

**USAHA PENGEMBANGAN BISNIS GORENGAN
COMBRO MINI DALAM BENTUK *FROZEN FOOD*
DI MENTENG DALAM TEBET JAKARTA SELATAN
“COMBRO EMPIRE”**



**TUGAS AKHIR
(Pengembangan Bisnis)**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menyelesaikan Program Strata Satu Program Studi Manajemen

Oleh:
RAFA AUGUSTI
NIM: 2016511250

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI JAKARTA
PROGRAM SARJANA PRODI MANAJEMEN S1
JAKARTA
2020**

HALAMAN PERSEMBAHAN

ALLAH SWT, Allah Yang Maha Pengasih juga Penyayang, Allah Yang Maha Mengetahui, Allah Yang Maha Menolong, Allah Yang Maha Pembolak-balik Hati dan juga Maha Pelindung. Terima kasih atas semua nikmat yang kau berikan sehingga saya mampu menjalankan hidup ini. Tujuan atas segala upaya dan cita-cita saya dalam hidup di dunia ini. Saya selalu percaya bahwa Allah akan selalu menolong hamba-Nya yang selalu terus berusaha dan juga bersabar dalam menghadapi semua masalah. *And I trust if I get the problem just share to the other because the more you give the more you get.*

NABI MUHAMMAD SAW, sholawat serta salam selalu dicurah limpahkan ke baginda alam rasululloh saw beserta keluarganya, juga sahabatnya dan para pengikutnya hingga akhir zaman yang akan selalu mendapatkan safaat beliau. Idolanya idola dan contoh dari segala seluruh kebaikan yang ada di muka bumi ini.

KELUARGA SAYA TERCINTA, mama dan ayah taka da kata lagi yang bisa terucap kecuali kata terima kasih kepada kalian yang telah berkorban banyak dari saya dilahirkan kebumi ini sampai detik ini sampai saya kuliah di sini. Selama ini adek berusaha jadi yang terbaik di mata kalian berdua dan berharap bisa memberikan hasil yang terbaik untuk kalian berdua wahai Ayah dan Mamaku tersayang. Walaupun Adek belum bisa menjadi yang tebaik saat kuliah tapi Adek selalu berusha

menjadi yang terbaik menurut versi Adek sendiri dan terus berusaha membuat kalian bangga dan ini Adek buktikan untuk kalian orangtuaku tersayang.

Dosen pembimbing saya, Dr. Titing Widyastuti, MM yang sabar dan juga sangat baik dan selalu mendukung dan terus memberi semangat kepada saya juga teman-teman saya yang juga bimbingan sama beliau, walau pun saya mengerjakan tugas ini sangat telat dan *deadline* sebelum sidang tapi beliau tetap tersenyum dan membantu tanpa memasang wajah yang cuek ataupun jutek, terima kasih yang banyak sekali lagi untuk Ibu. Dan maaf sebesar besarnya di kala mengerjakan tugas akhir ini saya banyak menyusahkan atau bahkan membuat Ibu kesal sekali lagi saya mohon maaf yang sebesar besarnya.

SAHABAT SAHABAT saya, jojo, cacaw, anna, tedy, ebod, ucok, mereka semua yang selalu mengganggu saya dalam mengerjakan tugas ini dengan selalu mengajak mabar (main bareng) PUBG, tapi walau begitu mereka selalu memberi semangat saya dalam mengerjakan tugas akhir ini walau hanya saja dengan cara yang berbeda dari pada umumnya. Dan juga selalu menhibur saya ketika saya mulai pusing dan stress dalam mengerjakan tugas ini, ya lagi lagi dengan cara mengajak mabar dan dengan cara menghibur dengan perbincangan perbincangan lucu juga aneh ketika mabar haha.

KARYAWANKU GOFUR, terima kasih banyak saya ucapkan dari lubuk hati yang paling dalam Karen telah berdedikasi sangat banyak kepada saya dan juga keluarga saya dan karyawan yang paling setia karena telah setia menemani saya merintis usaha gorengan combro mini ini dari awal berdiri sampai saat ini yang kurang lebih 5 tahun

sudah usaha ini berjalan, sekalo lagi saya ucapkan terima kasih yang sedalam dalamnya juga ucapan permintaan maaf yang sangat jikalau saya banyak salah.

