

**RE- BRANDING DAN RE- PACKAGING KEMASAN  
PRODUK OLAHAN BAKSO GORENG PIPIH  
(BASRENG PIPIH)**

**BIDANG PRODUKSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan guna memperoleh  
Gelar sarjana ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh :  
**Zahrah Annisa**  
19423041

ACC Munaqasah  
2 Januari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Siti Latifah Mubasiroh'.

Siti Latifah Mubasiroh

**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 : Zahrah Annisa

NIM : 19423041

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Judul Tugas Akhir : Re-branding dan Re-packaging kemasan produk olahan bakso goreng pipih (basreng pipih)

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

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

Yogyakarta, 01 November 2023



Zahrah Annisa

## NOTA DINAS

Yogyakarta, 11 Agustus 2023

24 Muharam 1445 H

Hal : Tugas Akhir Perintisan Bisnis

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam

Universitas Islam Indonesia D.I Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor:1215/Dek/60/DAATI/FIAI/VIII/2023 tanggal 11 Agustus 2023 M, 24 Muharam 1445 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara :

Nama : Zahrah Annisa

Nomor Induk Mahasiswa : 19423041

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam

Tahun Akademik : 2022/2023

Judul Skripsi : *Re-branding* dan *Re-packaging* kemasan olahan bakso goreng (basreng pipih)

Setelah kami teliti adakah perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa Tugas Akhir Perintisan Bisnis saudara tersebut diatas memenuhi syarat untuk diajukan sida munaqosah Fakultas Ilmu agama Islam. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang dimaksud.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Dosen pembimbing



Siti Latifah Mubasiroh, S.Pd, M.Pd.

## REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zahrah Annisa

NIM :19423041

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Judul : *Re-branding* dan *Re-packing* kemasan olahan bakso goreng (basreng)

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

Dosen Pembimbing



Siti Latifah Mubasiroh, S.Pd., M.Pd.

# LEMBAR PENGESAHAN



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. [fiail@uii.ac.id](mailto:fiail@uii.ac.id)  
W. [fiail.uii.ac.id](http://fiail.uii.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:

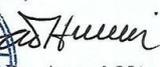
Hari : Kamis  
Tanggal : 18 Januari 2024  
Judul Tugas Akhir : Re-branding dan Re-Packaging Kemasan Produk Olahan Bakso Goreng Pipih (Basreng Pipih)  
Disusun oleh : ZAHRAH ANNISA  
Nomor Mahasiswa : 19423041

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/Pembimbing : Siti Latifah Mubasiroh, S.Pd, M.Pd. (.....)  
Penguji I : Tulasmi, SEI, MEI (.....)  
Penguji II : Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I (.....)

Yogyakarta, 18 Januari 2024  
Dekan,

  
Drs. Asmuni, MA  


## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan berkat limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Atas karunia serta kemudahan yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini.

Segala perjuangan penulis hingga saat ini, penulis persembahkan teruntuk orang-orang hebat yang selalu menjadi penyemangat dan menjadi alasan penulis kuat sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.SC., Ph.D, selaku Rektor 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 Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., ME., selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Ibu Siti Latifah Mubasiroh, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis. Penulis telah mendapatkan dukungan, bimbingan, arahan dan motivasi dengan penuh kesabaran selama menjalankan kewajibannya sebagai mahasiswa di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
6. Segenap Dosen serta Staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan memberikan pelayanan kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam

7. Kedua Orang Tua ( Ageng Prasongko & Mussalmah) orang yang hebat selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tidak ada henti – hentinya memberikan kasih sayang dan cinta setiap hari, dan selalu memberikan motivasi, setelah itu teruntuk Adik (Ahmad Zaki Mubarak), Alm Kakek,Nenek, Alm mbah kung dan Alm mbah putri serta seluruh Keluarga penulis yang selalu hadir dengan cinta, doa dan mereka merupakan kekuatan terbesar bagi penulis untuk terus belajar serta tetap kuat ketika menghadapi situasi tersulitsekalipun.
8. Amara Hasna Mustofa selaku rekan kelompok perintisan bisnis penulis yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis.
9. Teruntuk teman-teman penulis, Atun, Upap, Khusnul, Adit, Eza, Weka, Chandra, Kibdi, Nadia, Galuh dan semua yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan informasi terkait Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Dan seluruh mahasiswa seperjuangan, Program Studi Ekonomi Islam Angka 2019 yang selalu memberikan semangat kepada penulis selama masa perkuliahan ini. Dan Teruntuk Ferri Wahyudi, yang setiap hari mendengarkan keluh kesah, menjadi support sistem penulis, yang senantiasa sabar dalam menghadapi penulis, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya.

## **HALAMAN MOTTO**

“Lakukanlah kebaikan sekecil apapun karena kamu tidak tahu kebaikan apa yang akan membuatmu naik level menjadi orang besar”

## ABSTRAK

### ***RE-BRANDING DAN RE-PACKING KEMASAN PADA OLAHAN BAKSO GORENG (BASRENG PIPIH)***

**ZAHRAH ANNISA**

**19423041**

Di era sekarang, ada banyak peluang bisnis berbagai macam makanan di Indonesia terbilang potensial karena makanan adalah kebutuhan pokok. Salah satu makanan yang dapat dinikmati dengan ringan adalah cemilan atau 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 sebagian konsumen menyukai makanan atau camilan yang memiliki rasa pedas dan asin hal ini di ketahui ketika penulis survei melalui instagram story. 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 Chingu mil Branding Produk Makanan Olahan Basreng (Bakso Goreng). Perintisan bisnis dilakukan pada Juli 2023. Penjualan dilakukan melalui media sosial Instagram, marketplace Shopee. Serta pengiriman langsung. Pada laporan ini penulis melaporkan beragam aspek dari bisnis Basreng Chingu Mill 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:** camilan bakso goreng, perintisan bisnis, *rebranding*, *repacking*

**ABSTRACT**  
**RE-BRANDING DAN RE-PACKING KEMASAN PADA OLAHAN BAKSO**  
**GORENG (BASRENG PIPIH)**

**ZAHRAH ANNISA**

**19423041**

*In the current era, there are many business opportunities for various kinds of food in Indonesia are fairly potential because food is a basic need. One of the foods that can be enjoyed lightly is snacks or snacks. In this case, snacks are considered more potential to get big profits in their sales. The results of surveys and observations that the author runs, from several kinds of snack businesses that are of interest to consumers, the author chooses to start a fried meatball business (basreng). The reason why the author chose basreng is because some consumers like foods or snacks that have spicy and salty tastes, this was known when the survey writer through Instagram Story. For this reason, basreng is the author's choice to make a business rebranding processed fried meatball snacks (basreng). Some snack products that have been sold in Indonesia have various flavors, but have not made many improvements, especially in terms of packaging. Branding in the form of product packaging is considered to be more attractive to consumers in buying products. In this business start-up venture, the authors' group undertook business pioneer, namely Chingu mil Branding Basreng Processed Food Products (Fried Meatballs). The business start will be carried out in July 2023. Sales are made through Instagram social media, Shopee marketplace. As well as direct delivery. In this report, the author reports various aspects of Basreng Chingu Mill's business which include aspects of production, research on raw materials and packaging, product specifications, determination of production costs in coordination with finance, stock management in coordination with production and marketplace management.*

