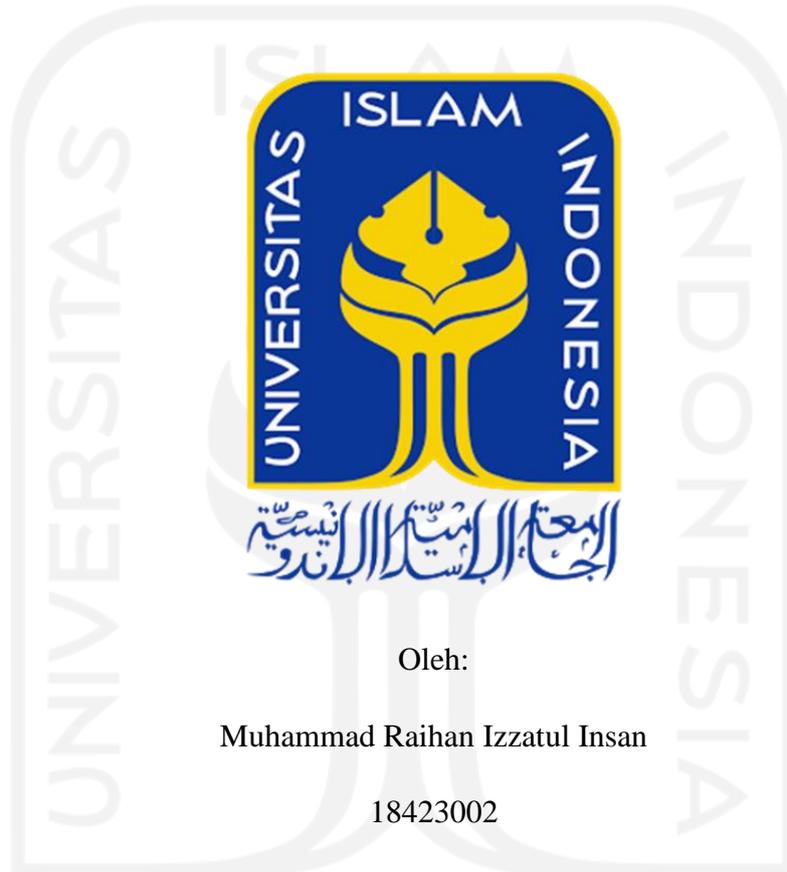


Strategi Pengembangan Usaha Bisnis Floury Pada Aspek Produksi

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



Oleh:

Muhammad Raihan Izzatul Insan

18423002

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Muhammad Raihan Izzatul Insan
NIM : 18423002
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Tugas Akhir : **Strategi Pengembangan Usaha Bisnis Floury
Pada Aspek Produksi**

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, 21 Februari 2023



Muhammad Raihan Izzatul Insan

NOTA DINAS

Yogyakarta, 23 Februari 2023

3 Syakban 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: 1534/Dek/60/DAATI/FIAI/XI/2022 tanggal 29 November 2022, 5 Jumadil Awal 1444H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Muhammad Raihan Izzatul Insan
Nomor Induk Mahasiswa : 18423002
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2022/2023
Judul Tugas Akhir : **Strategi Pengembangan Usaha Bisnis
Floury Pada Aspek Produksi**

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



Sofwan Hadikusuma, Lc., M.E.

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Muhammad Raihan Izzatul Insan

NIM : 18423002

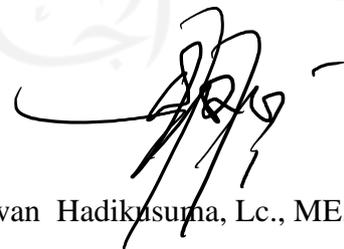
Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : **“Strategi Usaha Pengembangan Bisnis Floury Pada
Aspek Produksi”**

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



Sofwan Hadikusuma, Lc., ME.



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiaj@uii.ac.id
W. fiaj.uui.ac.id

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 : Senin
Tanggal : 13 Maret 2023
Judul Tugas Akhir : Strategi Pengembangan Usaha Bisnis Flourey Pada Aspek Produksi
Disusun oleh : MUHAMMAD RAIHAN IZZATUL INSAN
Nomor Mahasiswa : 18423002

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	: Rakhmawati, S.Stat, MA	(.....)
Penguji I	: Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.	(.....)
Penguji II	: Dr. Siti Achiria, SE, MM	(.....)
Pembimbing	: Sofwan Hadikusuma, Lc, ME	(.....)

Yogyakarta, 29 Maret 2023
Dekan

Dr. Desi Asmuni, MA



HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Shalawat serta salam kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW atas segala petunjuk dan kebaikannya dalam membimbing umatnya dalam mencapai kebenaran. Melalui sebuah karya yang telah disusun oleh penulis dengan sebaik-baiknya dan penulis persembahkan karya ini kepada:

Ibu dan Ayah yang telah senantiasa terus mendukung saya dalam menyelesaikan karya tulis ini, saya mengucapkan terima kasih banyak atas segala doa yang senantiasa mengalir kepada saya, atas seluruh motivasi yang penuh, atas seluruh kasih sayang dan cinta yang utuh, atas segala dukungan dan restu yang selalu turercurahkan, atas seluruh jerih payah dan perjuangan tanpa pamrih yang tiada habisnya.

Terima kasih banyak saya ucapkan kepada seluruh dosen Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia khususnya kepada dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah membimbing saya dari awal masa perkuliahan hingga saat ini. Selain itu, saya ucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yaitu Bapak Sofwan Hadikusuma, Lc., M.E yang telah membantu dan memberikan usulan terhadap penulisan karya tulis ini. Semoga saya bisa mengamalkan ilmu yang telah Bapak/Ibu dosen berikan dan akan menjadi suatu keberkahan yang mengalir kepada Bapak/Ibu semua dikemudian hari.

Terima kasih kepada sahabat-sahabat saya, sekaligus tim dalam menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini yaitu Muhamad Toha dan Nurlela yang selama ini telah berbagi semangat bersama saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis. Terima kasih untuk saya yang telah berjuang hingga berada titik ini dan berusaha melakukan yang terbaik demi diri saya dan orang-orang yang saya sayangi dan menyayangi saya.

MOTTO

"Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rizki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar hanya kepada-Nya kamu hanya menyembah."

(Q.S Al-Baqarah: 172)



ABSTRAK

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BISNIS FLOURY PADA ASPEK PRODUKSI

Muhammad Raihan Izzatul Insan

18423002

Dewasa ini, bisnis camilan merupakan salah satu bisnis yang memiliki peluang besar dalam mendapatkan keuntungan. Hal ini yang membuat penulis tergerak untuk kemudian membangun sebuah bisnis yang berfokus pada camilan dan minuman. Namun, perlu diketahui bahwa dalam pelaksanaan bisnis tersebut harus memiliki perencanaan yang matang baik dari segi operasional, sumber daya manusia, aspek produksi, aspek pemasaran dan aspek keuangan. Pada perintisan bisnis Floury, penulis melakukan metode penelitian menggunakan survei pasar, baik melalui *online* dan secara langsung. Survei yang digunakan secara *online* yaitu dengan membuat sebuah pemungutan suara melalui sosial media *Instagram* dengan menanyakan kepada para audiens seputar ketertarikan mereka terhadap camilan dan minuman. Survei yang dilakukan secara langsung yaitu berkaitan dengan produk apa saja yang telah dijual di sekitar kampus Universitas Islam Indonesia. Hal ini bertujuan agar penulis dapat menyediakan sebuah produk camilan yang memiliki keunikan tersendiri dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh para pelanggan. Penulis memutuskan untuk menjual sebuah produk camilan dengan menggunakan bahan dasar berupa tepung, dan menyediakan beberapa macam bumbu tabur yang telah disesuaikan dengan hasil survei sesuai kemauan para calon pelanggan. Penjualan dilakukan melalui berbagai aplikasi *merchant food* dan juga *on the spot*. Pada laporan perintisan bisnis kali ini, penulis akan berfokus pada aspek produksi terkait spesifikasi produksi, manajemen produksi, pengelolaan aplikasi penjualan online serta strategi operasi dan produksi.

Kata Kunci: Perintisan bisnis; tepung; camilan; produksi

ABSTRACT

BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY IN FLOURY BUSINESS IN TERMS OF THE PRODUCTION ASPECT

**Muhammad Raihan Izzatul Insan
18423002**

Today, the snack business is one of the businesses that has a great opportunity to make a profit. This is what moved the writer to build a business that focuses on snacks and drinks. However, it should be noted that in carrying out this business, careful planning must be carried out both in terms of operations, human resources, production aspects, marketing aspects and financial aspects. In starting the Floury business, the authors conducted a research method using market surveys, either through online and directly. The survey used online namely by making a vote through social media Instagram by asking the audience around their interest in snacks and drinks. The survey was conducted directly related to what products have been sold around the Indonesian Islamic University campus. It is intended that the author can provide a snack product that has its own uniqueness and is in accordance with what customers want. The author decided to sell a snack product using a basic ingredient in the form of flour, and providing several kinds of seasonings that have been adjusted according to the survey results according to the wishes of prospective customers. Sales are made through various applications merchant food and al soon the spot. In this business startup report, the author will focus on production aspects related to production specifications, production management, management of online sales applications as well as operations and production strategies.

Keywords: *Business Pioneering, Flour, Snack, Production*

February 22, 2023

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	Ṣa	ṣ	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	Ḍal	ḏ	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	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ḍa	ḏ	zet (dengan titik di bawah)
ع	ʿain	ʿ	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
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* 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
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ 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
ا...ِى...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...	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

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'khužu
- شَيْئٌ 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-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- 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:

- اللهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- اللهُ 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 Warrahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atan nikmat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dengan penuh kelancaran. Sholawat serta salam kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini sebagai gambaran pentingnya menuntut ilmu yang telah dicontohkan oleh beliau.

Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang berjudul **“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BISNIS FLOURY PADA ASPEK PRODUKSI”** disusun sebagai sebuah hasil praktek bisnis yang mengacu pada penerapan ilmu ekonomi islam yang telah didapat selama duduk dbangku kuliah, serta merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Penulisan laporan Tugas Akhir ini dapat berjalan lancar atas bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Drs. Asmuni, M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
2. Rheyza Virgiawan, Lc., M.E selaku Kepala Prodi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Shofwan Hadikusuma, Lc., M.E selaku dosen pembimbing tugas akhir. Penulis mengucapkan terima kasih banyak atas bimbingan dan masukannya dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir.
4. Seluruh staff akademik Jurusan Ekonomi Islam.

