000
11/10/2022	Bu Aqied	Pedas	1			Transfer	Rp12.000
11/10/2022	Bu Aqied	Asin	1			Transfer	Rp12.000
11/10/2022	Pani	Pedas	1			Tunai	Rp12.000
12/10/2022	Konsinyasi	Pedas	3			Tunai	Rp36.000
12/10/2022	Konsinyasi	Asin	2			Tunai	Rp24.000
12/10/2022	Konsinyasi	Pedas	2			Tunai	Rp24.000
12/10/2022	Konsinyasi	Asin	3			Tunai	Rp36.000
14/10/2022	Okta	Pedas	1			Tunai	Rp12.000
14/10/2022	Iqbal	Pedas	2			Tunai	Rp24.000
14/10/2022	Pani	Pedas	1			Tunai	Rp12.000
15/10/2022	Almas	Pedas	1			Transfer	Rp12.000
15/10/2022	Aul	Pedas	1			Tunai	Rp12.000
15/10/2022	Basya	Pedas	2			Transfer	Rp24.000
15/10/2022	Nila	Pedas	2			Tunai	Rp24.000
15/10/2022	Zaidan	Pedas	6			Tunai	Rp72.000

16/10/2022	Tata	Pedas	1			Tunai	Rp12.000
16/10/2022	Amel	Pedas	1			Tunai	Rp12.000
<b>Total</b>			68		1		Rp771.000

Dalam Periode ini basreng Ngemil Yuk mendapatkan agen penjualan yang awalnya konsumen basreng Ngemil Yuk dan mau menjadi agen untuk memasarkan basreng dengan tiga varian rasa diantaranya pedas daun jeruk, asin daun jeruk, dan tomyam. Agen tersebut membeli 30 pcs produk basreng yang nantinya dijual kembali sesuai dengan harga yang ditetapkan agen tersebut. Kami juga telah melakukan koordinasi dengan kantin FTI dan FIAI UII. Adapun untuk jumlah produk yang kami tawarkan pada masing – masing kantin yaitu lima pcs produk meliputi rasa pedas daun jeruk dan asin daun jeruk.

e. **Pengelolaan *Marketplace***

*Marketplace* pada masa sekarang sudah menjadi kebutuhan masyarakat luas. Penulis memilih Shopee melalui beberapa pertimbangan salah satunya berjualan di Shopee sangat mudah hanya dengan bermodalkan smartphone, tentunya sangat praktis dan cocok untuk peluang usaha mahasiswa.

Dalam pengelolaan Shopee penulis menjalankan secara organik dengan memanfaatkan fitur naikan produk setiap empat jam di Shopee tanpa menggunakan ads berbayar. Dengan fokus terhadap pembuatan toko, memanfaatkan ragam fitur dan gratis ongkir. Sampai saat ini hal tersebut masih pada proses pengerjaan dan pengembangan dengan tetap memperhatikan luaran dari setiap fitur yang disediakan dengan ilustrasi sebagai berikut.

1) **Membuat Toko di Shopee**

Pengelolaan marketplace diawali dengan membuat toko di Shopee. Kemudian melengkapi informasi toko, alamat, dan juga jasa

kirim. Selanjutnya mengunggah produk yang dijual dengan gambar yang sudah diedit.



Klik **Mulai Jual** di Halaman Saya.