**Keywords:** *fried meatball snacks, business start-up, rebranding, repacking*

**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
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	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	Zal	ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er ر
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	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 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 *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:

- بَنَى kataba
- فَاعِل fa`ala
- سُوِّى suila
- كَيْفَ kaifa
- هَوَّى 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...ا...	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:

- قَالَا qāla
- رَامَا ramā
- قَالَا qāla
- يَقُولُوا 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:

- لافطلاً قضور raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- قرونملا قنيدملا al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul  
munawwarah
- قحظ 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:

- نزن nazzala
- ربلا al-birr

#### F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu لا , 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:

- لجرلا ar-rajulu
- ملقلا al-qalamu
- سمشلا asy-syamsu
- للاجلا 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:

- ذخأت ta'khuzu
- شيش syai'un
- عونلا an-nau'u
- نا 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:

- نيقزار لا ريخ و هف اللهناب و - Wa innallāha lahuwa khair ar-  
rāziqīn/

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

- اهاسر مواها رجمالهمسب - 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:

- نيملا علا بر للهملحلا Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu  
lillāhi rabbil `ālamīn

- ميحرلا نمحرلا 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:

- ميحر روفغ الله Allaāhu gafūrun rahīm

- اعيمج روملا لى 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 kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dengan penuh kelancaran. Sholawat serta salam senantiasa terhanturkan 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 'Chingu.mill ; *Re-branding* dan *Re-packaging* kemasan produk olahan bakso goreng pipih (basreng pipih)'.

Penghargaan dan rasa terima kasih penulis persembahkan kepada :

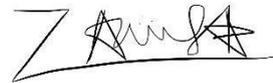
1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.SC., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., ME., selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Ibu Siti Latifah Mubasiroh, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis. Penulis telah mendapatkan dukungan, bimbingan, arahan dan motivasi dengan penuh kesabaran selama menjalankan kewajibannya sebagai mahasiswa di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
6. Segenap Dosen serta Staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan memberikan pelayanan kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam.

Dengan kerendahan hati, penulis memohon maaf kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati, itu semata-mata

kelalaian dan kesalahan dari penulis sendiri. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga para pembaca mendapatkan manfaat dari laporan Tugas Akhir Perintisan Bisnis.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yogyakarta, 01 November 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Zahrah Annisa', written over a horizontal line.

Zahrah Annisa

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>REKOMENDASI PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>x</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. CAPAIAN TARGET .....	4
C. SISTEMATIKA PENULISAN.....	5
<b>BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS .....</b>	<b>7</b>
A. PROFIL BISNIS .....	7
B. PELAKSANAAN BISNIS.....	10
<b>BAB III IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH .....</b>	<b>22</b>
A. IDENTIFIKASI MASALAH .....	22
B. TINJAUAN TEORITIS .....	24
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>26</b>
A. KESIMPULAN .....	26
B. SARAN .....	26
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>29</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>30</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>34</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 0.1</b> Tabel Transliterasi Konsonan.....	xi
<b>Tabel 0.2</b> Tabel Transliterasi Vokal Tunggal.....	xii
<b>Tabel 0.3</b> Tabel Transliterasi Vokal Rangkap.....	xiii
<b>Tabel 0.4</b> Tabel Transliterasi <i>Maddah</i> .....	xiii
<b>Tabel 1.1</b> Deskripsi Tugas.....	10
<b>Tabel 1.2</b> Biaya Produksi .....	16
<b>Table 1.3</b> Stock Opname .....	17
<b>Table 1.4</b> Rekap Penjualan Juli 2023 .....	18
<b>Table 1.5</b> Rekap Penjualan Agustus 2023.....	18
<b>Table 1.6</b> Rekap Penjualan September 2023.....	19
<b>Table 1.7</b> Rekap Penjualan Oktober 2023.....	19
<b>Table 1.8</b> Rekap Penjualan November 2023 .....	20
<b>Table 1.9</b> Rekap Penjualan November 2023 .....	20

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Riset .....	3
Gambar 1.2 Logo Chingu Mill.....	8
Gambar 1.3 Bukti Vote Responden di Instagram .....	12
Gambar 1.4 Basreng Pedas Daun Jeruk .....	13
Gambar 1.5 Basreng Original Daun Jeruk .....	14
Gambar 1.6 Logo Chingu Mill.....	14
Gambar 1.7 Foto Kemasan Chingu Mill.....	16
Gambar 1.8 Produk Chingu Mill.....	17
Gambar 1.9 Shopee Chingu Mill .....	20
Gambar 2.1 Logo Halal.....	21
Gambar 2.2 Proses Sealer Bungkus Basreng .....	31
Gambar 2.3 Proses Menimbang Basreng .....	31
Gambar 2.4 Basreng Pedas .....	31
Gambar 2.5 Proses Pengemasan Basreng Pedas .....	31
Gambar 2.6 Basreng Yang Sudah Dikemas.....	32
Gambar 2.7 Mengikuti Bazar UMKM .....	32
Gambar 2.8 Mengikuti Bazar UMKM .....	32
Gambar 2.9 Basreng Original .....	32
Gambar 3.0 COD Pembelian Basreng Customer.....	33
Gambar 3.1 Transfer Pembelian Basreng Customer.....	33
Gambar 3.2 Proses Pengemasan Basreng Original .....	34
Gambar 3.3 Timbangan.....	34
Gambar 3. 4 Sealer.....	34
Gambar 3.5 Basreng Yang Sudah Dikemas.....	34

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Basreng atau dikenal juga dengan bakso goreng merupakan makanan ringan yang terbuat dari olahan ikan yang diiris tipis. Basreng bisa disajikan dengan taburan rasa yang pedas atau unik. Pedasnya basreng ada 2 macam, yaitu pedas biasa dan pedas luar biasa, umumnya variasi pedas sangat terkenal dengan pecinta pedas.

Pangan merupakan sumber nutrisi dan energi yang berasal dari tumbuh-tumbuhan dan makhluk hidup yang diperlukan makhluk hidup (Amalia, 2019). Untuk meningkatkan penjualan juga dapat dilakukan dengan Re – Packaging untuk meningkatkan minat masyarakat dalam membeli basreng, tentu saja packaging yang dikemas merupakan packaging yang aman agar basreng tersebut tidak mudah rusak/melempem.

Disini penulis menggunakan *standing pouch* ziplock untuk kemasan basreng, Perbaikan *standing pouch* basreng dapat memperluas jangkauan wilayah/pasar dan pasar modern saat ini (Rahayu et al., 2018).