Penulis menyadari karya tulis ini masih jauh dari sempurna, mengingat kemampuan dan pengalaman penulis yang masih terbatas, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar kedepannya dapat lebih baik lagi

Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 06 Desember 2022



Muhammad Raihan I.I



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	i
NOTA DINAS	ii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
KATA PENGANTAR	xvii
DAFTAR ISI	xix
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Sistematika Penulisan	1
BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS	8
A. Profil Bisnis	8
B. Pelaksanaan Bisnis	10
BAB III IDENTIFIKASI PEMECAHAN MASALAH	39
A. Identifikasi Masalah	39
B. Tinjauan Teoritis	41
C. Pemecahan Masalah Produksi	44

BAB IV Kesimpulan dan Saran	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	52
RIWAYAT HIDUP.....	59



DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Tabel penjualan Bulan Januari.....	27
Tabel 2 2 Tabel penjualan Bulan Februari.....	28
Tabel 2 3 Tabel penjualan Bulan Maret.....	29
Tabel 2 4 Tabel penjualan Bulan April.....	30



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Survei Konsumen.....	3
Gambar 2 1 Logo Floury.....	9
Gambar 2 2 Adonan Cibay	12
Gambar 2 3 Cibay	12
Gambar 2 4 Kulit Pangsit.....	13
Gambar 2 5 Isian Pangsit Ayam	13
Gambar 2 6 Pangsit Goreng Ayam Pedas.....	14
Gambar 2 7 Cimol Bojot.....	14
Gambar 2 8 Fruit Punch Soda.....	16
Gambar 2 9 Lychee Soda Yakult.....	17
Gambar 2 10 Coco Milks Nata	17
Gambar 2 11 Lychee Tea.....	18
Gambar 2 12 Baskom.....	21
Gambar 2 13 Sarung Tangan Plastik.....	21
Gambar 2 14 Cup Sealer	22
Gambar 2 15 Shaker.....	23
Gambar 2 16 Stryofoam.....	24
Gambar 2 17 Paper bag.....	25
Gambar 2 18 Gelas plastik.....	26
Gambar 2 19 Gelas plastik pada produk minuman	26
Gambar 2 20 Tampilan pada Go Food.....	31
Gambar 2 21 Tampilan Pada Shopee Food.....	32
Gambar 2 22 Tampilan Pada Grabfood	33
Gambar 2 23 Tampilan Pada Go Food.....	34
Gambar 2 24 Tampilan Pada Shopee Food.....	34
Gambar 2 25 Manajemen Stok Shopee Food.....	35

BAB I

PENDAHULUAN

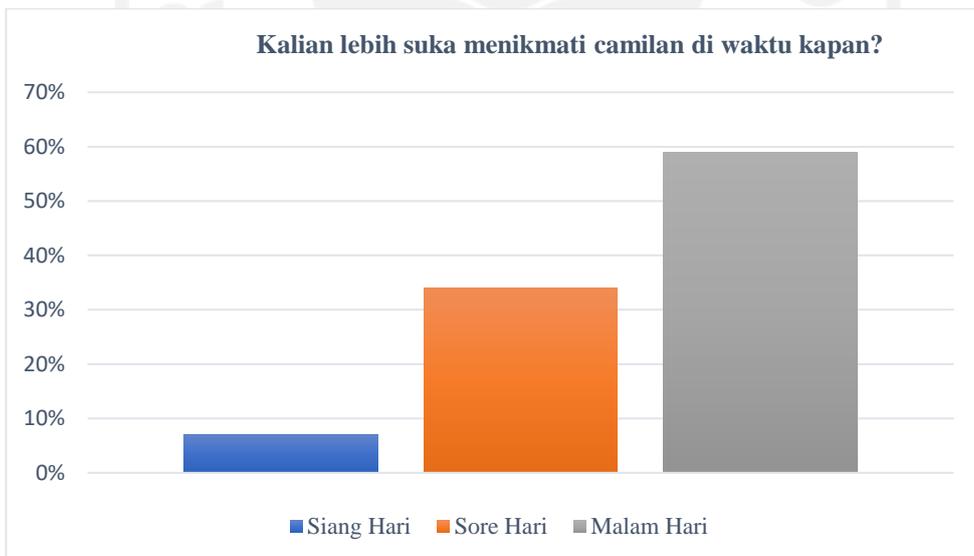
A. Latar Belakang

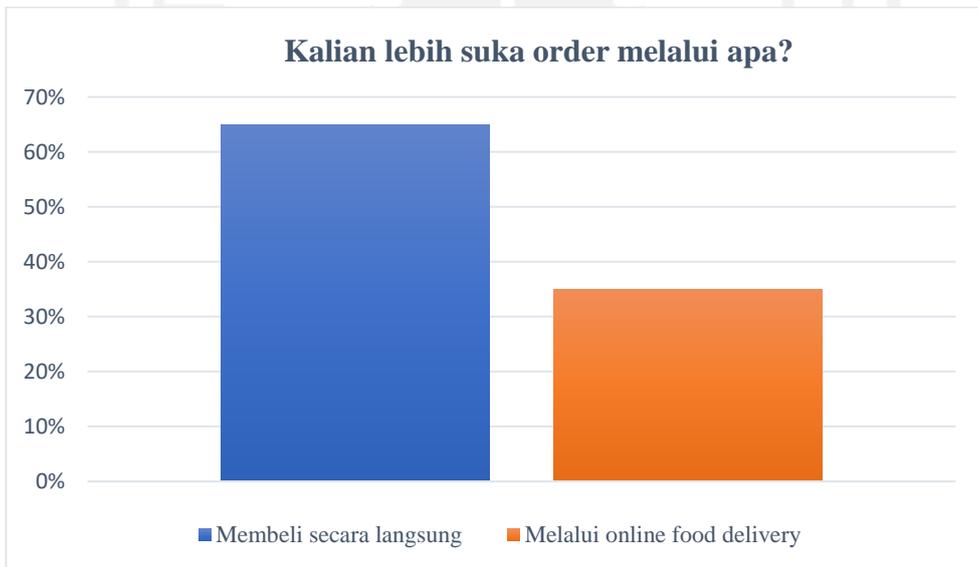
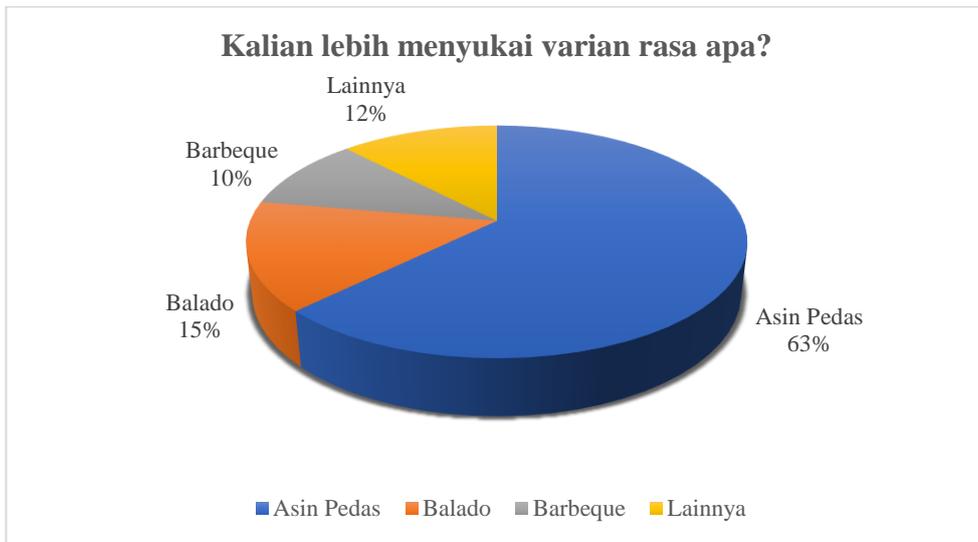
Camilan merupakan makanan ringan sebagai selingan makanan berat. Camilan juga biasa disebut dengan kudapan. Masing-masing daerah di Indonesia memiliki ciri khas camilan masing-masing (Handaruwati, 2017). Camilan juga sangat mudah didapatkan dimana dan kapan saja seiring dengan berkembangnya teknologi, para konsumen dapat memesan camilan melalui berbagai aplikasi online yang tersedia.

Alasan penulis memilih camilan sebagai bisnis yang dijalani karena hal ini merupakan peluang besar guna memperoleh keuntungan, penulis menyadari lingkungan sekitar kampus adalah tempat yang tepat untuk memulai sebuah bisnis camilan mengingat minat para mahasiswa yang suka akan camilan. Penulis juga telah melakukan observasi terkait bisnis camilan yang berada di Yogyakarta khususnya disekitar Universitas Islam Indonesia, penulis mendapatkan informasi bahwa belum ada yang menjual camilan berupa cibay, cimol bojot, *fried dumpling* yang merupakan beberapa menu yang ditawarkan. Seluruh jenis camilan tersebut berasal dari bahan pokok berupa tepung. Alasan penulis memilih tepung sebagai bahan utama karena tepung sendiri sangat mudah ditemukan dengan harga yang terjangkau, tepung juga dapat dibuat menjadi berbagai macam camilan yang sangat beragam. Selain camilan sering dimakan sebagai makanan selingan, camilan juga dapat digunakan sebagai makanan alternatif untuk memenuhi kebutuhan energi sementara, dikarenakan kandungan tepung yang terdiri dari beberapa kandungan karbohidrat dan protein.

Penulis juga telah melakukan observasi sebelumnya terhadap macam-macam bisnis camilan yang ada disekitar Universitas Islam Indonesia, dan menemukan bahwa belum ada yang menjual produk serupa. Penulis juga melakukan sebuah survey melalui media sosial *instagram* kepada para mahasiswa disekitar Universitas

Islam Indonesia terkait dengan beberapa kebiasaan mereka saat mengonsumsi camilan.





Gambar 1 1 Survei Konsumen

Hasil dari survei tersebut menandakan bahwa konsumen sangat mengutamakan kualitas makanan dibandingkan dengan harga yang dibandrol. Camilan yang penulis tawarkan seperti cibay dan cimol bojot merupakan camilan yang berasal dari Jawa Barat yang terkenal dengan bumbu pedas dan gurih. Penulis menyimpulkan bahwa konsumen lebih memilih varian rasa pedas gurih disebabkan

oleh rasa ketagihan yang ditimbulkan. Oleh karena itu, penulis dan tim selalu berfokus pada kualitas dan kelezatan makanan demi tercapainya kepuasan para konsumen.

Setelah menjalankan bisnis ini selama beberapa waktu, penulis menyadari bahwa bisnis kami harus melakukan strategi pengembangan usaha agar mendapatkan hasil yang positif di kemudian hari. Menurut Donalt L. Kirkpatrick dalam buku Adam I. Indra Wijaya, (2000), yang dimaksud dengan perkembangan usaha adalah "Suatu proses yang bertahap-tahap, yang sistematis untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan sikap, prestasi kerja orang-orang yang memegang tanggung jawab manajerial usaha, secara umum pengembangan manajerial dikenal sebagai usaha untuk meningkatkan prestasi dan juga pertumbuhan organisasi" (Hendrawan, Kuswantoro, & Sucahyawati, 2019). Agar pengembangan usaha tersebut dapat berjalan, penulis dan tim akan melakukan beberapa inovasi yang sekiranya dapat menunjang perkembangan bisnis kami.

Selain itu, pengembangan bisnis kami juga akan bergerak pada kemasan yang saat ini masi menggunakan kemasan polos tanpa ada *logo brand*. Pada dasarnya, desain kemasan mempengaruhi apa yang ada di dalamnya. Oleh karena itu warna, bentuk, desain dan bahan kemasan dapat mempengaruhi minat konsumen (WIdiati, 2019). Kemasan yang unik dan kreatif akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam mempertimbangkan keputusan saat ingin membeli produk kita.

Penulis berencana akan menambahkan logo *brand* pada seluruh kemasan, hal ini sangat penting dilakukan agar para konsumen semakin tertarik dan terbentuk *brand image* dalam benak para konsumen. Logo *brand* sendiri sangat penting bagi seluruh bisnis. Logo merupakan salah satu elemen penting dalam penciptaan identitas visual, hal ini berfungsi untuk membangun *brand* secara fisik yang sangat penting (Oscario, 2013).

Selain menambahkan logo dalam kemasan, penulis juga memiliki inovasi pengembangan pada jenis kemasan yang saat ini dipakai pada bisnis kami. Pada saat ini, kami masih menggunakan kemasan *styrofoam* pada produk cibay dan cimol

bojot yang mana hal itu sangat tidak ramah lingkungan. *Styrofoam* sendiri termasuk dalam kategori plastik *polystyrene* yang membutuhkan waktu 500-1 juta tahun untuk terurai. Oleh karena itu, penulis memiliki ide dan inovasi untuk menggunakan kemasan yang ramah lingkungan salah satunya menggunakan *biofoam* yang bahan dasarnya terbuat dari *baggase/ampas* tebu. Selain itu, kemasan box makanan dengan bahan dasar kertas yang berjenis *duplex* dan *kraft* juga dapat menjadi pilihan dalam memilih kemasan yang ramah lingkungan.