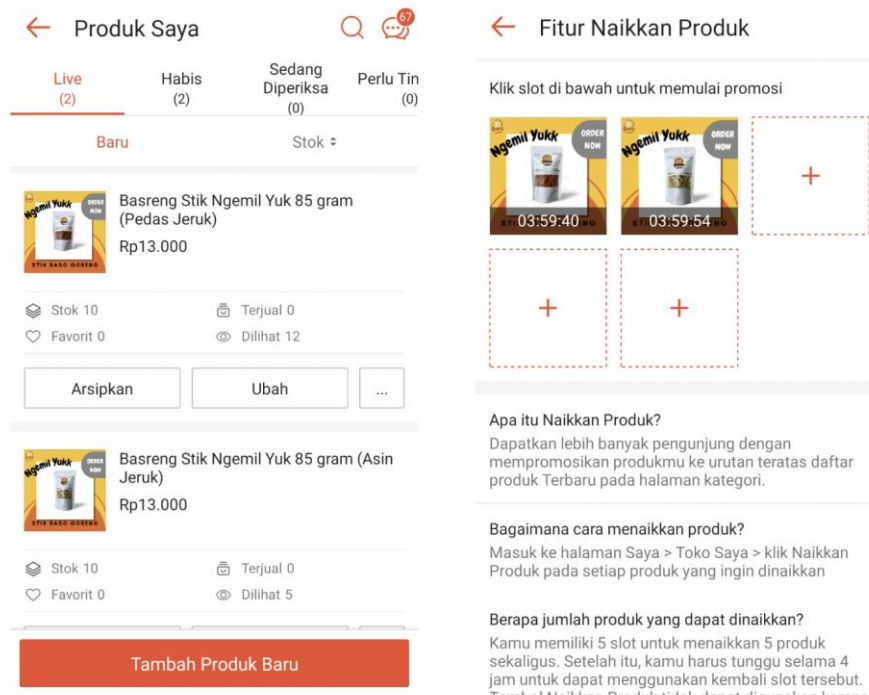
Lengkapi informasi toko, alamat, dan jasa kirim.

*Upload* produk yang ingin dijual.

Gambar 2. 21. Pendaftaran Toko Shopee

## 2) Memanfaatkan Fitur di Shopee

Dalam pengelolaan shopee penulis menggunakan fitur gratis dengan menaikkan produk setiap empat jam sekali.



Gambar 2. 22. Fitur Shopee

### 3) Kenapa Memilih Shopee

Dalam mempromosikan produk Ngemil Yuk penulis memilih Shopee sebagai tempat untuk memasarkan produk. Beberapa alasan kelebihan kenapa penulis memilih Shopee sebagai berikut.

- a) Berjualan di Shopee sangat mudah hanya dengan bermodalkan telepon genggam, tentunya sangat praktis dan cocok untuk peluang usaha mahasiswa.
- b) Konsumen pada marketplace Shopee lebih banyak dan berkembang pesat.
- c) Sudah terintegrasi dengan jasa paket.
- d) Banyak promo menarik sehingga semakin banyak konsumen.

Adapun untuk kekurangan dalam penggunaan *marketplace* Shopee sebagai berikut.

- a) Perang Harga



Dalam dunia bisnis tentu tidak asing dengan namanya perang harga, terlebih jika berjualan di *marketplace*. Pengguna Shopee yang banyak sekali membuat pelapak bersaing dengan harga agar bisa menarik pembeli.

b) Akun lama cenderung menjadi pemenang persaingan.

Di shopee, akun lama cenderung lebih mudah mendapatkan promo dari Shopee sehingga mendatangkan pelanggan lebih banyak. Sedangkan akun baru cukup kesulitan terlenih harga jualnya masih sebanding atau diatas harga jual yang ditawarkan akun lama.

c) Promo gratis ongkir yang cukup rumit

Penulis mendaftarkan promo gratis ongkir di Shopee, beberapa persyaratan yang cukup rumit seperti harus mengupload KTP dan terkadang juga biaya ongkos kirim tidak sepenuhnya diganti oleh pihak Shopee.

## **BAB III**

### **IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH**

#### **A. Identifikasi Masalah**

Menjadi tantangan yang wajib dan semestinya dihadapi adalah timbulnya masalah, baik yang dapat diperkirakan maupun tidak, yang dapat teratasi atau justru jadi hambatan dalam bisnis. Hal ini tentunya juga dialami oleh penulis sampai akhirnya laporan ini dibuat ada beberapa masalah yang dihadapi oleh bidang produksi.