PARA DOSEN saya yang sudah menjarkan semua hal baik dari ilmu mereka maupun dari pengalaman mereka yang selalu mereka sampaikan kepadaku dan juga teman-teman yang lain saat di kelas. Mohon maaf tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu tapi tidak mengurangi rasa hormat dan takdzim saya kepada para dosen yang ada di ipwija, khususnya kampus tebet. Juga **staff kampus IPWIJA Tebet** baik bagian akademik maupun keuangan, terima kasih banyak atas bantuannya seputar info kampus yang tidak pernah ketinggalan saat ditanya dan sering direpotkan mengenai info info kampus. Semoga semoga apa yang kalian perbuat dan dedikasikan untuk ipwija menjadi amal jariyah kalian *amiin ya rabbal alamiin*. Serta **teman-teman kampus** yang selalu support saya ketika saya sudah mulai malas kuliah dan mengerjakan tugas-tugas kuliah, mereka lah yang selalu membuat saya kembali rajin kuliah dan membuat saya terus berjuang memperjuangkan tugas-tugas akhir ini. Mereka selalu berkata pokoknya kita harus bisa lulus dan wisuda bareng semuanya karena kita pun kuliah mulainya bersama-sama jadi kita pun harus lulus sama-sama. Walaupun teman-teman saya banyak sekali yang lebih tua dari saya dengan selisih umur yang jauh bagaikan bapak dengan anaknya tapi mereka tetap asik-asik dan seru dan bisa menyesuaikan dengan teman-teman muda yang lainnya, dan selalu mendukung satu sama lainnya dalam kegiatan-kegiatan kampus seperti acara fun futsal yang selalu diadakan setiap tahunnya. dan terima kasih juga kepada abang tukang warung depan

kampus yang selalu menyediakan kopi karena tanpa dia kita harus membeli kopinya

jauh

dan

sangat

menyusahkan kita karena dengan ngopi bareng bisa sedikit menyegarkan pikiran ketika otak sudah mulai suntuk belajar dikelas, hehe.

HALAMAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RAFA AUGUSTII

No. Mahasiswa : 2016511250

Program studi : MANAJEMEN

Kosentrasi : MANAJEMEN BISNIS

Judul Karya Tulis : USAHA PENGEMBANGAN GORENGAN COMBRO MINI
DALAM BENTUK FROZEN FOOD DI MENTENG
DALAM TEBET JAKARTA SELATAN

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir yang saya ajukan ini adalah hasil karya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada Program Sarjana itu atau pun program lain. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggung jawaban berada di pundak saya. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia untuk ditinjau dan menerima sanksi sebagaimana mestinya.

Jakarta, 26 Agustus 2020

Rafa Augusti

NIM: 2016511250

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI

**USAHA PENGEMBANGAN GORENGAN COMBRO MINI DALAM
BENTUK FROZEN FOOD DI MENTENG DALAM TEBET JAKARTA
SELATAN
“COMBRO EMPIRE”**



RAFA AUGUSTI
2016511250

Telah di pertahankan di depan Dewan Penguji

Pada hari tanggal bulan tahun

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk di terima sebagai
Tugas Akhir Program Sarjana Manajemen – Program Studi Manajemen

1. _____ .td tangan.....
2. _____ .td tangan.....
3. _____ .td tangan.....

Menyetujui,

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWJIA
Program sarjana – Program Studi Manajemen
Ketua Program,

Dr. SUSANTI WIDHIASTUTI, SE, MM,.

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA

PROGRAM SARJANA - PRODI MANAJEMEN

TANDA PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : RAFA AUGUSTI

NIM : 2016511250

Judul Tugas Akhir : USAHA PENGEMBANGAN GORENGAN COMBRO MINI
DALAM BENTUK *FROZEN* DI MENTENG DALAM
TEBET JAKARTA SELATAN “COMBRO EMPIRE”

Jakarta, 9 Agustus 2020

Dosen Pembimbing

Dr. Titing Widyastuti MM

RINGKASAN EKSEKUTIF

Combros EMPIRE adalah konsep usaha kaki lima atau jajanan pinggir jalan yang khusus menjual makanan ringan atau camilan gorengan yang bebahan dasar singkong, kelapa dan juga oncom sebagai isinya. Combros EMIPRE menawarkan gorengan dari sisi kepedasannya dan juga renyahnya combros tersebut. Combros ini dibuat berbeda dari combros kebanyakan yang beredar di Indonesia, khususnya di Jakarta. Kita membedakannya dari segi ukurannya, karena ukurannya jauh lebih kecil dari pada combros pada umumnya.