Ada tiga aspek yang dapat menunjang pengembangan pada bisnis kami antara lain aspek produksi, aspek pemasaran dan aspek keuangan. Pada bidang produksi, kami mengolah bahan baku berupa tepung dengan mencampurkan berbagai rempah dan bumbu secara mandiri. Bidang produksi juga harus melakukan *quality control* dalam setiap produk yang telah diolah agar tetap berkualitas dan layak untuk dikonsumsi. Selain itu, manajemen stok juga penting dilakukan untuk mengetahui sisa produk yang tersedia, termasuk sisa stok yang ada pada aplikasi *merchant food*. Selain itu, bagian produksi juga harus bekerja sama dengan bidang keuangan dalam menentukan harga produk yang akan ditawarkan kepada para konsumen.

Aspek berikutnya yaitu pemasaran yang merupakan salah satu hal penting dalam membangun sebuah *brand*. Dengan adanya aspek pemasaran, diharapkan mampu mengenalkan produk lebih luas dan meningkatkan nilai penjualan. Beberapa peranan aspek pemasaran yang dilakukan adalah antara lain membuat sebuah logo, sosial media dan juga mendesain kemasan agar lebih menarik dimata konsumen. Terkait sosial media, bidang pemasaran juga harus merancang berbagai konten yang dapat menarik perhatian para konsumen. Selanjutnya, bidang pemasaran juga harus melakukan koordinasi kepada bidang keuangan terkait penentuan alokasi biaya yang akan dikeluarkan dalam melakukan pemasaran.

Aspek keuangan merupakan salah satu aspek penting dalam kelangsungan sebuah bisnis, salah satu dari fungsi keuangan yaitu memastikan pengelolaan dana berjalan dengan baik. Bidang keuangan juga harus membuat arus kas dan pembukuan perharinya guna memastikan bahwa keuangan pada bisnis tersebut

terkelola dengan baik. Bidang keuangan juga harus selalu berkoordinasi kepada bidang pemasaran dan produksi terkait penggunaan dana bisnis yang akan digunakan untuk berbagai keperluan, salah satunya pembelian bahan baku dan alokasi pendanaan promosi.

B. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada karya tulis bisnis ini akan membahas beberapa bagian diantaranya bagian awal, bagian inti dan bagian akhir. Bagian awal terdiri dari bagian halaman judul dan sampul depan. Bagian inti terdiri dari tiga bagian yaitu Bab I, Bab II, Bab III, dan Bab IV. Bab I merupakan pendahuluan berisi tentang latar belakang yang menjelaskan tentang ide bisnis dan pengembangan serta inovasi yang akan dilakukan oleh penulis. Bagian ini juga mencakup rancangan sistem dan implementasi bisnis.

Pada Bab II berisi tentang pelaksanaan kegiatan bisnis meliputi profil bisnis dan pelaksanaan bisnis. Pada bagian profil bisnis menguraikan tentang profil bisnis dan pelaksanaan bisnis secara umum yang meliputi bidang usaha, lokasi, waktu berdiri dan perkembangan bisnis secara umum. Pada bagian pelaksanaan bisnis meliputi pelaksanaan produksi, pemasaran dan keuangan.

Pada Bab III merupakan identifikasi dan pemecahan masalah yang terdiri dari identifikasi masalah, tinjauan teoritis, dan pemecahan masalah. Pada bagian identifikasi masalah membahas tentang kendala apa saja yang dialami ketika menjalani bisnis. Tinjauan teoritis membahas tentang teori yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi. Sementara pada pemecahan masalah berisi tentang pendekatan apa saja yang dilakukan dalam menyelesaikan masalah yang dialami, serta mendeskripsikan langkah-langkah penyelesaian masalah secara praktis dan implementatif.

Pada Bab IV berisi tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan pernyataan singkat dan jelas terkait dari hasil pembahasan. Saran berisi tentang pemberian masukan berdasarkan hasil temuan kepada pihak-pihak terkait demi kepentingan pengembangan pada masa selanjutnya.

Kemudian pada bagian akhir memaparkan tentang daftar pustaka, lampiran dan riwayat penulis.



BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS

A. Profil Bisnis

Camilan merupakan makanan ringan sebagai selingan makanan berat. Camilan juga sangat mudah didapatkan dimana saja dan merupakan salah satu pilihan utama bagi kalangan mahasiswa untuk sekadar mengganjal perut. Ditambah lagi seiring dengan berkembangnya teknologi, pelanggan dapat mendapatkan camilan dengan sangat mudah melalui berbagai aplikasi *online*

Floury merupakan sebuah usaha UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang bergerak dibidang kuliner, bisnis ini berdiri sejak 30 Januari 2022. Floury diinisiasi oleh 3 orang mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan S1 di Universitas Islam Indonesia yaitu Muhammad Raihan Izzatul Insan, Muhamad Toha dan Nurlela sebagai bentuk untuk mengembangkan produk atau makanan lokal (Jawa Barat) yang sudah dimodernisasi.

Bisnis Floury berlokasi di Jalan Besi Jangkang, Dusun Candi Karang, Kelurahan Sardonoarjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55581. Kami memilih lokasi tersebut dengan harapan dapat menjangkau para mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Floury merupakan nama merk dagang kami yang diambil dari bahasa asing yang memiliki arti tepung. Alasan kami mengambil nama tersebut adalah karena mayoritas bahan baku yang kami gunakan adalah menggunakan tepung. Diawali dengan adanya bakat memasak dari salah satu kelompok kami dan adanya tugas akhir perintisan bisnis, maka dengan itu kami membuat perjanjian serta kerjasama yang dibuat oleh kelompok kami.

Hal yang penulis bedakan dalam identitasnya adalah dengan menggunakan nama dagang menggunakan bahasa asing, meningkatkan *value* produk, menggunakan kemasan yang baik, menambah varian rasa, dan melakukan promosi nama dagang. Oleh sebab itu, penulis beserta tim menggunakan nama dagang Floury dengan logo seperti gambar berikut:



Gambar 2 1 Logo Floury

Berikut visi dan misi dalam bisnis Floury:

Visi

Menyediakan berbagai macam kebutuhan jajanan masyarakat yang lezat, halal dan berkualitas serta dapat dikenal luas dan mendapatkan persepsi positif diberbagai kalangan.

Misi

- 1) Menyediakan menu yang lezat dan berkualitas dengan memastikan kehalalan produk
- 2) Memberikan kepuasan kepada konsumen dengan memberikan pelayan yang baik
- 3) Memberikan harga yang terjangkau sehingga seluruh kalangan masyarakat dapat menikmati produk kami
- 4) Memberikan suasana outlet yang aman, rapih, dan bersih agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi

Penulis memiliki tim kelompok yang mempunyai latar belakang dalam bidangnya masing-masing. Tim yang telah kami bentuk ini terdiri dari bidang produksi, bidang pemasaran dan bidang keuangan. Tim ini terbentuk pada Bulan Oktober 2021 di salah satu kedai kopi di Yogyakarta.

Berdasarkan pembagian tugas kerja tersebut, penulis beserta tim melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan program kerja dan perencanaannya masing-masing. Pembagian tugas beserta deskripsinya digambarkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2 1 Program Kerja Maing-masing Bidang

Bidang Pemasaran	Bidang Produksi	Bidang Keuangan
1) Melakukan survei pada pasar 2) Pembuatan logo dan akun sosial media 3) Pengenalan <i>brand</i> usaha dengan membuat konten melalui sosial media 4) Membangun citra brand dengan melakukan pemasaran melalui <i>word of mouth</i> 5) Menentukan pengeluaran biaya pemasaran bersama dengan pihak keuangan	1. Melakukan riset spesifikasi produk 2. Manajemen produksi 3. Pengelolaan aplikasi penjualan online 4. Strategi proses produksi dan operasi	1) Menganalisis keuangan usaha 2) Melakukan pencatatan laporan keuangan dimulai dari arus kas (<i>cashflow</i>), neraca dan laporan laba rugi.

B. Pelaksanaan Bisnis

Floury resmi dibuka pada 30 Januari 2022 yaitu berlokasi di Jln. Pandanaran (Jln. Kaliurang km 12), Candi Karang, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman, D.I Yogyakarta. Untuk analisa pelaksanaannya ditinjau dari aspek berikut:

1. Tinjauan Aspek Produksi

Pada kali ini, penulis akan membahas tentang aspek produksi. Beberapa aspek yang akan dibahas pada kali ini adalah pengolahan berbagai jenis produk camilan yang ada di floury

Terdapat 4 program yang dijalankan oleh penulis pada bidang produksi bisnis floury yaitu:

a. Melakukan riset dan spesifikasi produk

Penulis juga melakukan riset dalam menentukan produk yang akan dijual kepada pelanggan melalui proses survei yang dilakukan disekitaran kampus Universitas Islam Indonesia. Survei yang dilakukan yaitu mengamati seberapa banyak pesaing pasar yang menjual produk serupa. Hasil yang telah kami amati menunjukkan bahwa terdapat beberapa produk kami yang belum tersedia di pasaran seperti produk cibay dan cimol bojot.

Spesifikasi produk merupakan karakteristik produk yang meliputi nama produk, pengelolaan, mutu, bahan, dan lain-lain. Spesifikasi produk penting dilakukan agar konsumen lebih mudah mengenali jenis produk kita sesuai dengan keinginan konsumen. Penulis akan menjelaskan beberapa spesifikasi produk terkait dengan bahan-bahan dan pengelolaan pada beberapa produk yang tersedia di floury.

Adapun beberapa produk tersebut ialah:

1) Cibay

Cibay sendiri merupakan lumpia goreng berisi aci yang berasal dari Jawa Barat dan bahan dasarnya terbuat dari tepung tapioka. Untuk variasi cibay sendiri ada 2 yaitu cibay isian pedas dan isian original. Pengelolaan cibay dimulai dari proses penimbangan tepung, pelarutan tepung menggunakan air (air sesuai takaran), pemberian bumbu (berupa

garam, masako, lada dan daun bawang), kemudian adonan cibay tersebut dimasak dengan api kecil sampai mendapatkan tekstur yang kenyal.



Gambar 2 2 Adonan Cibay

Kemudian setelah adonan cibay siap, adonan tersebut akan dibungkus menggunakan kulit lumpia dan dibentuk menjadi kotak persegi, dan kemudian cibay siap untuk digoreng. Setelah cibay digoreng kering, cibay akan diberikan bumbu tabur (asin, pedas, balado dan barbeque) sesuai dengan keinginan konsumen.



Gambar 2 3 Cibay

2) Pangsit Goreng

Pangsit goreng merupakan camilan yang terbuat dari kulit pangsit dan berbagai macam isian yang kemudian digoreng. Varian pangsit

goreng yang kami tawarkan antara lain pangsit goreng isian ayam, bakso, sosis dan *crabstick*. Pengelolaan pangsit goreng sendiri terbilang mudah karena untuk kulit pangsitnya kami tidak memproduksi sendiri melainkan membeli dari toko sayur terdekat. Kulit pangsit diisi dengan isian yang tersedia dan kemudian digoreng. Setelah digoreng, pangsit goreng ditaburi dengan bumbu yang diinginkan konsumen.



Gambar 2 4 Kulit Pangsit



Gambar 2 5 Isian Pangsit Ayam



Gambar 2 6 Pangsit Goreng Ayam Pedas

3) Cimol Bojot

Cimol bojot merupakan camilan khas Garut, Jawa Barat. Camilan ini berbahan dasar tepung tapioka yang memiliki ciri tekstur lebih kenyal dari jajanan cimol pada umumnya. Cimol bojot mempunyai ciri khas rasa yang pedas dan gurih serta ditambahkan dengan potongan daun jeruk yang menambah aroma dan cita rasa. Proses pengolahan cimol bojot menggunakan tepung tapioka yang kemudian diberi bumbu (garam, masako, lada) dan dicampurkan dengan air panas. Setelah itu, cimol bojot diadon dan dibentuk menjadi bola kecil-kecil. Setelah dibentuk, cimol bojot kemudian digoreng menggunakan api sedang selama 1 menit, kemudian cimol bojot akan siap dihidangkan setelah diberikan bumbu dan potongan daun jeruk.