Untuk tahap identifikasi masalah penulis menjelaskan lebih lanjut bagaimana situasi bisnis dan permasalahannya saat ini, komplikasi dan apa masalah utama itu sendiri.

##### **1. Riset Penentuan Mitra Bahan Baku Dan Kemasan**

###### **a. Kendala dalam riset langsung**

Sulitnya mencari tempat yang sesuai dengan google maps sehingga ketika penulis datang ke tempat produksi pengolahan bahan baku basreng tersebut ternyata kerap kali ditemukan bahwa tempat yang tidak sesuai dengan yang tertera di maps. Dan penulis kembali mencari tempat pengolahan basreng di Yogyakarta yang ternyata sulit dan belum banyak tempat produksi atau pengelolaan jenis camilan keripik.

###### **b. Adanya varian rasa baru yang belum berlanjut**

Pada varian rasa baru diawali penulis yang disarankan pak kos yang kebetulan chef yang pastinya mengetahui tentang inovasi rasa pada suatu produk. Penulis kemudian diberikan sampel berupa bumbu tabur dari pak kos untuk dicampurkan ke basreng dengan varian rasa asin jeruk. Pada percobaan yang kami lakukan bersama, pak kos memberikan sebuah racikan yang mana varian rasa itu bernama rasa tomyam. Kemudian penulis dan tim berencanan melakukan survei terakait bumbu yang ada di sekitaran Yogyakarta agar bisa meracik bumbu yang serupa

Dari hasil riset yang sudah penulis lakukan dilapangan terkait bumbu yang cocok untuk menambah varian rasa baru pada basreng

Ngemil Yuk, bumbu yang ada dipasaran cenderung memiliki harga yang lebih terjangkau. Namun dari segi harga yang murah pada bumbu tabur yang penulis dan tim temukan di pasar tidak memiliki rasa yang tepat dan enak. Kemudian penulis menanyakan perihal bumbu tabur tersebut kepada pak kos. Dalam hal ini kami direkomendasikan bumbu tabur yang sama dengan varian rasa tomyam tetapi harga yang cenderung mahal membuat kami belum menyetok bumbu tersebut.

## 2. Manajemen Stok

### a. Tidak adanya peningkatan jumlah stok

Tidak adanya peningkatan dalam jumlah stok dikarenakan terkendalanya modal pada pengadaan bahan baku dalam jumlah yang besar. Sehingga penulis dan tim fokus terhadap stok yang ada pada bulan tersebut. Dalam hal ini, peningkatan jumlah stok juga akan membuat kapasitas jumlah produk menjadi banyak, dan ketersediaan tempat pun menjadi masalah apabila jumlah stok tersebut tidak disimpan dengan baik. Hal ini menjadi faktor pengembangan usaha yang nantinya bisnis yang besar harus memiliki tenaga khususnya pada produksi agar bisa mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

### b. Terjadinya kekosongan stok

Kekosongan stok terjadi karena kurangnya perencanaan dalam bisnis. Selain itu, kekosongan stok terjadi akibat adanya pembelian konsumen yang melebihi batas anggaran. Kekosongan stok ini, kami selesaikan dengan segera menyediakan produk kembali. Kekosongan stok pernah terjadi karena pada saat itu rekan penulis pulang ke daerah masing – masing membawa produk dalam jumlah 45 produk. Dimana pada penjualan basreng tersebut tidak langsung dibayarkan sehingga butuh waktu untuk mengumpulkan hasil penjualan yang ada pada rekan tim sehingga uang yang baru bisa dikumpulkan yaitu setelah terjual produk yang ada pada daerah masing – masing. Dengan hal itu baru bisa dilakukan pemesanan kembali.