Combros EMPIRE menawarkan kepada pelanggannya berupa gorengan combros berbentuk mini dan sensasi pedas yang pas di mulut orang pulau Jawa pada umumnya, dan dari tangan karyawan setia saya yang bernama Abdul Gofur ini kualitas super dari gorengan ini tercipta. Dan combros ini muali saya coba merabahi lebih luas dengan cara penjualan *online* dalam bentuk *frozen food* agar penjualan produk ini tidak hanya di sekitar menteng dalam Tebet Jakarta selatan. *Frozen food* combros ini di buat karena banyainya permintaan konsumen yang memesan bisa lebih dari seratus ribu rupiah per orangnya dan juga permintaan konsumen yang hanya meminta setengah matang digorengnya, maka dari itulah ide *frozen food* muncul.

Dan juga saya melihat peluang dimana masih jarang dan mungkin tidak ada makanan gorengan jajanan pinggir jalan yang di bentuk dalam *frozen food* dan kemudian bisa diperjualkan dalam bentuk *online*, apalagi melihat bahwa pemasaran ataupun penjualan dalam bentuk *online* sangat lah mudah di bandingkan dengan memasarkan di *marketplace* atau *offline*.

Karena kebanyakan *competitor* saya hanya berjualan secara tradisional yaitu ditempat saja, maka dari itu saya optimis apabila produk combros mini ini dipasarkan secara *online*.

Elemen-elemen utama yang di tawarkan pada usaha Combros Empire yang terkesan berbeda dari pada usaha gorengan combros lainnya adalah :

1. Produk dengan kualitas yang tinggi
2. Layanan konsumen yang prima
3. Metode pemasaran *online*

Awalnya rencana bisnis ini adalah memproduksi combros sebanyak banyaknya agar bisa di pasarkan lebih luas dan merubah image bahwa combros itu adalah makanan murahan dan hanya untuk wilayah sekitar tempat penjualan. Kemudian ditahap selanjutnya, penulis ingin mengembangkan usaha combros mini ini menjadi lebih luas ke seluruh Indonesia atau bhakan sampai keluar negeri, *packaging* nya pun lebih menarik. Karena di era media *social* saat ini, konsumen yang memebeli produk pastilah memposting produk ini di berbagai *social media* dan membuat nya posting yang dia *share*kan menjadi viral.

EXECUTIVE SUMMARY

Combrow EMPIRE is a street food or street snack business concept that specializes in selling snack or fried snack made from cassava, coconut, and oncom as a filling. Combrow EMIPRE offers fried foods in terms of spiciness and crunchiness of the combrow. This combrow is made different from most combrows circulating in Indonesia, especially in Jakarta. We distinguish it in terms of size, because the size is much smaller than the combrow in general.

Combrow EMPIRE offers its customers the form of mini-shaped combrow fries and spicy sensation that fits in the mouths of Javanese people in general, and from the hands of my loyal employee named Abdul Gofur, the super quality of this fried food is created. And I started to try this combrow more widely by selling online in the form of frozen food so that sales of this product are not only around Menteng in Tebet, South of Jakarta. This frozen food combrow is made because the number of requests from consumers request that only ask for half cooked in the fry, that's why the idea of frozen food emerged.

And also I see opportunities where it is still rare and maybe there is no roadside snack fried food that is in the form of frozen food and that can be sold online, especially seeing that marketing or selling in online form is very easy compared to marketing in the market place or offline.

Most of the competitors only sell traditionally in place, therefore I am optimistic that this mini combrow product is marketed online.

The main elements offered at the Combrow EMPIRE business that seem different from other combrow frying businesses are:

1. Products with high quality
2. Excellent customer service
3. Online marketing methods

Initially, this business plan was to produce as much combrow so that it could be marketed more widely and changed the images that combrow was cheap food and only for the area around the place of sale. Then in the next stage, the author wants to expand this mini combrow business to be wider throughout Indonesia or even overseas, the packaging is even more attractive. Because in the current era of social media, consumers who buy products must post these products on various social media and make the posts they share will go viral.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat ALLAH SWT yang telah memberikan beribu-ribu nikmat yang di antaranya nikmat iman, islam, juga nikmat sehat yang sehingga saya dapat mengerjakan tugas akhir ini dalam keadaan yang tidak kurang suatu apa pun. Berkat atas karunianya saya bisa mengerjakan tugas akhir yang berjudul USAHA PENGEMBANGAN COMBRO MINI DALAM BENTUK *FROZEN FOOD* “COMBRO EMPIRE” berjalan dengan lancar. Sholawat serta salam senantiasa tercurah limpahkan ke baginda alam yakni Nabi MUHAMMAD SAW. Selain daripada itu, penyelesaian tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Titing Widyastuti, MM, selaku pembimbing yang tidak kenal lelah meluangkan waktunya dalam memberikan arahan kepada penulis.
2. Dr. Susanti Widhiastuti, SE, MM, selaku ketua program studi sarjana manajemen S1 STIE IPWIJA.
3. Dr. Suyanto SE,MM, M.Ak, selaku ketua STIE IPPWIJA.
4. Civitas Akademia STIE IPWIJA
5. Rekan-rekan mahasiswa S1 IPWIJA TEBET khususnya angkatan 2015 genap dan 2016 ganjil.
6. Bro Cacaw yang membantu saya dalam mencari materi dalam mengerjakan tugas akhir ini dan selalu menyemangati.

7. Keluarga tercinta yang terus mendukung dan menyemangati terus.
8. Karyawan saya Gopur yang setia menemani saya dalam membangun bisnis
COMBRO EMPIRE.

Semoga bantuan yang kalian berikan dilipat gandakan oleh ALLAH SWT. Penulis juga berharap hasil tugas akhir ini bisa bermanfaat untuk para pembisnis lain juga.

Jakarta, 26 Agustus 2020.

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN ORISINALITAS	v
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI	vi
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	vii
RINGKASAN EKSEKUTIF	viii
EXECUTIVE SUMMARY	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah RencanaBisnis	6
1.3. Tujuan RencanaBisnis	7
1.4. Manfaat RencanaBisnis	7
1.5. Sistematika Penulisan	8
BAB 2 : PROFILE PERUSAHAAN DSN GAMBARAN PRODUK .	10
2.1. Profile Perusahaan	10
2.1.1. Identitas Perusahaan	11
2.1.2. Visi Misi Perusahaan	12
2.1.3. Struktur Organisasi	13
2.1.4. Rencana Pelaksanaan Usaha	16
2.2. Gambaran Produk	21

2.2.1. Analisis Situasi	21
2.2.2. Gambaran Produk	25
2.2.3. Keunggulan Produk	27
2.2.4. Harga Produk	29
BAB 3 : SURVEI DAN EVALUASI PASAR	31
3.1. Gambaran Tentang Kecenderungan Pasar	31
3.2. Gambaran Tentang Target Pasar	41
BAB 4 : HASIL ANALISIS BISNIS	47
4.1 Analisis Pemasaran	47
4.2 Analisis Produksi	54
4.3 Analisis Sumber Daya Manusia	55
4.4 Analisis Keuangan	57
4.5 Analisis SWOT	69
4.6 Bisnis Model Canva (BMC)	70
4.7 Milestone	71
BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1. Kesimpulan	73
5.2. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	79

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar2.1 :StrukturOrganisasi.....	14
Gambar2.2 :Logo Brand Combro Empire.....	26
Gambar3.1 :KemasanCombro.....	32
Gambar3.2 :Foto Endorse	35
Gambar3.2.1 :Strategi Endorse	36
Gambar3.3 :PresentaseNyemilGorenganCombro	38
Gambar 3.4 :PresentasiAlasanNyemil	39
Gambar3.5 :Produk yang Ditawarkan.....	43
Gambar3.6 :KonsumenCombro Empire.....	44
Gambar4.1 :Milestone Usaha Combro Empire	72