Gambar 2 7 Cimol Bojot

4) Cilok Goreng

Produk camilan kami yang terakhir yaitu cilok goreng. Camilan ini merupakan camilan khas Jawa Barat berbahan dasar tepung tapioka yang berbentuk bola-bola kecil. Tekstur dari cilok goreng tersebut akan terasa garing karena diproses dengan cara digoreng. Proses pengolahan cilok goreng sendiri ialah mencampur adonan tepung tapioka dengan beberapa bumbu penyedap rasa yang kemudian akan dibentuk seperti bola-bola kecil, setelah dibentuk maka adonan akan kami rebus sampai setengah matang sebelum akhirnya siap untuk digoreng. Penyajian cilok goreng sendiri akan ditambahkan dengan beberapa bumbu tabur yang sudah kami siapkan



Gambar 2 8 Cilok Goreng

5) *Fruit Punch Soda*

Produk kami selanjutnya yaitu minuman yang mengutamakan kesegaran sebagai pendamping camilan yang gurih. Kami memilih beberapa minuman yang cocok dan tidak menimbulkan rasa eneg ketika konsumen mengonsumsi camilan dan minuman tersebut. *Fruit punch soda* adalah minuman yang menggunakan bahan sirup, es batu, nanas (*topping*) dan *sprite*. Cita rasa dari minuman ini cenderung manis dan segar buah sebagai pelengkap. Pengurutan dari bahan-bahan tersebut sangat penting diperhatikan guna menciptakan tampilan minuman yang menarik dengan berbagai *layer* warna.



Gambar 2 9 *Fruit Punch Soda*

6) *Lychee Soda Yakult*

Lychee soda yakult menggunakan bahan-bahan yang terdiri dari sirup, *yakult*, *sprite*, es batu dan *topping* jeli. Cita rasa dari minuman ini segar sedikit asam dengan tambahan jeli yang menjadi pelengkap dari minuman tersebut. Bahan-bahan tersebut dikombinasikan sesuai dengan urutan yang benar guna menciptakan lapisan warna yang menarik.



Gambar 2 10 Lychee Soda Yakult

7) *Coco Milk's Nata*

Coco milk's nata menggunakan bahan-bahan yang terdiri dari sirup, es batu, air mineral, susu kental manis dan *nata de coco* sebagai pelengkap. Metode pembuatan minuman ini sedikit berbeda dari 2 minuman diatas. *Coco Milk's Nata* diproses dengan mencampurkan bahan-bahan tersebut ke dalam alat yang bernama *shaker*, selanjutnya minuman tersebut *dishake* sampai semua bahan tercampur dengan rata. Cita rasa dari minuman ini sangat cocok untuk penggemar rasa manis, selain manis konsumen juga mendapatkan *nata de coco* yang digunakan sebagai pelengkap agar minuman tidak monoton.



Gambar 2 11 Coco Milks Nata

8) *Lychee Tea*

Lychee Tea menggunakan bahan-bahan sirup, teh, gula cair, es batu dan *topping* leci. Metode pembuatan minuman ini sama dengan *coco milk's nata* yaitu dengan cara *dishake* hingga seluruh bahan

tercampur dengan rata. Cita rasa dari minuman ini ialah khas teh leci segar dengan buah leci sebagai pelengkap minuman tersebut.



Gambar 2 12 Lychee Tea

b. Manajemen Produksi

Manajemen produksi sendiri merupakan proses keseluruhan sistem manajemen yang berkaitan dengan produk. Pada manajemen stok kali ini, penulis berfokus kepada proses *quality control* dan pencatatan penjualan produk dalam kurun waktu beberapa bulan.

1) Melakukan *quality control*

Quality control sendiri adalah proses untuk memastikan bahwa produk yang akan dihasilkan berkualitas dan layak untuk dijual. Dalam menentukan standar kualitas produk pada bisnis kami, ada beberapa ketentuan yang harus dipenuhi pada masing-masing produk.

a) Produk Makanan

Pada produk makanan, kami memiliki kulkas sebagai tempat penyimpanan seluruh produk makanan. Produk makanan seperti cibay, pangsit goreng, cimol bojot dan cilok memerlukan suhu dibawah 4°C agar tetap tahan dan tidak basi. Produk-produk kami disimpan pada kotak makanan dan ditata dengan rapi untuk mempertahankan bentuk. Kami juga membatasi produk yang belum terjual selama 3 hari, jika

camilan tersebut belum laku dalam 3 hari maka kami akan memisahkan produk tersebut dan memberikan promo *buy one get one* agar produk tersebut segera terjual.

Standarisasi produk tersebut kami lakukan agar camilan yang kami tawarkan selalu dalam keadaan baik dan layak dikonsumsi oleh konsumen. Selain standarisasi makanan, kami juga melakukan standarisasi pada alat-alat yang digunakan untuk mengelola camilan tersebut. Setiap peralatan yang dipakai untuk proses produksi seperti baskom, centong nasi, talenan, wajan, spatula dan alat-alat lainnya selalu kami pastikan bersih pada saat pemakaian. Kami juga selalu menggunakan sarung tangan plastik dalam mengolah camilan agar tidak ada kontaminasi yang terjadi saat proses pengolahan.

(1) Cibay

Pada produk cibay, penulis menjaga mutu dan kualitasnya dengan cara memastikan bahwa bahan-bahan pelengkap seperti cabai, daun bawang, kulit lumpia dan lainnya dalam keadaan baik dan layak untuk digunakan dalam proses produksi. Produk cibay yang tidak terjual dalam satu hari akan kami masukan ke dalam kulkas untuk menjaga agar produk tersebut tetap berkualitas. Setelah lebih dari 3 hari jika produk belum terjual, maka penulis dan tim akan membuat adonan baru.

(2) Pangsit Goreng

Pada produk pangsit goreng, penulis menjaga mutu dan kualitas tentunya dengan memastikan bahan isian pelengkap seperti ayam, sosis, bakso dan *crabstick* dalam

keadaan baik dan higienis. Begitu juga dengan kulit pangsit akan penulis pastikan dalam keadaan tidak berjamur atau rusak. Kemudian, jika produk tidak terjual dalam sehari, maka produk akan dimasukkan ke dalam kulkas agar tetap awet. Untuk menjaga kualitas agar kulit pangsit tidak menempel pada wadah saat dikeluarkan dari kulkas, penulis akan mengeringkan produk terlebih dahulu dan kemudian ditaburkan sedikit tepung agar pangsit tidak menempel pada wadah penyimpanan.

(3) Cimol Bojot

Pada produk cimol bojot, penulis menjaga mutu dan kualitas dengan memastikan bahwa bahan utama berupa tepung dalam kondisi baik. Proses pengadonan juga dilakukan secara higienis dengan menggunakan sarung tangan. Bahan-bahan pelengkap seperti daun jeruk dan bawang goreng juga akan penulis pastikan dalam keadaan higienis. Cimol bojot sendiri mempunyai cara khusus jika produk tersebut akan dikeluarkan dari kulkas. Cimol bojot harus dikeringkan terlebih dahulu dan kemudian ditaburi dengan menggunakan tepung untuk menghindari produk yang saling menempel dan akhirnya produk akan rusak saat dilakukan proses penggorengan. Oleh karena itu, penjagaan mutu dan kualitas produk cimol bojot memerlukan perhatian khusus.

(4) Cilok Goreng

Pada produk cilok goreng, penulis menjaga kualitas dan mutu dengan memastikan bahan utama berupa tepung tapioka dalam kondisi yang higienis. Bahan-bahan pelengkap penyedap rasa juga akan dipastikan memiliki kualitas yang baik dengan cara melihat tanggal kadaluarsa pada masing-masing penyedap rasa. Proses pengolahan juga dilakukan

menggunakan sarung tangan saat pengadonan agar produk tetap higienis. Kemudian, untuk penyimpanan tidak ada perhatian khusus untuk produk cilok, kami hanya akan menyimpan cilok tersebut di dalam lemari pendingin.



Gambar 2 14 Sarung Tangan Plastik



Gambar 2 13 Baskom

b) Produk Minuman

Pada produk minuman, bahan-bahan dasar yang digunakan juga ditaruh di dalam kulkas agar tetap awet. Karena minuman dibuat langsung saat ada pesanan, maka yang perlu diperhatikan adalah kualitas bahan-bahan dasar yang digunakan agar produk yang dihasilkan berkualitas dan layak untuk dikonsumsi. Bahan-bahan dasar minuman yang kami pakai mempunyai waktu kadaluarsa yang dapat ditemukan pada kemasan seperti sirup, topping leci kaleng, *yakult*, *nata de coco* dan lainnya. Hal itu memudahkan kami

dalam mengontrol kualitas bahan baku pada minuman. Sementara bahan-bahan seperti *topping* buah nanas dan stroberi, kami memberikan batas waktu 2-3 hari guna memastikan kualitas buah tersebut masih segar.

Alat-alat yang kami gunakan dalam membuat minuman terbilang hanya mengandalkan *shaker* untuk minuman *lychee tea* dan *coco milk's nata*, untuk dua minuman lainnya cukup mengandalkan gelas plastik, *cup sealer* dan sedotan. Pemeliharaan pada alat-alat pengolah minuman yang kami lakukan adalah selalu memperhatikan kebersihan peralatan yang kami gunakan seperti selalu membilas alat *shaker* usai digunakan dan juga mengelap *cup sealer* setiap hari guna mencegah terdapatnya debu pada alat tersebut sehingga kami mampu menciptakan produk minuman yang berkualitas dan menciptakan kepuasan kepada konsumen.



Gambar 2 15 *Cup Sealer*



Gambar 2 16 *Shaker*

c) Pengemasan Produk

Pengemasan produk yang kami gunakan pada makanan dan minuman beragam tergantung dengan produk yang kami sediakan. Kami memilih *styrofoam*, *paper bag*, dan juga gelas plastik. Pengemasan produk kami masih terbilang kurang baik, dikarenakan masih belum ada identitas logo pada kemasan *styrofoam* dan *paper bag*. Selain itu, kemasan produk yang kami gunakan juga masih belum ramah terhadap lingkungan, hal ini menjadi perhatian bagi kami dalam meningkatkan kualitas pengemasan produk agar kedepannya dapat lebih baik lagi.

(1) *Styrofoam*

Styrofoam sendiri kami gunakan pada produk-produk tertentu seperti cibay dan cimol bojot. Alasan kami menggunakan kemasan ini pada produk kami adalah selain harganya yang ekonomis, *styrofoam* juga dapat menahan suhu dan kualitas camilan agar tetap hangat dan berkualitas.

Namun, kekurangan pada kemasan ini terletak pada ketahanan kemasan yang mudah rusak jika tidak berhati-hati. Selain itu, kemasan tersebut juga memakan waktu yang sangat lama untuk terdaur ulang. Kami berharap agar hal ini dapat kami tingkatkan dengan menggunakan bahan yang lebih ramah lingkungan agar kualitas bisnis kami semakin baik.



Gambar 2 17 Stryofoam

(2) *Paper Bag*

Kami menggunakan kemasan ini pada produk pangsit goreng. Alasan dari kami menggunakan *paper bag* sendiri adalah karena bahan kemasan yang ringan, harga yang relatif lebih murah dan juga mudah dalam penyimpanan. Namun kekurangan pada kemasan ini terletak pada daya tahannya yang kurang, karena kemasan ini sangat mudah sobek dan tidak dapat terlalu lama menahan suhu makanan. Kedepannya, kami berharap agar dapat membuat *paper bag* yang memiliki identitas bisnis agar dapat menambah nilai lebih pada bisnis floury.