### c. Kurangnya ketelitian dalam pencatatan penjualan

Dalam hal ini kurangnya ketelitian dalam pencatatan penjualan membuat data penjualan dan manajemen stok tidak sistematis. Penulis terkadang lupa menulis hari tanggal serta metode pembayaran yang dipilih konsumen. Dan ini terjadi pada pencatatan baik penulis maupun rekan tim..

### 3. Pengelolaan *Marketplace*

#### a. Kurangnya jangkauan pembeli

Di shopee, akun lama cenderung lebih mudah mendapatkan promo dari Shopee sehingga mendatangkan pelanggan lebih banyak. Sedangkan akun baru cukup kesulitan terlenih harga jualnya masih sebanding atau diatas harga jual yang ditawarkan akun lama.

Adapun dengan menggunakan cara organik sulit untuk menjangkau pasar, serta banyaknya perang harga, terlebih jika berjualan di marketplace. Pengguna Shopee yang banyak sekali membuat pelapak bersaing dengan harga agar bisa menarik pembeli.

#### b. Tidak adanya anggaran untuk pengiklanan shopee

Dalam mempromosikan produk di Shopee penulis hanya menggunakan cara organik dengan memanfaatkan fitur gratis dari Shopee. Anggaran iklan hanya berfokus pada bidang pemasaran karena biaya iklan yang terbilang mahal, pendistribusian biaya juga harus ditekan agar harga produk masih bisa dijangkau mahasiswa.

### 4. Inovasi

#### a. Penyertaan sendok pada camilan

Dalam penyertaan sendok pada camilan basreng Ngemil Yuk merupakan bonus pada setiap pembelian. Hal ini merupakan bagian dari inovasi awal penulis dan tim memberikan sendok kepada konsumen agar konsumen menikmati camilan tanpa mengotori tangannya. Tetapi dalam prakteknya konsumen cenderung lebih suka mengonsumsi camilan basreng menggunakan tangan. Sehingga pengadaan sendok pada setiap pembelian basreng tidak berlanjut karena konsumen cenderung lebih menikmati camilan dengan tangan tanpa perlu adanya sendok plastik.

## B. Tinjauan Teoritis

### 1. Teori Produksi

Produksi adalah setiap kegiatan yang ditujukan untuk meningkatkan atau meningkatkan penggunaan suatu objek atau untuk kepuasan orang lain melalui pertukaran dalam cakupan bisnis. Fungsi produksi didefinisikan sebagai fungsi yang menyatakan hubungan antara produksi fisik (output) dan faktor produksi (input)(Duwila, 2015)

Para ekonom umumnya setuju bahwa tren demografis dapat menjadi pendorong sekaligus penghambat pembangunan. Perkembangan penduduk awal memungkinkan untuk meningkatkan jumlah pekerja dari waktu ke waktu, sehingga sebagai faktor pendorong pertumbuhan penduduk dan masyarakat lebih lanjut dan mungkin untuk memberikan pendidikan kepada para pekerja terampil, pengusaha terdidik dan terdidik juga dapat menggunakan keterampilan yang dimiliki masyarakat untuk meningkatkan pendapatan.

Dalam alur produksi perintisan bisnis produk Ngemil yuk, pada tahap pertama yaitu pemesanan yang berkoordinasi dengan bidang keuangan untuk membeli bahan baku produksi seperti halnya basreng dan kemasana. Kemudian setelah basreng di pesan dan sampai penulis mengambil bahan baku basreng dan kemasana di tempat bidang keuangan untuk dibawa ke tempat penulis yang mana dilakukannya proses pengemasan produk basreng Ngemil Yuk. Penulis sebelumnya juga memesan stiker kemasana untuk di tempel pada kemasana produk.

Pada tahapan pengemasan bahan baku basreng kedalam kemasana, penulis dibantu rekan tim agar proses memasukan basreng ke kemasana lebih efisien waktu sehingga proses menjadi lebih cepat. Setelah produk terkemas semua penulis mencatat ketersediaan stok yang mana nantinya bisa berkoordinasi dengan bidang pemasaran dalam ketersediaan stok basreng yang akan dijual. Penulis menyerahkan data stok kepada rekan bidang

keuangan dan bidang pemasaran perihal produk basreng Ngemil Yuk bisa di pasarkan bersama.