Jika dibandingkan dengan kemasan plastik standar, kemasan *standing pouch* menawarkan keunggulan sebagai berikut:

1. Kemasannya terlihat lebih kekinian dan berkelas dibandingkan plastik konvensional
2. Bundlingnya bisa “berdiri” tegak karena pada bagian dasarnya terdapat semacam stand yang berfungsi sebagai pendukung
3. Bundlingnya terdapat resleting yang berfungsi sebagai pembuka dan penutup
4. Kemasan yang lebih tebal sehingga menjamin kualitas basreng yaitu tidak mudah empuk dan tetap renyah.
5. Standing pocket bundling mempunyai banyak macam dan ukuran sesuai dengan kebutuhan bundling kemasan *standing pouch* dapat dimodifikasi dengan meletakkan desain-desain di kemasannya.

Keuntungan dari *standing pouch* dibandingkan dengan plastik biasa adalah lebih praktis, lebih murah, lebih mudah dibuka, lebih hemat energi dalam penyebarannya, mudah disimpan dan memiliki kemampuan beradaptasi yang tinggi untuk keperluan pengiriman (Saragih et al., 2021).

Karena masyarakat saat ini mempunyai kecenderungan untuk menginginkan sesuatu secara instan, tidak hanya dari segi gaya hidup tetapi juga kebutuhan pangannya, baik makanan ringan maupun berat. Orang sering kali memilih makanan yang mudah dan sederhana untuk disajikan. Oleh karena itu, pencipta melihat bahwa basreng adalah sebuah berita gembira yang dengan mudah dihargai dan disukai oleh masyarakat lokal yang lebih luas dari berbagai usia. Basreng mudah disajikan dan bisa dikenali oleh lidah orang Indonesia karena memiliki rasa yang pas, menggugah selera berpadu dengan gurihnya.

Dengan berkembangnya zaman, *standing pouch* menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan, seperti yang diungkapkan oleh (Prameswari, 2018) *standing pouch* merupakan wadah untuk menata suatu barang agar tetap terlindungi dan menarik pembeli. Kemampuan lain dari *standing pouch* adalah hal ini dapat berdampak pada kesinambungan dan perluasan kesepakatan.

Dalam hal ini penulis melakukan riset pasar untuk mengetahui varian rasa apa saja dan *packaging* seperti apa yang disukai oleh para konsumen.



Gambar 1.1 hasil riset

Berdasarkan hasil riset diatas, penulis memperoleh hasil vote sebagai berikut :

1. Responden lebih menyukai kemasan yang berbentuk *Standing Pouch* dibanding *Food Box*
2. Responden lebih memilih pembayaran melalui *Shopee Pay* dibanding *COD* atau *Cashless*
3. Responden lebih banyak menyukai pedas daun jeruk daripada original daun jeruk
4. Responden lebih menyukai pembelian melalui aplikasi *Shopee*

dibanding melalui WA dan IG

5. Responden lebih sering membeli produk dengan menggunakan *e-commerce* shopee

Setelah melakukan riset pasar melalui media sosial Instagram maka penulis memiliki inovasi untuk menciptakan produk basreng dengan kemasan yang bagus dan aman serta dapat menarik untuk minat para konsumen membeli produk basreng yang dijual oleh penulis. Setelah itu penulis memilih media pemasaran melalui *e-commerce* Shopee dan media Instagram sebagai media penjualan. Inovasi ini penulis lakukan untuk memudahkan bagi para konsumen untuk membeli produk basreng

Terdapat tiga aspek untuk mendukung pelaksanaan bisnis ini dalam mengembangkan produk basreng, bidang produksi, bidang keuangan, dan bidang pemasaran. Proses produksi adalah dimana kegiatan tersebut dapat menciptakan sebuah produk yang memiliki nilai jual tinggi.

Selain memproduksi barang, bidang pemasaran dan bidang keuangan juga memiliki peran penting dalam bisnis ini karena dengan adanya bidang pemasaran yang bertujuan untuk memasarkan produk tersebut kepada para khalayak ramai agar mereka mengetahui produk yang penulis jual, membuat konten penjualan di sosial media seperti Tiktok dan Instagram. Sedangkan bidang keuangan bertugas untuk menganalisis keuangan usaha, kas, dan membuat laporan keuangan serta berkoordinasi dengan bidang produksi dan keuangan.

## **B. Capaian Target**

Adapun capaian target yang akan dilakukan penulis dalam melaksanakan perintisan bisnis Chingu Mill dalam bidang produksi sebagai berikut :

1. Penulis mampu melakukan riset bahan baku dan kemasan
2. Penulis mampu menentukan biaya produksi untuk bahan baku dan kemasan dengan bidang keuangan

3. Penulis mampu melakukan manajemen stock dan berkoordinasi dengan bidang pemasaran
4. Penulis mampu dalam mengelola *marketplace*.

### **C. Sistematika Penulisan**

Sistematika penyusunan rencana dan pembangunan mempunyai beberapa bagian, yaitu bagian awal, bagian pokok, dan bagian akhir. Halaman judul dan sampul depan buku merupakan bagian pertama. Bagian tengah laporan ini dipisahkan menjadi empat bagian, yaitu Bab I, II, III dan IV.

Selain laporan sistematis yang memberikan penjelasan singkat tentang bagaimana laporan tugas akhir perancangan dan pelaksanaan bisnis ini dibuat, Bab I memuat pendahuluan yang memuat latar belakang yang menjelaskan munculnya ide bisnis yang dilaksanakan dan prosesnya. menganalisis kelayakan suatu bisnis.

Pada Bab II, laporan umum pelaksanaan kegiatan bisnis meliputi profil bisnis dan pelaksanaannya. Pada bidang profil bisnis, menggambarkan profil bisnis secara keseluruhan termasuk bidang usaha, area, waktu didirikan, dan perkembangan bisnis secara umum. Segmen pelaksanaan bisnis mencakup sudut pandang yang berbeda, khususnya penciptaan, promosi, dan keuangan.

Pada Bab III, identifikasi dan penanganan masalah terdiri dari bukti yang dapat dikenali, audit hipotetis, dan pemikiran kritis. Bagian bukti pembeda isu menggambarkan isu-isu yang diperhatikan oleh para pakar keuangan dalam menciptakan sebuah bisnis. Kemudian bagian audit hipotetis berisi hipotesis-hipotesis yang berkaitan dengan permasalahan yang muncul dan area berpikir kritis menggambarkan spekulasi atau pendekatan apa yang digunakan untuk menangani permasalahan yang dihadapi dan bagaimana tingkat kelayakannya.

Bab IV, simpulan dan saran, memahami pelaksanaan bisnis secara keseluruhan. Eksekusi perspektif dan tujuan yang berguna dari

masalah yang dialami seperti yang digambarkan di Bab III dan ide-ide untuk lulusan yang direncanakan yang akan terlibat dalam bidang bisnis serupa dengan yang sedang diselesaikan. Kemudian pada bagian akhir diperjelas referensi buku dan koneksinya untuk membantu bisnis yang dijalankan.