Gambar 2 18 Paper bag

(3) Gelas Plastik

Kami menggunakan kemasan gelas plastik pada produk minuman dan cilok. Kemasan gelas plastik tersebut akan kami *press* terlebih dahulu pada penutupnya agar kemasan aman dan tidak mudah tumpah. Kelebihan pada kemasan ini terletak pada penggunaannya yang mudah dan harga yang terjangkau. Kami juga telah menaruh identitas logo pada kemasan tersebut sebagai nilai lebih agar kemasan lebih menarik dan bisnis kita semakin mudah untuk diingat.

Namun, kekurangan terletak pada pengemasan produk cilok yang mana gelas plastik tidak dapat menahan panas yang berlebih, sampai saat ini kami belum menemukan solusi pengemasan yang tepat untuk produk cilok, karena produk cilok sendiri merupakan produk terbaru yang kami sediakan. Penulis berharap agar kedepannya dapat menemukan kemasan yang tepat untuk produk cilok agar kualitas produk dapat lebih terjaga dan memberikan kepuasan kepada konsumen.



Gambar 2 19 Gelas plastik



Gambar 2 20 Gelas plastik pada produk minuman

2) Pencatatan penjualan produk

Kami selalu mencatat produk apa saja yang terjual setiap harinya agar dapat memantau penjualan produk dan mempermudah proses pembukuan keuangan. Adapun penulis menjabarkan hasil penjualan produk pada 4 bulan awal ini sesuai dengan catatan buku penjualan dan rekapan excel produk terjual. 4 bulan tersebut adalah pada Bulan Januari, Februari, Maret, dan April. Keterangan tabel dibawah ini merupakan jumlah keseluruhan dalam kurun waktu 1 bulan, jika ingin melihat lebih detail, gambar tabel disediakan pada lampiran.

a) Penjualan Bulan Januari

Tabel 2 1 Tabel penjualan Bulan Januari

Penjualan Bulan Januari		
NO	Nama Produk	Jumlah Terjual (Qty)
1	Pangsit Sosis	5
2	Pangsit Bakso	8
3	Pangsit Ayam Pedas	15
4	Pangsit <i>Crabstick</i>	5
5	Cibay Original	5
6	Cibay Pedas	16
7	Cimol Bojot	10
8	<i>Lychee Tea</i>	7
9	Coco Milks Nata	8
10	<i>Fruit Punch Soda</i>	6
11	<i>Lychee Soda Yakult</i>	6
JUMLAH		91

Pada Bulan Januari kami dapat menjual total keseluruhan sebanyak 91 produk, bulan ini merupakan bulan pertama kami melakukan penjualan. Pada keterangan diatas terlihat bahwa konsumen lebih sering memesan cibay pedas dan pangsit ayam pedas, yang mana jumlah tersebut lebih banyak daripada penjualan lainnya. Dapat dilihat juga bahwa produk minuman kami masih sepi peminat, konsumen lebih fokus pada camilan yang kami sediakan. Produk-produk ini juga terjual melalui *on the spot* (pembelian langsung) dan *delivery order* (pengantaran). Tentunya dengan adanya catatan ini penulis harapkan dapat membantu tim

keuangan agar dapat lebih mudah dalam menyusun laporan keuangan dan menentukan arah *trend* pada penjualan bulan ini.

b) Penjualan Bulan Februari

Tabel 2.2 Tabel penjualan Bulan Februari

Penjualan Bulan Februari		
NO	Nama Produk	Jumlah Terjual (Qty)
1	Pangsit Sosis	3
2	Pangsit Bakso	53
3	Pangsit Ayam Pedas	165
4	Pangsit <i>Crabstick</i>	11
5	Cibay Original	21
6	Cibay Pedas	51
7	Cimol Bojot	24
8	<i>Lychee Tea</i>	20
9	Coco Milks Nata	31
10	<i>Fruit Punch Soda</i>	23
11	<i>Lychee Soda Yakult</i>	17
JUMLAH		419

Pada Bulan Februari dapat kita lihat bahwa angka penjualan yang kami hasilkan memiliki *trend* positif yang sangat signifikan dibandingkan dengan bulan lalu. Hal ini dapat kita lihat pada jumlah penjualan yang mengalami kenaikan sebanyak 419 produk. Produk yang memiliki angka penjualan terbanyak masih pada produk pangsit ayam pedas dan cibay pedas, namun terjadi kenaikan penjualan pada produk minuman yang kami jual yaitu pada produk Coco Milks Nata secara

signifikan sebanyak 31 pcs. Produk-produk ini juga terjual melalui *on the spot* (pembelian langsung) dan *delivery order* (pengantaran).

c) Penjualan Bulan Maret

Tabel 2 3 Tabel penjualan Bulan Maret

Penjualan Bulan September		
NO	Nama Produk	Jumlah Terjual (Qty)
1	Pangsit Sosis	3
2	Pangsit Bakso	15
3	Pangsit Ayam Pedas	174
4	Pangsit <i>Crabstick</i>	22
5	Cibay Original	88
6	Cibay Pedas	129
7	Cimol Bojot	31
8	<i>Lychee Tea</i>	3
9	Coco Milks Nata	21
10	<i>Fruit Punch Soda</i>	15
11	<i>Lychee Soda Yakult</i>	13
JUMLAH		514

Pada bulan ini dapat kita lihat bahwa angka penjualan mengalami kenaikan yang cukup signifikan dari bulan sebelumnya. Produk cibay pedas dan pangsit ayam goreng masih memiliki angka penjualan tertinggi, yang mana dapat kita simpulkan bahwa 2 produk tersebut merupakan produk yang disukai oleh konsumen. Produk-produk ini terjual melalui *on the spot* (pembelian langsung), *delivery order* (pengantaran) dan melalui *merchant food*.

d) Penjualan Bulan April

Tabel 2 4 Tabel penjualan Bulan April

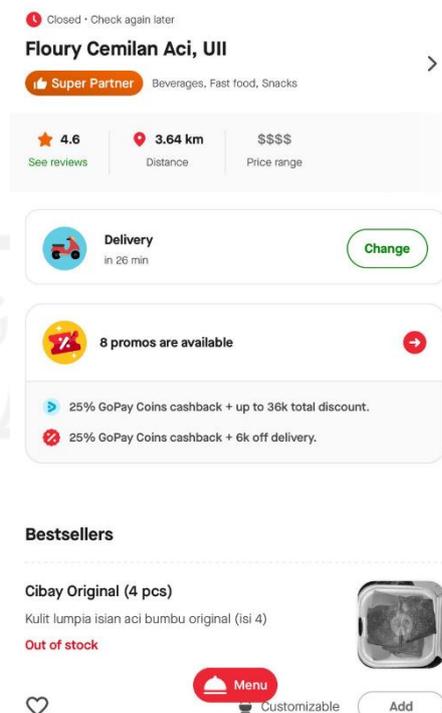
Penjualan Bulan April		
NO	Nama Produk	Jumlah Terjual (Qty)
1	Pangsit Sosis	0
2	Pangsit Bakso	11
3	Pangsit Ayam Pedas	131
4	Pangsit <i>Crabstick</i>	18
5	Cibay Original	24
6	Cibay Pedas	62
7	Cimol Bojot	36
8	<i>Lychee Tea</i>	3
9	Coco Milks Nata	8
10	<i>Fruit Punch Soda</i>	7
11	<i>Lychee Soda Yakult</i>	5
JUMLAH		305

Pada bulan ini penjualan mengalami penurunan yang cukup drastis dari bulan sebelumnya, dapat dilihat bahwa penjualan bulan ini hanya terjual sebanyak 305 produk saja. Beberapa penyebab kami mengalami penurunan pada penjualan karena bulan ini bertepatan dengan Bulan Ramadhan yang mana kami hanya berjualan selama 20 hari saja. Jam kerja yang kami lakukan pada bulan ini juga tidak seperti biasa, terhitung hanya selama 4 jam saja waktu kami dalam berjualan.

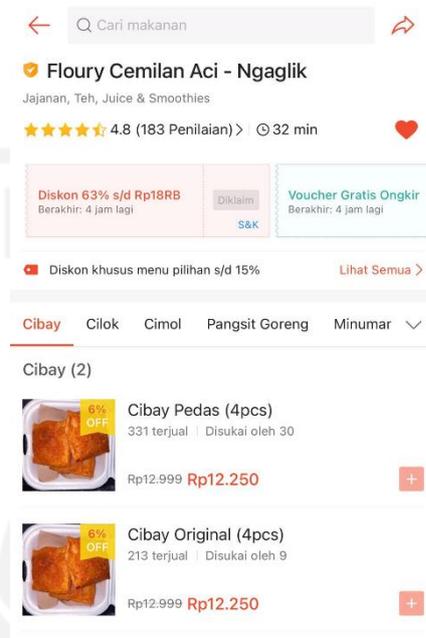
c. Pengelolaan aplikasi penjualan online

Perkembangan teknologi saat ini secara langsung mempengaruhi perkembangan usaha kuliner. Hal ini menuntut kami untuk mengikuti perkembangan zaman dengan menghadirkan penjualan secara online melalui berbagai aplikasi *merchant food* diantaranya *go food*, *grab food* dan *shopee food*. Adanya berbagai macam aplikasi ini sangat membantu usaha bisnis yang ada terutama para pelaku UMKM seperti kami. Selain meningkatkan penjualan, hal ini juga dapat dijadikan sebagai sarana promosi agar bisnis kami semakin dikenal oleh masyarakat luas.

Penulis yang bertugas sebagai pihak produksi mempunyai kewajiban untuk mengelola *merchant food* baik dari segi manajemen stok, pengadaan promosi dan lainnya. Pengadaan fitur-fitur pada aplikasi *merchant food* terbilang cukup lengkap, bisnis kami sangat terbantu dengan adanya fitur pembuatan *bundle/paket* yang mana hal itu dapat membantu para konsumen untuk lebih mudah dalam memutuskan produk yang akan dipesan. Berikut adalah beberapa tampilan *merchant food* bisnis flourt pada perspektif konsumen.



Gambar 2 21 Tampilan pada Go Food



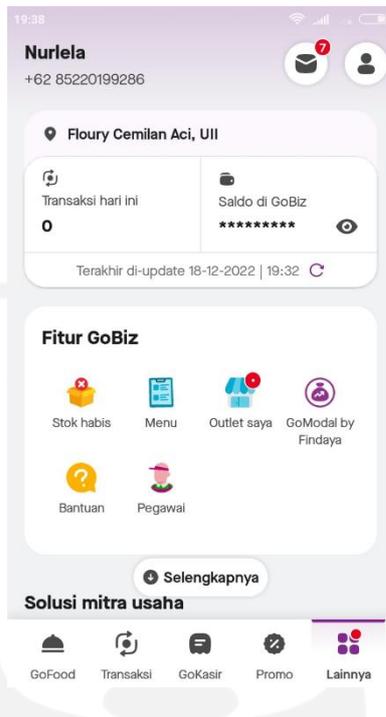
Gambar 2 22 Tampilan Pada Shopee Food

Dapat kita lihat bahwa fitur-fitur yang tersedia seperti pengelompokan jenis produk sangat membantu para konsumen dalam memesan produk yang diinginkan. Pada fitur penilaian juga sangat membantu kami dalam meningkatkan kualitas layanan dan produk, selain itu fitur ini juga mampu membantu para konsumen yang belum pernah memesan produk kami. Pada fitur diskon/*voucher* juga merupakan daya tarik tersendiri bagi para konsumen yang mana hal itu sangat bermanfaat bagi penjualan produk kami. Tentunya seluruh fitur ini harus dikelola dengan benar, baik dari segi stock, penampilan gambar produk dan diskon agar bisnis kami semakin berkembang dan mendapatkan penilaian yang baik dimata para konsumen.