## 2. Manajemen rantai pasok

Menurut *Herda & Setiawan* dewasa ini manajemen rantai pasok (*Supply Chain Management*) bukan lagi hal baru bagi perusahaan. Banyak perusahaan menerapkan manajemen rantai pasokan dalam operasi mereka untuk meningkatkan efisiensi proses logistik mereka. Tujuan manajemen rantai pasokan adalah untuk meminimalkan total biaya rantai pasokan dalam memenuhi persyaratan tetap dan variabel. Total biaya meliputi biaya bahan baku dan biaya terkait, biaya transportasi, biaya peralatan investasi, biaya produksi langsung dan tidak langsung dan biaya pergudangan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh *Desa & Minahasa*, supply chain management adalah suatu sistem yang meliputi proses produksi, pengiriman, penyimpanan, distribusi, dan penjualan produk untuk memenuhi permintaan produk. Rantai pasokan mencakup semua proses dan aktivitas yang terkait dengan pengiriman produk ke konsumen.

Dalam penelitian *Lisda Rahmasari (2011)* menyimpulkan manajemen rantai pasokan yang efektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Manajemen rantai pasokan yang efektif dipengaruhi oleh pengembangan produk, strategi hubungan pemasok, perencanaan dan pengendalian, produksi dan distribusi, kualitas informasi, dan pembelian.

Menurut *David Simchi Levi* Pengelolaan manajemen rantai pasokan adalah seperangkat pendekatan untuk mengefisiensikan integrasi pemasok, produsen, gudang dan toko-toko, sehingga barang yang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah waktu yang tepat, waktu yang tepat dan lokasi yang tepat untuk meminimasi biaya dan memberikan kepuasan layanan terhadap konsumen. Manajemen rantai pasokan merupakan manajemen hubungan dari hulu hingga hilir atau dari pemasok hingga konsumen untuk memberikan nilai yang lebih pada pelanggan dan mengurangi biaya rantai pasok secara keseluruhan.

### 3. Marketplace

Pesatnya perkembangan bidang teknologi informasi (TI) yang secara langsung mendukung perkembangan internet, semakin memudahkan pengguna (*users*) dalam hal ini pelaku bisnis untuk melakukan pengembangan usaha dalam kegiatan bisnis (Rehatalanit, 2021).

Dalam bisnis, ini berlaku untuk pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan, dan pemasaran di Internet tunduk pada berbagai hambatan, batas, dan tidak ada aturan standar yang berlaku untuk pemasaran tradisional seperti itu cenderung meresap.

Shopee merupakan salah satu pasar yang memanfaatkan peluang bisnis dengan memaksimalkan segmen pasar mobile karena dapat mempermudah transaksi jual beli. Penulis memanfaatkan pemasaran menggunakan marketplace Shopee dengan memanfaatkan ragam fitur yang diberikan Shopee untuk penjual dalam memasarkan produknya.

### C. Pemecahan Masalah Produksi

Sejalan dengan 3 masalah utama yang sudah penulis petakan, maka dengan ini merekomendasikan bahwa kami sebagai tim dan saya sendiri penulis harus melakukan langkah partisipatif untuk menyelesaikan masalah tersebut. diantaranya adalah:

1. Dengan melakukan pendataan pada tempat – tempat produksi kripik yang ada di sekitaran Yogyakarta sehingga dalam melakukan riset ke tempat pengelolaan produksi dinilai bisa lebih efektif. Dan juga mampu menjangkau tempat – tempat pengeloan seperti halnya camilam kripik.
2. Perlunya mencari produsen bumbu pengganti yang lebih terjangkau.
3. Dengan pendataan yang teliti dan terstruktur pada setiap bulannya untuk mengetahui tingkat permintaan pada pasar atau konsumen potensial. Sehingga seiring berjalannya waktu stok yang disediakan oleh bisnis Ngemil Yuk bisa memenuhi permintaan pasar keseluruhan dan menghindari terjadinya kekosongan stok.