## **BAB II**

### **PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS**

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

Jajanan saat ini merupakan salah satu jenis pangan yang tumbuh dengan baik dan mempunyai potensi manfaat yang sangat menggembirakan. Salah satu jenis makanan ringan yang menjanjikan adalah jajanan dengan berbagai rasa yang memiliki pola yang baik di kalangan pelanggan, khususnya pelajar dan pekerja. Peluang bisnis camilan saat ini juga mempunyai peluang yang sangat cemerlang untuk dilakukan. Ada begitu banyak aktivitas sibuk yang mengharuskan seseorang untuk makan makanan ringan ketika mereka memiliki energi cadangan ketika mereka sibuk. Penulis memutuskan untuk memulai bisnis bernama Chingu.mill karena potensi keuntungan bisnis dari varian makanan ringan tersebut. Perusahaan Chingu.mill merupakan usaha rumah tangga yang akan dikelola pada bulan Juli 2023 di Jl. Kaliurang Km.9 Ngalangan, Sardonoharjo, Kec. Ngaglik, Sleman, D.I Yogyakarta. Kota Yogyakarta sebagai kota sekolah dan kota pelajar merupakan tempat yang mempunyai potensi luar biasa untuk membangun bisnis makanan ringan. Dengan banyaknya jumlah mahasiswa yang ada di sini dan jumlah kemunculan mahasiswa yang terus meningkat setiap tahunnya, akan meningkatkan potensi bisnis ini untuk semakin dikenal. Chingu.mill bergantung pada kecenderungan anak muda yang suka mengonsumsi secara sederhana dan praktis. Penulis mengangkat nama merek Chingu.mill sebagai cara untuk memberikan camilan tanpa henti sebagai sahabat camilan pembeli. Bisnis ini awalnya ada karena tugas terakhir memulai bisnis yang didirikan oleh penulis dan sahabat. Jenis usaha yang dilaksanakan penulis adalah makanan ringan yang mampu menambah asupan dalam tubuh. Salah satu jenis pengembangan yang dilakukan penciptanya adalah pembuatan bakso goreng. Bakso goreng merupakan salah satu makanan olahan asal Bandung yang terbuat dari daging ikan. Cara penyajian basreng juga tidak sama dengan bakso pada umumnya. Basreng

mempunyai permukaan yang renyah dan dapat dikonsumsi dalam sekali gigitan. Target pasar yang diambil penciptanya adalah generasi muda, pelajar, dan mahasiswa, khususnya yang tinggal di Yogyakarta, yang nantinya akan diperluas dengan memanfaatkan teknik *worth of Mouth*. Bakso goreng (basreng) yang dibuat merupakan penyempurnaan dari basreng yang ada saat ini sehingga pembuatnya baru menyelesaikan *rebranding* dan *repacking*. Penulis yakin jika ingin mengembangkan Basreng dengan melakukan *rebranding* dan *repackaging* maka ia akan menciptakan kembali identitas tersebut karena pengelola Basreng hanya fokus pada penciptaan identitas merek. Hal-hal yang diubah oleh pencipta dalam kepribadian adalah perubahan nama, perubahan harga barang, dan perubahan *standing pouch*. Oleh karena itu, penulis menggunakan merek "Chingu.mill", yang logonya tampak pada gambar di bawah:



Gambar 1.2 Logo Chingu.mill

Pengembangan bisnis cemilan basreng ini membawa visi :

Menjadi bisnis terbaik sebagai penyedia cemilan basreng yang mengutamakan kualitas dan rasa yang memuaskan bagi konsumen serta pengemasan yang menarik dan memudahkan konsumen dalam menikmatinya.

Adapun misi yang Chinggu Mill targetkan untuk mewujudkan visi tersebut seperti di atas adalah sebagai berikut :

1. Menggunakan bahan-bahan yang terbaik serta memastikan sertifikasi 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-bawa dan dikonsumsi dengan nyaman oleh konsumen

Pelaku bisnis telah memiliki tim kelompok yang memiliki background dalam bidangnya masing-masing. Sebelum operasional bisnis yang mana terlebih dahulu dilakukan diskusi internal antara kelompok sesuai dengan spesifikasi yang dibutuhkan. Hal ini didasarkan untuk mengelola bisnis Chinggu Mill didasarkan kepada kriteria yang dapat mendukung kebutuhan nantinya dan berpengalaman dalam menjalankan tugas dan kewajiban.

Berdasarkan pertimbangan internal, kelompok bisnis Chinggu Mill saat ini terdiri dari 2 orang personil yang terdiri dari bidang produksi, bidang pemasaran, dan bidang keuangan. Untuk bidang produksi dipegang oleh zahrah dan untuk bidang pemasaran dan keuangan dipegang oleh amara. Karena personil dari chingu.mill hanya terdiri dari 2 orang saja maka ada salah satu yang memegang 2 bidang.

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

Tabel 1.1 Deskripsi Tugas

Bidang Produksi
1. Melakukan riset dan mitra bahan baku basreng dan kemasan.
2. Menentukan biaya produksi dan melakukan koordinasi dengan bidang keuangan.
3. Melakukan manajemen stock

4. Dan pengelolaan e-commerce (Shopee)
--

## B. Pelaksanaan Bisnis

Chinggu Mill telah resin beroperasi secara penuh terhitung bulan juni 2023. Laporan dan Analisa pelaksanaan praktek bisnis cemilan ini mengambil periode waktu juli 2023 sampai September 2023. Analisa pelaksanaan ditinjau dari tiga aspek produksi, aspek keuangan, dan aspek pemasaran dimana pada laporan ini penulis berfokus pada aspek pemasaran. Berikut pelaksanaan tugas bidang produksi :

1. Melakukan riset dan mitra bahan baku basreng dan kemasan
2. Menentukan biaya produksi dan melakukan koordinasi dengan bidang keuangan
3. Melakukan manajemen stock
4. Pengelolaan *e-commerce* (Shopee)

Dengan melalui riset ini dapat menentukan dan mendefinisikan kriteria yang harus dipenuhi dalam sebuah produk. Berikut beberapa tujuan dari program kerja produksi yaitu :

1. Memperoleh mitra bahan baku produk basreng dan kemasan yang memiliki kualitas baik dan sesuai dengan kebutuhan para konsumen
2. Melakukan kontrol pada kualitas produk basreng dan kemasan yang akan dibuat
3. Mampu melakukan biaya produksi yang baik sesuai dengan kondisi keuangan yang telah direncanakan
4. Dengan adanya manajemen stock penjual dapat memperkirakan stock tersebut aman untuk penjualan kedepannya dan stock dapat tersedia secara akurat
5. Membuat toko online seperti Instagram dan Shopee