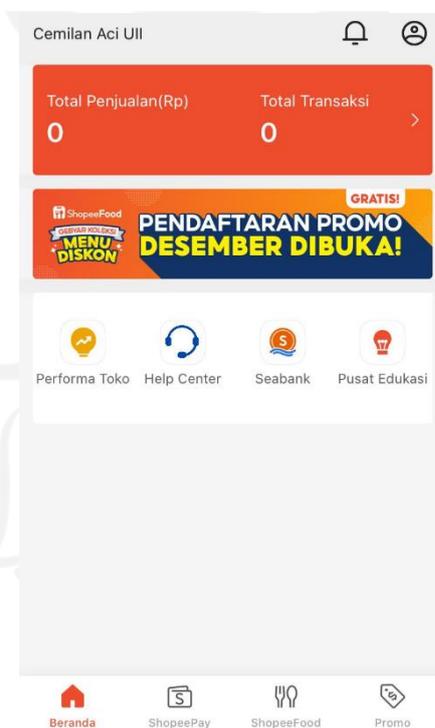
Adapun fitur-fitur yang ditawarkan aplikasi tersebut pada pelaku bisnis juga sangat beragam dan bermanfaat. Mulai dari manajemen stok yang tersedia, performa toko, jam buka dan tutup, total transaksi dan fitur-fitur lainnya. Jika kita mengalami kendala, aplikasi *merchant food* juga menyediakan fitur bernama *help center* agar masalah dapat teratasi. Berikut akan penulis tampilkan beberapa gambar pada aplikasi *merchant food* dalam perspektif pelaku bisnis.



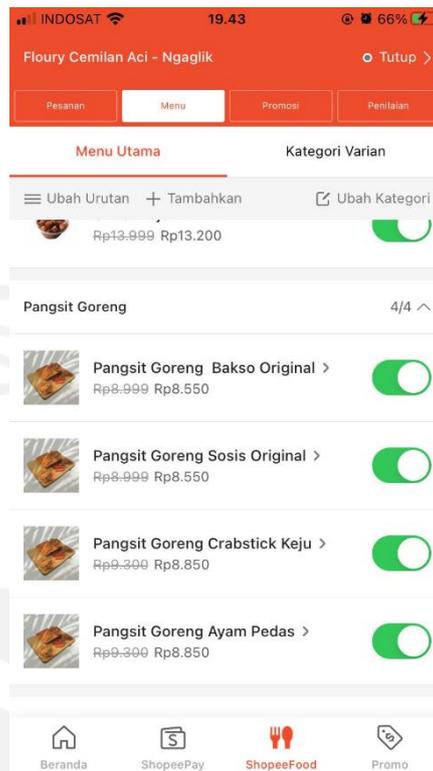
Gambar 2.23 Tampilan Pada Grabfood



Gambar 2 24 Tampilan Pada Go Food



Gambar 2 25 Tampilan Pada Shopee Food



Gambar 2 26 Manajemen Stok Shopee Food

Penulis dan tim juga melakukan hubungan timbal balik pada para konsumen yang melakukan *feedback* pada produk yang telah terjual pada aplikasi online. *Customer feedback* itu sendiri adalah opini atau pengalaman konsumen terkait barang atau jasa yang telah digunakan. Opini yang diberikan oleh para konsumen berperan sebagai bahan bagi para perusahaan dalam mencari tahu kekurangan apa saja yang harus diperbaiki atau hal apa yang dapat ditingkatkan dari kualitas produk. Dengan begitu, produk akan selalu meningkat kualitasnya dan dapat memiliki daya saing yang kuat.

Umpan balik yang penulis berikan kepada para konsumen yang memberikan ulasan pada aplikasi penjualan online, mencakup membalas ulasan tersebut sebagai tanda bahwa penulis dan tim sangat menghargai ulasan yang diberikan para konsumen. Selanjutnya, opini atau ulasan yang diberikan oleh para konsumen akan penulis gunakan sebagai bahan dalam meningkatkan kualitas produk selanjutnya. Berikut merupakan salah satu ulasan para konsumen pada aplikasi *Go-Food*.



Gambar 2 27 *Customer Feedback* pada aplikasi *Go food*

d. Strategi Proses Produksi dan Operasi

Strategi proses produksi merupakan suatu rencana yang dibentuk oleh para pelaku bisnis dalam mengubah suatu sumberdaya menjadi barang dan jasa. Tujuan dari dibentuknya strategi proses produksi yaitu menemukan cara produksi yang efektif dalam menciptakan barang dan jasa sesuai dengan keinginan para konsumen dan spesifikasi produk dalam keterbatasan biaya.

Pada bisnis kami yang hanya memiliki 3 orang anggota, maka strategi produksi sangat penting untuk diperhatikan agar proses produksi dapat berjalan secara efektif. Beberapa strategi yang telah kami terapkan pada bisnis kami meliputi:

1) Menghasilkan produk dalam jumlah kecil dan jumlah yang beragam

Dengan terbatasnya sumber daya yang ada, kami sangat memaksimalkan adanya keragaman produk dalam menarik perhatian para konsumen. Kami sangat memanfaatkan kelebihan dalam pemakaian bahan baku tepung guna menciptakan camilan-camilan yang beragam dan mempunyai nilai jual tinggi.

2) Memanfaatkan peralatan yang tersedia dan memiliki fungsi umum

Karena keterbatasan biaya dan sumberdaya, kami dituntut untuk mempunyai peralatan yang dapat berfungsi secara umum agar proses produksi dapat dilakukan dengan maksimal. Beberapa peralatan umum kami meliputi

a) Baskom

Baskom dapat berfungsi sebagai wadah untuk berbagai macam adonan yang kami produksi.

b) Peralatan masak

Peralatan masak tersebut meliputi kompor, wajan, panci, spatula, telenan dan lainnya yang dapat dioperasikan dengan maksimal sehingga mampu menghasilkan berbagai macam produk yang beragam.

c) Blender/*Chopper*

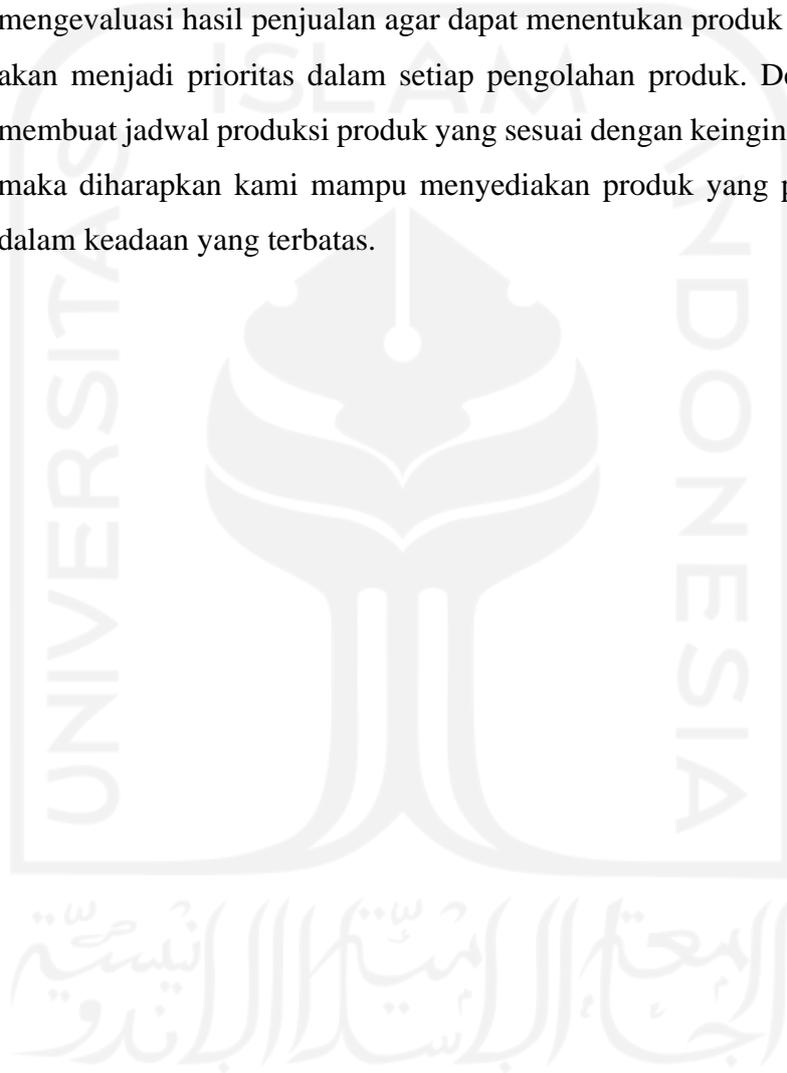
Alat ini dapat berfungsi dalam mengolah segala jenis bumbu yang dibutuhkan pada proses produksi, tentunya kami sangat membutuhkan alat multifungsi ini agar proses produksi lebih efisien.

3) Memiliki sumberdaya yang berpengetahuan luas

Dalam hal ini, kami dituntut agar dapat bekerja sama dengan baik dalam berbagai aspek. Walaupun penulis disini adalah sebagai bagian dari bidang produksi, namun tidak jarang juga kami selalu mengisi pekerjaan satu sama lain guna memaksimalkan sumber daya yang ada, karena terdapat banyak paduan kerja yang dapat menyebabkan setiap pekerjaan berubah.

- 4) Menerapkan penjadwalan produksi yang memperhatikan kapasitas, ketersediaan persediaan dan layanan pelanggan

Kami mempunyai kapasitas penyimpanan yang sangat terbatas, dalam hal ini maka harus selalu kami perhatikan dalam jumlah ketersediaan persediaan yang harus menjadi prioritas. Dalam kasus ini, kami harus selalu mengevaluasi hasil penjualan agar dapat menentukan produk apa saja yang akan menjadi prioritas dalam setiap pengolahan produk. Dengan adanya membuat jadwal produksi produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan, maka diharapkan kami mampu menyediakan produk yang paling diminati dalam keadaan yang terbatas.



BAB III

IDENTIFIKASI KENDALA PADA PROSES PRODUKSI

A. Identifikasi Masalah

Pada setiap bisnis yang dijalankan tidak dapat dipisahkan dari adanya kendala ataupun masalah. Kendala tersebut muncul baik dalam hal yang dapat diperkirakan maupun yang tidak dapat diperkirakan. Hal itu merupakan suatu tantangan yang harus diatasi oleh setiap pelaku bisnis agar ke depannya mampu menjadi sebuah perusahaan yang lebih baik. Dalam kasus ini, penulis mengalami beberapa kendala pada bidang produksi.

Kendala adalah segala hal yang dapat menghambat perusahaan dalam melaksanakan proses produksi. Salah satu yang dapat digunakan dalam mengidentifikasi sebuah masalah yaitu menggunakan teori kendala. Teori kendala adalah pendekatan yang digunakan perusahaan dalam mengidentifikasi, mengeksploitasi, dan menemukan cara dalam mengatasi kendala yang terjadi pada proses produksi. (Sihadi, Pangemanan, & Gamaliel, 2018)

Pada tahap identifikasi kendala, akan penulis jelaskan lebih lanjut tentang adanya kendala dan situasi yang terjadi pada bisnis kami saat ini.

1) Pengemasan Produk

a. Kendala pada identitas kemasan

Sampai saat ini, kami masih mempunyai kendala pada kemasan yang kami pakai karena belum adanya logo atau identitas yang tertera pada kemasan kami. Pentingnya logo dan identitas pada kemasan agar nama bisnis kami dapat mudah diingat dan menjadi daya tarik sendiri untuk para konsumen.

b. Kendala pada bahan kemasan

Kami juga mempunyai kendala pada bahan kemasan produk yang masih terbilang memiliki kualitas yang kurang maksimal, contohnya pada Styrofoam yang kami pakai, selain kemasan yang

mudah sobek, bahan kemasan tersebut juga susah untuk didaur ulang.