4. Perlunya menjalin partnership dan inisiatif untuk melakukan riset bahan baku dengan tujuan membuat sendiri bahan baku tersebut.
5. Secara kooperatif dari tim bersama-sama belajar untuk memahami proses rantai pasok dan pengembangannya secara berkelanjutan.
6. Keperluan modal sendiri dirasa banyak sekali alternatif yang bisa dilakukan seperti mengikuti inkubasi bisnis, pengajuan pinjaman dan pembiayaan usaha mikro kecil menengah atau bekerjasama dengan kolega dan teman-teman yang memang memiliki dana lebih dan sanggup menjadi investor.
7. Dalam hal inovasi terkait sendok penulis dan tim mengevaluasi pasar dan konsumen terhadap penggunaan sendok. Adapun inovasi bisa menyertakan sarung tangan plastik ataupun ukuran kemasan yang lebih menarik dan juga rasa yang lebih bervariasi.



## **BAB IV**

### **Kesimpulan dan Saran**

#### **A. Kesimpulan**

Di Indonesia, bisnis makanan merupakan salah satu bisnis yang sangat menjanjikan. Pada bisnis ini, penulis memilih untuk merintis sebuah bisnis makanan ringan atau camilan. Camilan dinilai sangat mudah ditemukan dimana saja dapat dijadikan sebagai makanan alternatif untuk memenuhi kebutuhan energi makanan sementara.

Pada perintisan bisnis ini, penulis bertanggung jawab untuk mengampu bagian produksi. Aspek produksi menjadi penyedia bahan baku dengan tepat dan penentu kualitas produk yang akan dijual kepada konsumen. Adapun program kerja yang penulis lakukan pada perintisan bisnis yaitu : (1) Riset penentuan bahan baku dan kemasan; (2) Spesifikasi produk; (3) Menentukan biaya produksi berkoordinasi dengan bidang keuangan; (4) Manajemen stok berkoordinasi dengan bidang pemasaran; (5) Pengelolaan *marketplace*.

Sebelum melaksanakan bisnis, penulis melakukan riset bahan baku dan menentukan mana mitra yang bisa diajak bekerja sebagai penyedia bahan baku basreng Ngemil Yuk, penulis juga menentukan spesifikasi mengenai produk yang akan dijual. Kemudian untuk mendukung kegiatan produksi penulis merinci daftar alat produksi yang akan dibeli dengan berkordinasi dengan bidang keuangan. Pencatatan penjualan pada manajemen stok dan pengelolaan *marketplace* Shopee.

Adapun dalam realisasi program kerja muncul berbagai masalah dalam prosesnya. Permasalahan seperti kurangnya ketelitian pencatatan penjualan dalam mengelola manajemen stok, pengelolaan *marketplace* yang masih belum optimal.

Pada tahapan ini, solusi yang penulis diberikan penulis dari berbagai permasalahan yang ada dalam suatu program kerja terlebih dalam manajemen stok untuk bisa teliti kembali dalam pencatatan penjualan,

evaluasi stok, koordinasi yang matang dengan bidang keuangan dan pemasaran. Pengelolaan *marketplace* Shopee akan dioptimalikan khususnya untuk memperbesar jangkauan pembeli agar mengenal basreng Ngemil Yuk.

Oleh karena itu, harapannya penulis bisa mengembangkan diri dalam perintisan bisnis Ngemil Yuk dan selalu belajar tentang permasalahan bisnis yang bermanfaat pada diri penulis maupun orang lain

## **B. Saran**

Penting bagi penulis dan tim untuk melakukan evaluasi dalam proses perintisan bisnis dan tentunya memberikan solusi dalam membangun kinerja yang efektif dan tertata. Dalam upaya memaksimalkan program perintisan bisnis yang dijalankan kedepannya pada bidang produksi yaitu dengan melakukan evaluasi kembali perihal peningkatan jumlah stok dan penambahan inovasi rasa yang bias berlanjut agar terdapat banyak varian rasa.