Berikut penjelasan secara detail sasaran perintisan bisnis pada program

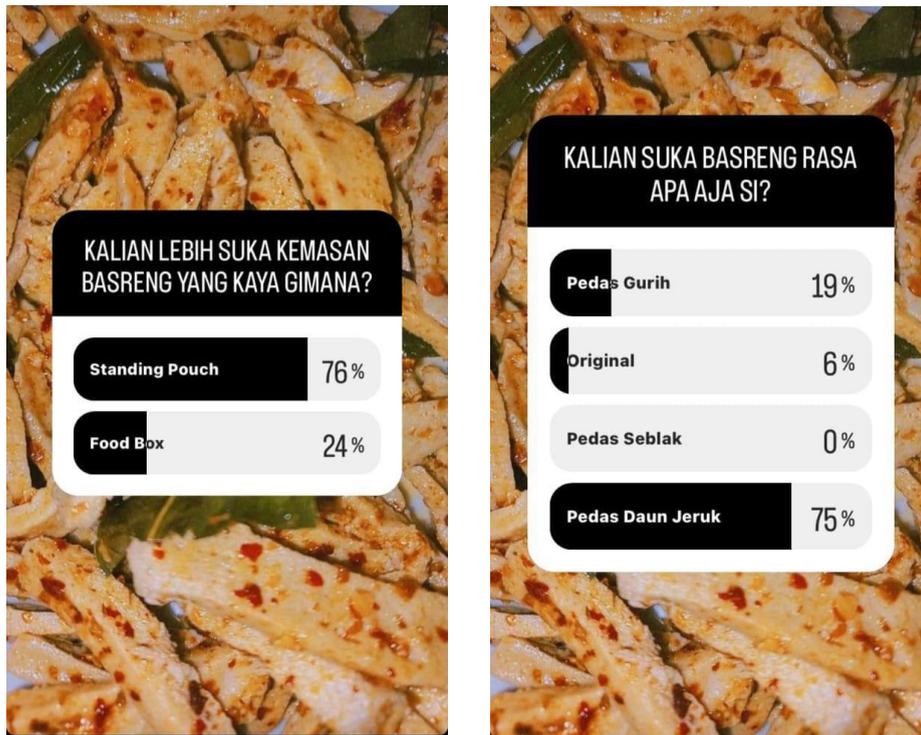
yang telah dijalankan sebagai berikut :

### 1. Riset Pasar

Dari hasil riset pasar yang dilakukan melalui voting pada laman Instagram, maka penulis memperoleh hasil sebagai berikut :

- a. Konsumen mengutamakan kualitas basreng dalam memilih produk dibandingkan dengan pilihan rasa.
- b. Konsumen lebih memilih rasa pedas daun jeruk dibandingkan dengan rasa pedas gurih.
- c. Konsumen lebih cenderung menyantap cemilan dengan bersantai dibandingkan saat sedang menonton film.
- d. Konsumen lebih menyukai kemasan berbentuk standing pouch yang fleksibel dibandingkan dengan kemasan food box.





Gambar 1.3 bukti vote responden di Instagram

Setelah melakukan observasi dan riset pasar melalui sosial media Instagram, penulis memiliki ide untuk menjual cemilan basreng sebagai produk yang banyak digemari oleh para konsumen, bareng berupa cemilan pedas gurih asal Bandung menjadi cemilan 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 disetiap makanan. Oleh karena itu, bisnis kuliner jajanan pedas akan membuka peluang bisnis yang menjanjikan.

#### b. Melakukan Riset Bahan Baku

Penulis melakukan riset untuk bahan baku basreng, memilih basreng mana yang enak untuk diperjual belikan kembali, dan memilih basreng yang tidak terlalu tebal dan keras.



Gambar 1.4 Basreng Pedas Daun Jeruk



Gambar 1.5 Basreng Original Daun Jeruk

c. Pembuatan logo dan desain kemasan

Setelah menentukan bahwa kelompok akan menjalankan bisnis basreng, penulis melihat bahwa sudah ada beberapa produk basreng yang dijual di Indonesia. Beberapa produk memiliki rasa yang lezat namun masih memerlukan perbaikan dari segi branding, salah satu arti dari re-branding adalah strategi pemasaran yang biasanya menggunakan nama baru, istilah, symbol, desain, atau kombinasi yang diciptakan untuk brand

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



Gambar 1.6 logo Chingu Mill

Kemudian pada responden penilaian konsumen terdapat beberapa komplain mengenai kemasannya. Beberapa konsumen mengeluhkan tentang kemasan yang kurang baik sehingga produk basreng yang mudah masuk angin sehingga menjadi tidak renyah (melempem).

d. Melakukan Riset Untuk Kemasan

Membuat desain kemasan produk yang menarik sehingga dapat mengundang konsumen untuk membeli produk, menurut Christine Suharto Cenadi (1999) daya tarik suatu produk tidak dapat terlepas dari kemasannya. Fungsi lain dari suatu kemasan yaitu dapat memberikan pengaruh yang sangat penting agar bisa mempertahankan dan meningkatkan penjualan, sedangkan salah satu arti dari *re-packaging* adalah proses kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi. Fungsi utama dari kemasan sendiri yaitu untuk melindungi produk agar tetap terjaga kualitasnya ( Kotler dan amstrong 2012).

Hal ini membuat penulis memiliki ide untuk melakukan inovasi pada kemasan produk tersebut berupa menambahkan ziplock kemudian di seal . Inovasi tersebut dilakukan agar konsumen dapat menikmati cemilan dengan tetap terjaga kualitas produk dengan baik walaupun makanan tidak dihabiskan dalam satu waktu dan aman ketika produk akan dikirimkan ke luar daerah.



Gambar 1.7 Foto Kemasan Chingu Mill

2. Menentukan Biaya Produksi dan Melakukan Koordinasi Dengan Bidang Keuangan

Tabel 1.2 Biaya Produksi

NO	NAMA	BIAYA (Rp)	BERAT (KG/PCS)
1	Basreng original daun jeruk	Rp 58.000	1 KG
2	Basreng original daun jeruk	Rp 58.000	1 KG
3	Basreng pedas daun jeruk	Rp 58.000	1 KG
4	Basreng pedas daun jeruk	Rp 58.000	1 KG
5	Basreng pedas daun jeruk	Rp 58.000	1 KG
6	Packaging	Rp 510.000	100 PCS
7	sealer	Rp 90.000	1 PCS
	<b>TOTAL</b>	<b>Rp 890.000</b>	

a. **BEP (BREAK EVENT POINT)**

Ket : 1 kg basreng menjadi 11 bungkus yang masing masing beratnya 100 gr

BEP unit : biaya tetap produksi / (harga jual per unit – biaya variable per unit)

Diketahui : biaya tetap (modal keseluruhan) = Rp 1.000.000

Biaya variable (modal basreng dan kemasan) = Rp 10.300/unit

Harga jual per unit = Rp 15.000

Jawab :

BEP unit =  $Rp\ 1.000.000 / (Rp\ 15.000 - Rp\ 10.300)$

BEP unit =  $Rp\ 1.000.000 / Rp\ 4.700$

BEP unit = 213 unit

$$\begin{aligned} \text{BEP dalam bentuk rupiah} &= 213 \text{ unit} \times \text{Rp } 15.000 \\ &= \text{Rp } 3.195.000 \end{aligned}$$

Jadi, chingu mill harus menjual minimal 213 unit produk dengan total pendapatannya Rp 3.195.000 agar mencapai titik impas operasionalnya.