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel1.1 :OmsetPertahundari 2015 – 2019.....	6
Tabel4.1 :BiayaPromosi	57
Tabel4.2 :BiayaVariabelCombrow Empire.....	58
Tabel4.3 :BiayaPeralatan	59
Tabel4.4 :BiayaPackaging.....	59
Tabel4.5 :BiayaTetap	60
Tabel4.6 :BiayaTotal.....	60
Tabel4.7 :DaftarPeralatan yang Digunakan	63
Tabel4.8 :BiayaInvestasiBisnis (Modal Usaha).....	63
Tabel4.9 :Gambaran Target Penjualan.....	64
Tabel4.10 :BiayaProduksi	64
Tabel4.11 :BiayaOperasional	64
Tabel4.12 :BiayaPengeluaran Material	65
Tabel4.13 :Depresiasi.....	65
Tabel4.14 :BiayaPraOperasional.....	66
Tabel4.15 : Payback Period.....	66
Tabel4.16 :ArusKas.....	67
Tabel4.17 : Present Value	68
Tabel4.18 :Bisnis Model Canvas Usaha Combrow Empire.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN GAMBARAN PRODUK.....	79
LAMPIRAN TESTIMONI.....	81
LAMPIRAN PERHITUNGAN KEUANGAN.....	83

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha merupakan suatu bentuk kegiatan yang dimana bertujuan untuk menghasilkan uang dari kegiatan tersebut dan juga untuk meningkatkan taraf hidup seseorang untuk menjadi lebih baik lagi. Usaha yang kita jalani bisa mendapatkan laba dengan maksimal jikalau kita tekun dan terus berusaha meningkatkan usaha kita.

Banyak orang di Indonesia ini yang tidak mau membuat usaha karena banyak orang Indonesia yang takut mengambil resiko dan hanya mau dalam zona nyaman menjadi karyawan saja, padahal banyak sekali peluang usaha yang ada di lingkungan sekitar yang bisa di manfaatkan semaksimal mungkin yang dimana itu berpotensi untuk memajukan usaha.

Kurangnya bisa membaca peluang usaha di lingkungan sekitar itu disebabkan karena kurangnya ilmu pengetahuan dan juga pemanfaatan sumber daya yang ada, baik sumber daya manusianya maupun sumberdaya alamnya. Itulah yang menyebabkan pengusaha di Indonesia masih sangat sedikit sekali. Oleh karena itu lapangan kerja masih sangat kurang dan juga angka pengangguran yang semakin meningkat setiap tahunnya.

Dengan berwirausaha kita bisa mengurangi angka pengangguran dengan sangat signifikan dan juga bisa meningkatkan perekonomian yang ada di Indonesia. Padahal banyak sekali cara mudah berwirausaha di Indonesia ini walau

hanya dengan modal yang sangat minim, bisa kita lihat bahwa daya konsumtif orang Indonesia itu sangatlah tinggi oleh karena itu kita bisa membuka usaha apa saja baik usaha kuliner maupun usaha ritel dan lain lain.

Indonesia memiliki jutaan jenis kuliner khas Indonesia yang bisa dimanfaatkan sebagai peluang usaha yang sangat menjanjikan walau hanya bemodalkan yang sangat minim. Mengolah bahan bahan mentah menjadi setengah jadi atau barrang jadi yang di produksi menjadi produk yang memiliki nilai jual yang tinggi.

Kita juga bisa memulai usaha dengan sangat mudah yaitu salah satunya dengan cara *franchise*. *Franchise* adalah suatu kontrak lisan atau tertulis, baik secara tegas ataupun secara diam diam, dalam mana seseorang memberikan kepda orang lain suatu lisensi penggunaan dagang, merk dagang dan jasa, tipe logo atau berkenaan dengan ciri khas dalam mana kepentingan suatu komunitas dalam bisnis penawaran, penjualan, pendistribusian barang dan jasa secara grosir atau secara retail, *leasing* atau sebaliknya, dan dalam mana *franchise* diminta untuk membayar langsung atau tidak langsung suatu penggunaan *franchise*.

Dan juga sistem retail dimana si calon pengusaha memulai atau membuat produk sendiri yang akan di jual. Kegiatan usaha dengan cara memulainya dengan membuat sendiri produknya akan lebih banyak lagi kelebihanannya dibanding dengan usaha cara lain. Selain produk yang dibuat bisa lebih menarik minat konsumen. Dan dengan cara ini kita bisa lebih mudah berinovasi juga mempermudah kita dalam menafsirkan atau menargetkan laba dengan jumlah produk yang akan kita jual kekonsumen.

Dilihat dari kebiasaan orang Indonesia pada umumnya bahwa orang Indonesia adalah orang yang sangat konsumtif walaupun mereka dalam keadaan santai, bisa kita lihat bahwa orang Indonesia gemar dan sangat suka ngemil di saat waktu waktu luang mereka. Seharusnya dengan membuat usaha makanan ringan atau camilan atau bahkan gorengan gorengan, dapat dilihat bahwa bisnis ini tidakakan pernah kehilangan pasar.