2) Manajemen Stok

a. Terbatasnya jumlah stok

Masalah kami selanjutnya yaitu terdapat pada kapasitas stok yang terbatas selain karena tempat penyimpanan (kulkas) kami yang tidak terlalu besar, kami juga mempunyai sumber daya yang terbatas.

b. Produk yang rentan

Kendala selanjutnya terdapat pada produk yang sangat rentan rusak atau tidak layak dijual, contohnya seperti produk cimol bojot dan pangsit goreng yang mana produk tersebut perlu diberikan perhatian khusus agar tidak terjadi kecacatan produk. Salah satu contoh kerentanan produk cimol bojot yaitu ketika produk tersebut disimpan dalam kulkas dan adonan produk tersebut terkena embun yang disebabkan oleh dinginnya kulkas, maka jika adonan tersebut tidak balur oleh tepung dan dikeringkan terlebih dahulu, maka akan terjadi kerusakan produk pada proses pengolahan selanjutnya.

3) Pengelolaan Sosial Media

a. Kurangnya promosi dan konten

Hal ini disebabkan oleh keterbatasan sumber daya dan juga kesalahan pada kami sendiri. Terkadang kami lupa melakukan kembali promosi dan membuat konten-konten menarik agar bisnis kami semakin berkembang dan dikenal luas. Hal itu terjadi karena keterbatasan waktu dan manajemen waktu yang belum benar.

b. Jangkauan yang terbatas

Dikarenakan pengelolaan sosial media yang kurang maksimal, hal ini berdampak pada terbatasnya jangkauan yang kami capai dalam mengenalkan bisnis kami. Kami hanya mengandalkan jangkauan melalui aplikasi *merchant food* sehingga kurang maksimal.

4) Inovasi

a. Kendala mengelola produk baru (Cimol Kentang)

Beberapa bulan lalu kami pernah membuat produk bernama cimol kentang yaitu produk olahan berupa tepung dan kentang yang dibuat menjadi camilan dengan bentuk bola-bola kecil. Kami mendapatkan respon positif dari pelanggan mengenai produk baru yang kami tawarkan. Namun, kami mendapatkan kendala bahwa produk sangat mudah basi dalam waktu kurang dari 24 jam. Alhasil, kami tidak lagi melanjutkan produk tersebut karena proses yang terbilang rumit dan memakan waktu. Dengan sumber daya yang terbatas, kami harus membuat prioritas pengolahan produk agar permintaan stok pada produk lain dapat terpenuhi.

b. Kendala penjualan jarak jauh

Kami juga mempunyai kendala dalam melakukan penjualan jarak jauh yang membutuhkan waktu tempuh lebih dari 1 hari. Dikarenakan produk yang kami jual merupakan produk yang tidak menggunakan pengawet, maka produk kami tidak akan tahan dengan pengiriman jarak jauh.

B. Tinjauan Teoritis

1. Teori Produksi

Produksi adalah suatu proses dimana barang atau jasa yang disebut masukan (input) diubah menjadi barang-barang atau jasa-

jasa yang disebut hasil (output). Fungsi dari produksi sendiri adalah suatu persamaan yang menunjukkan jumlah maksimum hasil (output) yang dihasilkan dengan kombinasi masukan (input) tertentu. Fungsi produksi juga menunjukkan sifat hubungan diantara input dan output yang dihasilkan. (Yogatama, 2019)

Beberapa faktor produksi secara teori terbagi menjadi empat yaitu sumber daya alam, tenaga kerja, modal dan manajemen. Empat hal tersebut menjadi peninjau penting terhadap proses produksi yang akan dilakukan oleh pelaku bisnis. Sumber daya alam merupakan sesuatu yang dapat dikelola dan kemudian dijadikan suatu barang yang bernilai. Tenaga kerja merupakan penentuan sebuah kuantitas dan kualitas yang akan dihasilkan dalam proses produksi. Modal juga merupakan hal yang penting yang harus dipenuhi, modal sendiri adalah segala kekayaan baik yang berwujud uang maupun bukan uang. Modal yang dikelola dengan baik akan menghasilkan hasil output yang baik pula. Terakhir ialah manajemen yang berfungsi untuk mengatur segala kegiatan proses produksi dalam mencapai tujuan sebuah bisnis. (Ali, 2013)

2. Manajemen Persediaan

Manajemen persediaan adalah seluruh aktivitas untuk mengatur dan mengkoordinasi faktor-faktor produksi untuk menciptakan dan menambah nilai yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Manajemen produksi juga dibutuhkan dalam mendukung efisiensi biaya produksi sebuah produk. Tujuan dari manajemen produksi sendiri ialah agar perusahaan dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen, memperlancar proses produksi, mengantisipasi kekosongan stok dan menghadapi fluktuasi harga. (Tessa, 2018)

3. *Electronic Commerce*

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangat berdampak pada lahirnya era ekonomi baru yang disebabkan oleh adanya fenomena transaksi jual beli berbasis internet. Dengan adanya media internet bisa mempermudah transaksi jual beli, menghemat biaya operasional, menghemat waktu, dan mengefensiesikan segala aspek sehingga mampu menumbuhkan tingkat pertumbuhan ekonomi.

Definisi *e-commerce* menurut Adi Nugroho (2006) adalah cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa melalui jaringan internet. Sedangkan menurut Rahmawati (2009) adalah sistem pemasaran melalui media elektronik. *E-commerce* sendiri mencakup distribusi, pembelian, penjualan marketing dan servis melalui sebuah sistematika internet.

4. Tujuan Produksi dalam Ekonomi Islam

Tujuan produksi ekonomi islam pada dasarnya agar menciptakan masalah yang baik bagi seluruh manusia sehingga dapat mencapai *falah* yang merupakan tujuan akhir dari kehidupan manusia. *Falah* sendiri adalah kemuliaan hidup baik di dunia maupun di akhirat yang dapat memberikan kebahagiaan secara hakiki kepada manusia. (Bakri, Syantoso, & Budi, 2020)

5. Konsep Strategi

Konsep strategi adalah sebuah hal yang penting dipahami dan diterapkan para pelaku pengusaha dalam segala bidang usaha. Strategi menurut Chandler ialah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. (Winardi, 2003)

6. Strategi Produksi pada Makanan

Strategi produksi pada makanan terdiri dari penyiapan sistem produksi dan pengoperasian sistem produksi. Strategi produksi merupakan rencana yang disusun perusahaan dalam mengubah masukan menjadi keluaran yang bernilai. Strategi produksi pada makanan juga sangat berkaitan dengan operasional peralatan, fasilitas, sumber daya, pengendalian persediaan dan pengadaan bahan. (Assauri, 2008)

7. Produksi dalam Pandangan Islam

Produksi dalam pandangan islam menurut Siddiqi ialah penyediaan barang atau jasa yang memperhatikan nilai manfaat dan keadilan bagi para konsumen, selama seorang produsen telah bertindak adil dan memberikan manfaat bagi seluruh pihak maka ia dapat disebut sebagai produsen yang Islami. Produksi dalam pandangan islam harus dapat mewujudkan fungsi sosial, fungsi sosial tersebut dapat tercapai jika kegiatan produksi melampaui surplus untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumtif dan meraih keuntungan finansial sehingga mampu berkontribusi pada nilai-nilai sosial.

Produksi yang dilakukan oleh seorang muslim akan berkaitan erat dengan motivasi keimanan yaitu mendapatkan rida dari Allah SWT. Sehingga pada prosesnya akan mengedepankan prinsip kejujuran, amanah dan kebersamaan. (Usman, 2015)

Pemecahan Kendala Produksi

Sejalan dengan beberapa masalah khususnya pada proses produksi, penulis dan tim diwajibkan agar menciptakan langkah yang dapat memberikan solusi agar dapat menyelesaikan masalah-masalah tersebut.

Berikut adalah beberapa pemecahan masalah yang disusun berurutan sesuai dengan identifikasi masalah diatas.

1. Pemecahan kendala identitas kemasan

Memberikan identitas berupa logo dan tagline pada kemasan agar mendapatkan perhatian lebih dari para konsumen serta sebagai media promosi untuk mengembangkan bisnis yang telah kami bangun.

2. Pemecahan kendala bahan kemasan

Melakukan survei kemasan yang cocok untuk beberapa macam camilan seperti cibay dan cilok yang sampai saat ini masih memakai kemasan yang kurang berkualitas dari segi ketahanan dan ramah lingkungan. Penulis mempunyai beberapa opsi yaitu menggunakan *biofoam* yang hampir sama dengan kemasan *stayrofoam* namun bahan bakunya terbuat dari ampas tebu, yang mana akan lebih ramah bagi kesehatan dan lingkungan.

3. Pemecahan kendala pada terbatasnya jumlah stok

Kedepannya kami akan menambah sumber daya agar kapasitas stok kami dapat selalu tersedia seiring dengan permintaan konsumen, selain sumber daya kami akan menambahkan kapasitas dengan menambah kulkas agar jumlah stok dapat dibuat semakin banyak. Hal ini dapat diwujudkan jika penjualan kami terus berkembang dan menuju trend yang positif.

4. Pemecahan kendala kerentanan produk

Terkait kerentanan produk kami masih akan terus berusaha memecahkan masalah tersebut, salah satu yang akan kami

lakukan ialah mengurangi kelembapan pada produk sebelum siap untuk dijual.

5. Pemecahan kendala promosi dan jangkauan yang terbatas

Kami akan menyusun jadwal dalam menjalankan promosi dan membuat konten pada sosial media agar hal tersebut tidak lagi terbengkalai dan berdampak positif untuk bisnis yang kami jalankan. Hal ini kami harapkan agar dapat menambah jangkauan konsumen pada bisnis kami sehingga mampu menambah peluang penjualan yang ada dan menambah peningkatan jangkauan pada penjualan kami.

6. Pemecahan kendala pada produk cimol kentang

Terkait inovasi pada produk cimol kentang, kami akan terus mencoba mencari solusi tersebut mengingat bahwa respon positif oleh konsumen yang kami dapatkan sangat bermanfaat bagi kami kedepannya. Kami akan melakukan beberapa percobaan dan metode pembuatan untuk memecahkan masalah ini.

7. Pemecahan kendala pada penjualan jarak jauh

Seiring dengan berkembangnya zaman, hal ini ditunjukkan oleh banyaknya produk yang ditawarkan oleh para pemasar kepada konsumen dengan berbagai cara yang dilakukan dalam memasarkan produknya (Santoso & Samboro, 2017). Oleh karena itu, penulis akan melakukan inovasi pada penjualan produk dengan metode *frozen food*. *Frozen Food* merupakan produk makanan yang telah dikemas dan disimpan beku dalam *freezer* dan siap dikonsumsi di waktu tertentu (Wicaksana, Paramastri, & Ardyanfitri, 2021). Alasan penulis membuat inovasi berupa *frozen food* adalah agar masyarakat luas

khususnya daerah Jawa dapat menikmati produk yang kami tawarkan, dengan begitu penulis berharap nilai penjualan akan semakin berkembang dan positif.

Frozen food pada umumnya dipilih oleh masyarakat karena mudah disajikan, higienis, harga terjangkau, serta praktis. Hal ini merupakan sebuah peluang usaha yang dapat dikembangkan dengan mengikuti perubahan gaya hidup masyarakat yang memilih seluruh aspek serba mudah dan praktis. *Frozen food* membutuhkan beberapa perhatian khusus pada kemasan dengan menambahkan beberapa diantaranya *ice gel* dan *aluminium foil*.