### 3. Melakukan Manajemen Stock

Penulis melakukan penyediaan barang ketika stock produk sudah berkurang, penulis juga melakukan pemisahan stock baru dan stock lama agar stock yang lama dapat didahulukan untuk segera dikeluarkan dan terjual. Melakukan pemeriksaan barang sebelum disimpan untuk memastikan barang tersebut tidak ada yang rusak/cacat. Persediaan memiliki peran penting dalam kegiatan operasional Perusahaan. Menurut (Heizer & Render (2015:553) menyatakan bahwa manajemen persediaan berperan untuk menentukan keseimbangan antara investasi persediaan dan pelayanan pelanggan.



Gambar 1.8 Produk Chingu Mill

1. Stock Opname

Tabel 1.3

NO	TGL/BLN/THN	NAMA BARANG	JUMLAH STOCK (stock tersedia/tersisa)
1	12 Juli 2023	Basreng pedas dan original	22
2	25 Agustus 2023	Basreng pedas	11
3	08 September 2023	Basreng pedas dan original	22
4	Oktober – Desember 2023	Basreng pedas dan original	2

2. Stock yang terjual

Rekap penjualan Juli 2023

Tabel 1.4

NO	NAMA PEMBELI	NAMA BARANG (basrengpedas/ori)	STOCK TERJUAL	PEMBAYARAN
1	Nadia	Pedas	3	Cash
2	Salsa	Ori	1	Cash
3	Salsa	Pedas	1	Cash
4	Rifa	Pedas	1	Cash
5	Rifa	Ori	2	Cash

3. Stock yang terjual

Rekap penjualan Agustus 2023

Tabel 1.5

NO	NAMA PEMBELI	NAMA BARANG (Basreng pedas/ori)	STOCK TERJUAL	PEMBAYARAN
1	Nadia	Pedas	2	Cash
2	Sabrina	Original	2	Cash
3	Kinan	Original	1	Cash
4	Della	Original	1	Cash
5	Nadia	Pedas	2	Cash
6	Amel	Original	2	Cash
7	Nadia	Pedas	3	Cash
8	Nadia	Original	3	Cash

4. Stock yang terjual

Rekap penjualan September 2023

Tabel 1.6

NO	NAMA PEMBELI	NAMA BARANG (Basreng pedas/ori)	STOCK TERJUAL	PEMBAYARAN
1	Fadhilah	Pedas	1	Cash
2	Pandini	Pedas	1	Cash
3	Andre	Pedas	1	Cash
4	Nadia	Pedas	1	Cash
5	Mamanya zahrah	Pedas	3	Transfer
6	Tantnya zahrah	Original	2	Transfer
7	Zahrah	Pedas	1	Transfer
8	Tantnya zahrah	Pedas	1	Transfer
9	Minimarket	Original	1	Cash

5. Stock yang terjual

Rekap penjualan Oktober 2023

Tabel 1.7

NO	NAMA PEMBELI	NAMA BARANG (basreng pedas/ori)	STOCK TERJUAL	PEMBAYARAN
1	Halimah	Pedas	2	Transfer
2	Zahrah	Pedas	1	Transfer
3	Minimarket	Pedas	1	Cash
4	Minimarket	Pedas	1	Cash

6. Stock yang terjual

Rekap Penjualan November 2023

Tabel 1.8

NO	NAMA PEMBELI	NAMA BARANG (basreng pedas/ori)	STOCK TERJUAL	PEMBAYARAN
1	Febri	Pedas	2	Cash
2	Febri	Ori	1	Cash
3	Nadia	Ori	1	Cash
4	Ica	Pedas	2	Cash

7. Stock yang terjual

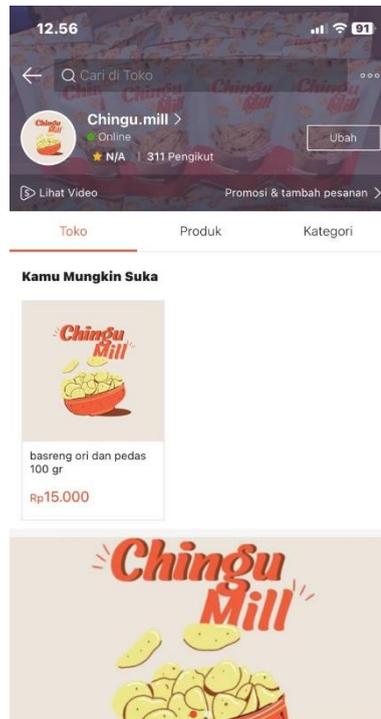
Rekap Penjualan Desember 2023

Tabel 1.9

NO	NAMA PEMBELI	NAMA BARANG (basreng pedas/ori)	STOCK TERJUAL	PEMBAYARAN
1	Akita	Ori	1	Cash
2	Minimarket	Ori	1	Cash
3	Minimarket	Ori	1	Cash
4	Minimarket	Ori	1	Cash
5	Minimarket	pedas	1	Cash
6	Minimarket	Pedas	1	Cash

#### 4. Pengelolaan *e-commerce*

Zaman sekarang masyarakat lebih mudah menggunakan *e-commerce* untuk berbelanja. *e-commerce* mudah dijangkau oleh kalangan masyarakat luas. Memudahkan untuk berbelanja dan mendapatkan banyak diskon. Strategi pemasaran di era global ini yang mudah di operasionalkan dan tidak memerlukan modal besar adalah strategi pemasaran *internet marketing/online market*. Internet marketing adalah proses pembentukan dan pemeliharaan hubungan dengan konsumen melalui kegiatan-kegiatan online dengan memfasilitasi pertukaran ide, produk dan jasa yang memuaskan kedua pihak (Lue, 2009; Omelayenko, 2008)



Gambar 1.9 Shopee Chingu Mill

## 5. Logo halal



Gambar 2.1 logo halal

Logo halal merupakan hal penting yang diperhatikan terutama untuk konsumen muslim. Sebab label halal ini menunjukkan produk tersebut telah memiliki jaminan kehalalan. Logo halal wajib tercantum pada produk sebagai ciri kehalalan produk yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

## **BAB III**

### **IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH**

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

Tentu saja, ada banyak rintangan yang harus diatasi ketika mengimplementasikan rencana bisnis. Mulai dari permasalahan yang bersifat kebetulan hingga permasalahan mendasar yang sering dialami secara praktis, pencipta percaya bahwa permasalahan apa pun selama menjalankan usaha dapat menjadi wawasan dan pembelajaran untuk masa depan. Berikut beberapa permasalahan yang kami alami di lapangan:

1. Melakukan Riset Mitra Bahan Baku dan Kemasan
  - a. Kendala dalam riset bahan baku dan pemecahan masalah Pada beberapa toko penulis merasa kesulitan dalam proses berinteraksi untuk mempertanyakan perihal basreng dikarenakan beberapa toko jarang sekali membuka chat/antrian chat yang sangat panjang. Maka dari itu dalam hal ini penulis harus mencari lagi toko – s pesan dari customer terbilang cepat.
  - b. Kendala dalam riset kemasan Pada beberapa toko hanya menyediakan jasa untuk cetak kemasan saja dan untuk biaya desain dengan harga terpisah, meskipun ada untuk jasa desain dan cetak kemasan tetap saja terbilang mahal karena desain yang diinginkan customer juga harus melalui tahap revisi dan cetak kemasan yang kurang lebih memakan waktu yang lama. Maka dari itu penulis melakukan ulang riset untuk mencari kemasan dan desain untuk packaging dengan harga yang lebih affordable
2. Kendala dalam biaya produksi Kendala yang terjadi di biaya produksi yaitu ketika toko tempat langganan untuk memesan basreng melakukan perubahan harga, hal ini dapat menyebabkan harga yang sudah dianggarkan diawal dapat berubah lagi sewaktu waktu. Maka dari itu penulis melakukan lagi riset untuk harga basreng dan kualitas basreng, agar basreng yang

diperjualkan tetap memiliki kualitas yang bagus.

### 3. Manajemen stock

Terjadinya kekosongan stock

Hal ini terjadi karena kurangnya peningkatan jumlah stock, kekosongan stock juga dapat terjadi ketika peningkatan penjualan dan ketika akan memesan produk kembali maka terjadi sistem *pre-order* yang lumayan memakan waktu lama. Pemecahan masalah adalah penulis melakukan sistem *pre-order* untuk para pelanggan yang ingin membeli. Kurang teliti ketika melakukan pencatatan. Kurangnya ketelitian juga membuat manajemen stock tidak sama dengan stock yang ada di gudang, penulis kadang lupa untuk melakukan pencatatan ketika produk sudah laku terjual. Maka dari itu ketika produk sudah terjual penulis harus langsung mencatat produk tersebut agar tidak terjadi kesalahan dalam pencatatan untuk manajemen stock.

### 4. Pengelolaan *marketplace*

Mengontrol pembayaran

Dalam aplikasi shopee sudah disediakan metode pembayaran untuk membantu para pelanggan memesan produk yang mereka inginkan, namun dalam aplikasi shopee penjual tidak mendapatkan langsung uang hasil penjualannya. Jadi pembayaran tersebut diterima oleh *marketplace* akan ditahan sementara oleh sistem hingga pesanan sudah selesai. Pemecahan masalah adalah ketika barang sudah sampai di tangan pelanggan maka yang dilakukan oleh penjual adalah memastikan lagi kepada pelanggan tersebut untuk melakukan klik “pesanan diterima” ketika barang sudah sampai ke tangan pelanggan.

## 5. Terbatasnya keuangan untuk iklan

Keterbatasan keuangan untuk mengiklankan suatu produk merupakan kendala yang lumayan sering terjadi, maka dari itu solusinya adalah penulis melakukan pengiklanan melalui instagram dengan cara menyalin link toko shopee agar para pelanggan yang tidak dapat menjangkau akan lebih mudah untuk memesan melalui *marketplace* (shopee). Dan meminta teman – teman, keluarga, dan kenalan penulis untuk mempromosikan produk yang dijual oleh penulis.

## **B. Tinjauan Teoritis**

### 1. Teori Produksi

Produksi adalah suatu aktivitas yang dilakukan untuk mengubah input (pemasukan) dan output (pengeluaran) yaitu kegiatan untuk menambah nilai pada suatu barang atau jasa dengan melibatkan faktor produksi sebagai inputnya. Dalam suatu proses produksi dibutuhkan beberapa faktor-faktor produksi yaitu alat atau sarana agar kegiatan produksi berjalan dengan lancar.

Produksi sering didefinisikan sebagai penciptaan guna, dimana guna berarti kemampuan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia atau faktor produksi adalah benda yang disediakan oleh alam atau yang diciptakan manusia yang dapat digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Menurut Fandi Tjiptono (1997:103) menyatakan bahwa atribut produk adalah unsur – unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk yang menarik menjadi faktor ekstern bagi konsumen yang penting untuk diperhatikan oleh pemasar karena apabila atribut produk tersebut semakin menarik maka memungkinkan konsumen terpengaruh untuk membeli produk tersebut. Tahap produksi pada bisnis basreng Chingu Mill ketika melakukan pemesanan bagian bidang produksi harus melakukan koordinasi terlebih dahulu dengan bidang keuangan, seperti pembelian kemasan dan pembelian bahan baku. Basreng tersebut dipesan oleh bidang keuangan dan bidang keuangan mengantarkan basreng

tersebut ketempat bidang produksi. Menurut Sugiarto, dkk (2002) produksi merupakan suatu kegiatan yang mengubah input menjadi output. Kegiatan produksi tersebut di dalam ekonomi biasa dinyatakan dalam fungsi produksi, dimana fungsi produksi ini menunjukkan jumlah maksimum output yang dihasilkan dari pemakaian sejumlah input dengan menggunakan teknologi tertentu.

Dalam pengemasan basreng penulis dibantu oleh bidang pemasaran yang merangkap juga di bidang keuangan untuk mengemas basreng, hal ini agar dapat menghemat waktu dan tenaga sehingga proses pengemasan lebih cepat. Setelah produk sudah terkemas semua penulis melakukan pencatatan ketersediaan stock dan melakukan koordinasi dengan bidang pemasaran agar stock basreng yang sudah tersedia agar dapat dijual.

## 2. Manajemen persediaan barang

Manajemen persediaan merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam kegiatan usaha, penerapan manajemen persediaan mempengaruhi keberlangsungan proses produksi dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen. Kekurangan persediaan dapat berakibat terhentinya proses produksi dan ini menunjukkan persediaan termasuk masalah yang cukup krusial dalam sebuah operasional. Persediaan tetap ada untuk mengantisipasi fluktuasi permintaan yang tidak terduga, tetapi juga diusahakan untuk meminimalisir jumlah stock karena persediaan yang berlimpah akan ada pembekakan biaya atau pemborosan. Menurut Mulyadi (2001), persediaan merupakan elemen aktiva yang tersimpan untuk dijual dalam kegiatan bisnis yang normal atau barang-barang yang akan dikonsumsi dalam pengolahan produksi yang akan dijual. Menurut Rangkuti (2007), persediaan didefinisikan sebagai salah satu aktiva yang meliputi barang-barang milik Perusahaan dengan maksud untuk dijual dalam suatu periode usaha tertentu untuk memenuhi permintaan dari konsumen atau pelanggan setiap waktu.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Pertukaran melalui bisnis berbasis web adalah salah satu bentuk kemajuan dalam contoh manusia yang dicapai dengan mendorong inovasi data. Bisnis online membuat administrasi pertukaran tanpa batasan pengaturan secara keseluruhan. Basreng (bakso goreng) adalah makanan ringan yang terbuat dari ikan yang diolah, dipotong halus lalu dipanggang.