Penulis mengusahakan bagaimana agar bisnis yang kami dirikan jadi lebih baik terutama dalam aspek produksi. Oleh karena itu kami menyarankan agar dalam belajar bisnis perlunya untuk belajar kepada siapapun dan kapanpun, jangan malu bertanya dan terus melakukan evaluasi serta tidak pelit ilmu untuk mengajarkan apa yang sudah dikuasai dimanapun dan dalam kondisi apapun.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alexandra, A. A., & Jaelani, E. (2019). Pengaruh Rebranding Aplikasi Mandiri Online Terhadap Brand Equity pada Pengguna Aplikasi Mandiri Online. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi)*, *XI*(2), 87–107.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, *6*(2), 96–104.  
<https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Desa, P., & Minahasa, W. (n.d.). *ISSN 2303-1174 Stevany C. Wuwung, Manajemen Rantai Pasokan.. 1*(3), 230–238.
- Duwila, U. (2015). Pengaruh Produksi Padi Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Waeapo Kabupaten Buru. *Cita Ekonomika Jurnal Ekonomi*, *IX*(2), 149–158.
- Fitri, W., & Hamid, F. Z. (2020). Pengaruh Perubahan Logo (Rebranding) Danone terhadap Ekuitas Merek Aqua. *The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 888–892.
- Prameswari, N. S. (2018). Strategi Branding Melalui Inovasi Desain Kemasan Bagi Home Industry Sabun Cair. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, *3*(02), 179.  
<https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1547>
- Pratiksa, J. D., & Hidayat, R. (2020). *The Influence of Rebranding and Public Relation on Argo Cheribon Consumer Re-Buying Interest Pt Kereta Api Indonesia ( Persero ) Daerah Operasi 3 Cirebon in 2020*. *6*(2), 1366–1395.
- Rehatalanit, Y. L. . (2021). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, *5*(0), 62–69.  
<https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(1), 125–136.
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media

Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i1.7087>

Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>



## LAMPIRAN

	
<p>Paket bahan baku basreng</p>	<p>Paket bahan baku basreng dengan dua rasa berbeda</p>
	
<p>Bahan baku basreng dengan dua rasa berbeda</p>	<p>Foto produk</p>





Pengemasan bahan baku basreng



Penimbangan bahan baku  
basreng







Mitra kemasan *Standing Pouch*



Dua varian rasa Ngemil Yuk



 <p><b>Ngemil Yukk</b> <b>ORDER NOW</b> <b>STIK BASO GORENG</b></p>	 <p><b>Ngemil Yukk</b> <b>ORDER NOW</b> <b>STIK BASO GORENG</b></p>
<p>Produk Basreng Ngemil Yuk</p>	<p>Foto Produk Shopee</p>
	
<p>Riset Bahan Baku di Yogyakarta</p>	<p>Pengiriman Basreng</p>



Dokumentasi Penjual Offline



Dokumentasi Penjualan Offline



Dokumentasi Penjualan Offline



## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Brebes, Jawa Tengah pada tanggal 10 April 2000 sebagai anak ke dua dari dua bersaudara dari pasangan bapak Syarifudin dan Ibu Wasiroh. Saat ini beliau bertempat tinggal di Jl. Kali Buntu, RT 01 / RW 01, Desa Paingan, Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes, Jawa. Hp: 085725288384. Alamat E-mail: [bdlkhafidz@gmail.com](mailto:bdlkhafidz@gmail.com). Pendidikan SMA di tempuh di SMAN 1 Sirampog, lulus pada tahun 2018. Dan pada tahun yang sama, penulis diterima di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