Ice gel sendiri berfungsi untuk menggantikan es batu dan menjaga suhu agar tetap dingin saat dibawa berpergian. Dengan menggunakan cara sederhana ini, produk dapat bertahan hingga 3-4 hari. *Aluminium foil* juga dibutuhkan dalam proses pengiriman *frozen food* yang berfungsi menghalangi masuknya mikroba atau bakteri ke dalam produk atau makanan, tentunya hal ini akan menjaga produk lebih bersih dan

BAB IV

Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Pada karya tulis ini, penulis berkewajiban memegang tanggung jawab penuh terhadap bidang produksi. Salah satu tugas utama bidang produksi yakni memastikan kelayakan produk yang akan dijual kepada konsumen. Untuk meninjau hal tersebut, pada kesempatan perintisan saat ini penulis mempunyai beberapa program kerja yaitu melakukan riset dan spesifikasi produk, manajemen produksi, pengelolaan aplikasi penjualan online, strategi proses produksi dan operasi.

Namun dalam setiap proses produksi tersebut terdapat beberapa kendala. Beberapa kendala di antara lain pengemasan produk, manajemen stok, pengelolaan sosial media dan terbatasnya jangkauan. Oleh sebab itu, solusi yang dapat diberikan oleh penulis antara lain mengganti kemasan *styrofoam* menjadi *biofoam* guna meningkatkan kualitas pada aspek kesehatan dan ramah lingkungan terkait kemasan tersebut. Memberikan identitas berupa logo pada kemasan agar selain menjadi daya tarik bagi para konsumen, identitas pada kemasan juga menjadi sarana promosi untuk mengenalkan produk. Pada keterbatasan jumlah stok, selain membuat prioritas pada menu yang cenderung lebih diminati, penulis juga berharap agar dapat menambah kapasitas penyimpanan agar produktivitas produksi dapat lebih berkembang. Kemudian pada proses promosi juga akan dilakukan penjadwalan sehingga kami mampu lebih disiplin dalam membuat konten terkait bisnis kami agar kedepannya bisnis kami dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan di lapangan yang telah penulis temukan, maka penulis bermaksud memberikan saran yang mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi lembaga maupun peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Lembaga

Penulis berharap bahwa lembaga dapat meningkatkan kualitas pelayanan bimbingan dan pengelolaan informasi terkait pelaksanaan bisnis yang akan dilakukan ke depannya agar para mahasiswa mendapatkan informasi yang cukup dan siap dalam menjalankan penelitian bisnis selanjutnya. Namun secara khusus perlu adanya peningkatan bimbingan terkait seperti apa saja hal-hal yang akan terjadi pada praktek bisnis di lapangan, agar mahasiswa dapat lebih efektif dalam pelaksanaannya dan dapat meminimalisir risiko yang akan terjadi pada bisnis yang telah mereka rintis.

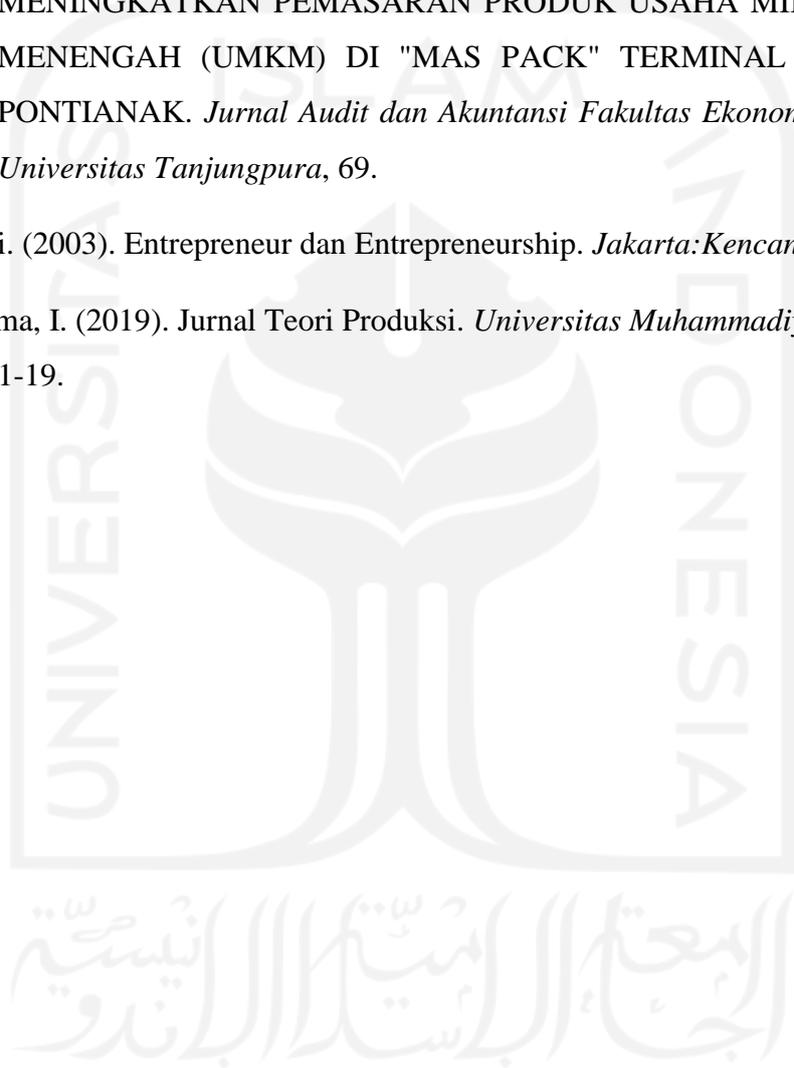
2. Bagi pelaku perintisan bisnis selanjutnya

Pelaku perintisan bisnis selanjutnya diharapkan dapat mengkaji informasi terkait bisnis apa saja yang ingin dijalankan maupun efektivitas dalam pengelolaannya agar perintisan bisnis yang dilakukan dapat lebih baik lagi. Pelaku perintisan bisnis selanjutnya diharapkan agar selalu belajar baik melalui orang yang kompeten dan berpengalaman dalam bidang bisnis serta teori-teori yang dapat membantu perintisan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. (2013). PRINSIP DASAR PRODUKSI DALAM EKONOMI ISLAM. *Jurnal Lisan AL-Hal*, 23.
- Assauri, S. (2008). Manajemen Produksi dan Operasi. *Jakarta: LPFE Universitas Indonesia*, 29.
- Bakri, A., Syantoso, A., & Budi, H. S. (2020). TEORI PRODUKSI EKONOMI ISLAM MODERN DALAM MENGHADAPI MASALAH PRODUKSI AKIBAT PANDEMI COVID 2019. *Ekonomi syariah* 60202, 5.
- Handaruwati, I. (2017). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PENJUALAN CAMILAN LOKAL. *Buletin Bisnis dan Manajemen*, 42.
- Hendrawan, A., Kuswanto, F., & Suchyawati, H. (2019). Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha. *Jurnal HUMMANSI*, 29.
- Oscario, A. (2013). PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN BRAND. *HUMANIORA*, 191-202.
- Pratiwi, A. I. (2021). "Startup"; Bisnis Kuliner Rintisan di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Emik*, 1-18.
- Santoso, E. B., & Samboro, J. (2017). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN INOVASI PRODUK. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 1.
- Sihadi, I. P., Pangemanan, S. S., & Gamaliel, H. (2018). IDENTIFIKASI KENDALA DALAM PROSES PRODUKSI DAN DAMPAKNYA TERHADAP BIAYA PRODUKSI PADA UD. RISKY. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, 1-8.
- T. H. (2018). KAJIAN MANAJEMEN PERSEDIAAN (INVENTORY MANAGEMENT) PADA PT PURA MAYUNGAN. *Bina Manajemen*, 60-69.

- Usman, A. H. (2015). Manajemen Strategis Syariah. *Jakarta : Zikrul Hakim*, 110.
- Wicaksana, W. R., Paramastri, B., & Ardyanfitri, H. (2021). PURCHASE INTENTION PRODUK FROZEN FOOD. *Jurnal MANOVA*, 1.
- WIdiati, A. (2019). PERANAN KEMASAN (PACKAGING) DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI "MAS PACK" TERMINAL KEMASAN PONTIANAK. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 69.
- Winardi. (2003). Entrepreneur dan Entrepreneurship. *Jakarta:Kencana*, 106.
- Yogatama, I. (2019). Jurnal Teori Produksi. *Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, 1-19.



LAMPIRAN



Lampiran 1 1 Logo FLOURY



Lampiran 1 2 Kontainer Floury



Lampiran 1 3 Kulkas sebagai penyimpanan stok



Lampiran 1 4 Proses pembuatan pangsit goreng



Lampiran 1 5 Hasil mentah pengolahan produk

Senin, 29/10/22

1	1	1	Ori: Cibay	1	7.000	v
2	1	5	Cibay	5	40.000	v
3	1	1	Mix	1		
4	1	1	Spicy	1		
5	1	2	Meatball D	2	47.000	v
6	1	1	Cibay	1		
7	1	2	Meatball D	2	10.000	v
8	1	1	Ori: Cibay	1	7.000	v
9	1	1	Lychee S Y	1	16.000	
10	1	3	S. Chicken D	3		
11	1	1	Sausage D	1		
12	1	2	S. Cibay	2	14.000	
13	1	1	Sausage D	1	11.000	
14	1	1	S. Chicken D	1		
15	1	1	Mix Cibay	1	7.000	
16	1	1	Ori: Cibay	1	7.000	
17	1	5	S. Chicken D	5	40.000	
18	1	1	C. Cibay	1		
19	1	1	Ori: Cibay	1		
20	1	1	Bejot	1		
21	1	1	S. Cibay	1	12.000	
22	1	1	Meatball D	1		
23	1	1	Bejot	1	10.000	
24	1	1	Cibay	1	7.000	
25	1	1	Lychee Soda Xfalt	1	15.000	

Lampiran 1 6 Buku pencatatan penjualan perhari

OPEN PRE ORDER

✓ Kuota 10 orang /PO ✓ Min. order 10K ✓ Free ongkir



Spicy Chicken Dumpling Spicy Cibay Cimol Bajot

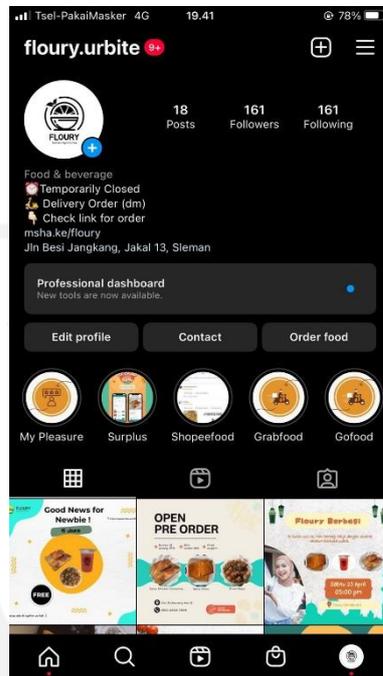
📍 Jln. Kaliurang km 12
☎ 0813-2830-7098



Lampiran 1 7 Poster metode penjualan pre order



Lampiran 1 8 Mitra ojek online melakukan pengantaran



Lampiran 1 9 Sosial media Instagram



Lampiran 1 10 Konsumen Flourey



Lampiran 1 11 Produk lychee soda yakult



Lampiran 1 12 Produk pangsit ayam pedas



Lampiran 1 13 Produk Cibay



Lampiran 1 14 Produk minuman floury

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kota Nabire, Papua Tengah pada 11 Juli 2000 sebagai anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Harwan Abdul Latief dan Ibu Titik Lestari Ningsih. Alamat tinggal penulis saat ini di Jl. Sadewa No.6 Dentan, Sinduharjo, Sleman, Yogyakarta. No Hp: 081259537142. Alamat email: mrraihan.11072000@gmail.com. Pendidikan SMA ditempuh di SMA Luqman Al-Hakim, Surabaya. Pada tahun yang sama juga diterima di Universitas Islam Indonesia pada program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam.