Sebelum munculnya bisnis berbasis web, UKM menjual produk bisnisnya melalui toko, toko camilan, pertunjukan, dan kegiatan festival sosial. Persaingan didunia basreng pada umumnya biasa terjadi sehingga sulit bersaing dengan pedagang jajanan lain. Bakso goreng atau basreng merupakan camilan yang terbuat dari olahan bakso yang diiris tipis-tipis, basreng yang dapat disajikan dengan taburan bumbu pedas atau original. Untuk meningkatkan rasa pedas pada basreng terdapat 2 jenis yaitu pedas biasa dan sangat pedas, biasanya untuk varian sangat pedas digemari oleh kalangan orang-orang pecinta pedas.

Dengan memasarkan basreng menggunakan kemasan yang unik juga dapat menarik minat para pelanggan untuk mencoba basreng yang dijual. Kemasan berfungsi untuk sarana promosi karena kemasan dapat melindungi dan memudahkan dalam penggunaan produk serta menambah nilai jual dari promosi produk tersebut, kemasan mampu menambah nilai bagi konsumen jika sesuai dengan fungsi kemasan itu sendiri, kemasan yang menggunakan ziplock kemudian di seal bagian atasnya dapat membuat basreng aman ketika dilakukan pengimiran ke luar kota.

#### **B. Saran**

Untuk setiap orang yang mencoba untuk merintis suatu bisnis, perlu dilakukannya evaluasi yang bertujuan untuk mengetahui dimana saja letak kesalahan demi perbaikan bisnis tersebut. Adapun saran dari bidang

produksi untuk tugas akhir perintisan bisnis ke depannya adalah mencari distributor yang sudah memiliki nama, memilih bahan baku dengan cermat untuk menjaga kualitas produk yang akan dihasilkan.

Memilih kemasan yang ramah lingkungan dan aman untuk proses pengiriman, selanjutnya membuka toko online di *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan lain-lain agar para pembeli mudah untuk menjangkau produk yang dijual.

## DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Rahayu, W., Anam, C., dan Riptanti, W. (2018). Peningkatan Usaha Keripik Singkong Rasa Gadung Menuju Ukm Yang Berdaya Saing. *Inoteks*, 22(1), 34–40.
- Saragih, D. S., Adawiyah, D. R., dan Rungkat, F. Z. (2021). Sterilisasi Komersial Cassava Chunk pada Kemasan Hermetis Standing Pouch dan Perubahan Sifat Fisikokimianya. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 26(2), 184–191.
- 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.
- 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.
- Cenadi, Christine S. elemen – elemen dalam desain komunikasi visual. *Jurnal Nirmana volume 1 nomor 1*, Universitas Kristen Petra, Surabaya, 1999
- Amstrong & Kotler. (2012). *Dasar - dasar Pemasaran. Jilid I*, Alih Bahasa Alexander Sindoro Dan Benyamin Molan. Jakarta : Penerbit Prenhalindo
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen Operasi (Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan) (11 th ed.)*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lu, Xiaolin et all. 2009. Embedded XML Data Exchange For Asynchronous Communication Between E-commerce System, 2009. ICMEGG '09. International Conference on Management of e-commerce and e- Government. 16-19 sept. 2009
- Omelayenko, Borys and Dieter Fensel 2008. Scalable Document Directors and Corporste Social Commerce. Special Issue of Electronic Commerce Research Journal On B2b Research.
- Tjipto, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran Edisi II*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Sugiarto, dkk. 2002, *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Mulyadi. (2001). *Sistem Akuntansi*, Salemba Empat, Jakarta.

Rangkuti, F. (2007) *Manajemen Persediaan*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta

Sunarto, Andi. (2009). *Seluk Beluk E-Commerce. Panduan Bagi Pemula untuk Menjual Produknya Melalui Internet*. Jogjakarta: Garailmu.

## LAMPIRAN



Gambar 2.2 proses sealer bungkus basreng



Gambar 2.3 proses menimbang basreng



Gambar 2.4 basreng pedas



Gambar 2.5 proses pengemasan basreng pedas



Gambar 2.6 basreng yang sudah dikemas



Gambar 2.7 mengikuti bazar UMKM



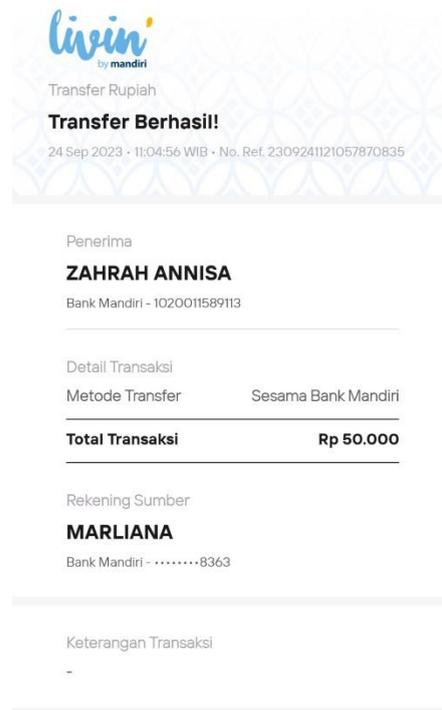
Gambar 2.8 mengikuti bazar UMKM



Gambar 2.9 basreng original



Gambar 3.0 COD pembelian basreng ke customer



Gambar 3.1 transfer pembelian basreng customer



Gambar 3.2 pengemasan basreng original



Gambar 3.3 timbangan



Gambar 3.4 sealer



Gambar 3.5 Basreng yang sudah dikemas

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Tabalong, Kalimantan Selatan hari minggu pada tanggal 17 Desember 2000 sebagai anak pertama dari 2 (dua) bersaudara dari pasangan Ageng Prasongko (papa) dan Mussalmah (mama). Untuk saat ini penulis tinggal di daerah Tanjung Tabalong di Komplek Swadarma Lestari Jl. Gelatik Blok F No. 10, Mabuun. Alamat E-mail [zahrahannisa.pras@gmail.com](mailto:zahrahannisa.pras@gmail.com). Penulis menempuh Pendidikan SMK di SMKN 1 Tanjung dan lulus pada tahun 2019. Pada Tahun 2019 penulis diterima diprogram Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

Selama penulis mengikuti masa perkuliahan di Fakultas Ilmu Agama Islam UII, penulis pernah merintis bisnis online pada tahun 2020 yaitu berjualan case handphone by wa dan ig. Namun bisnis online tersebut dinonaktifkan sementara karena penulis kembali ke Yogyakarta untuk mengikuti perkuliahan. Serta penulis mengikuti perkuliahan yang masih berlangsung di Fakultas Ilmu Agama Islam