Bisa kita lihat juga kebiasaan orang Indonesia khususnya Jakarta di pagi yang bisa kita lihat banyakorang yang menikmati pagi harinya dengan memakan camilan gorengan di pagi hari ditemani dengan segelas air teh hangat atau segelas kopi pagi. Banyak sekali aneka macam gorengan dan sekarang muncul lagi gorengan combro berbentuk mini atau kecil.

Makan yang merupakan kebutuhan pokok manusia kini semakin berkembang. Gorengan merupakan salah satu makanan alternatif pengganti nasi untuk menahan lapar. Combro merupakan gorengan yang banyak diminati para penikmat gorengan karena terdapat sensasi pedas yang ada didalamnya. Biasanya combro diolah dalam bentuk yang cukup besar yang dimana membuat bagian dalam dari combro itu kurang matang atau bahkan tidak matang yang membuat kurang enakny rasa pada combro itu sendiri. Namun sekarang telah hadir combro dalam bentuk yang mini atau lebih kecil agar combro itu mempunyai kematangan yang pas dan menyeluruh atau rata. Dan apa lagi sekarang telah hadir combro mini dalam bentuk *frozen food* yang mempermudah konsumen memakannya di saat kapan pun, seperti saat tengah malam ketika tidak ada penjual makanan atau

susahnya mencari penjual makanan, combro dalam bentuk *frozen food*-lah solusinya.

Kebutuhan pokok saat ini tidak hanya makanan nasi, bubur, roti atau sejenisnya tapi pada jaman sekarang ini camilan juga sudah menjadi kebutuhan pokok yang dibutuhkan, masyarakat dari berbagai tingkatan umur. Hal ini terbukti dengan adanya berbagai macam pilihan camilan yang ditawarkan oleh perusahaan besar maupun kecil atau bahkan *home* produksi yang ditawarkan di toko-toko atau bahkan warung warung atau bahkan melalui media media *online*.

Rasa yang ditawarkan oleh Combro EMPIRE ini adalah gurih ditambah rasa pedas yang pas di mulut orang Indonesia pada umumnya dan juga teksturnya yang renyah setelah di goreng dengan tingkat kematangan yang pas, membuat combro sangat diminati oleh masyarakat Indonesia, tidak hanya kalangan menengah ke bawah tetapi juga menengah ke atas, dan permintaannya pun tidak pernah turun, bahkan banyak konsumen yang memesan dari beberapa hari sebelumnya dan bahkan sering di pesan untuk acara kegiatan-kegiatan kantor, seperti; rapat ataupun pertemuan pertemuan lain.

Di Jakarta sendiri, peluang bisnis ini sangat terbuka lebar bagi para pelaku bisnis karena banyak sekali permintaan konsumen dan dilihat dari banyaknya kantor-kantor yang ada di Jakarta. Banyak yang menyukai jajanan ini karena ini adalah makanan yang praktis dan juga mudah di pesan karena sudah di lakukan penjualan melalui media *online*. Dan combro mini ini sangat asik untuk di makan bareng bareng temen pas lagi kumpul ditambah secangkir kopi atau pun teh manis hangat, apalagi melihat cuaca sekarang yang sering hujan dan ditambah

hawa dingin yang menyertai membuat nafsu makan kita akan gorengan hangat bertambah apa lagi Combro EMPIRE ini berbentuk mini atau kecil jadi memudahkan konsumen untuk memakannya hanya dengan sekali suapan sudah bisa masuk kedalam mulut si konsumen, yang membuat sensasi pedasnya itu pecah di miulut.

Besarnya pasar makanan ringan apalagi gorengan tradisional dalam bentuk *frozen food* membuka peluang bisnis yang sangat besar, karena bisa dikatakan gorengan tradisional yang dibuat dalam bentuk *frozen food* itu sangat jarang apalagi combro yang dalam bentuk *frozen food* bisa dikatakan tidak ada dan ini menjadikan peluang bisnis yang sangat menjanjikan menurut saya karena tidak adanya kompetitor. Dan ini menjadi pencetus pertama kalinya yang membuat gorengan combro mini dalam bentuk *frozen food* yang kemudian di pasarkan melalui media *online*.

Untuk itu penulis berencana memulai menjual combro dalam bentuk *frozen food* agar mempermudah konsumen membelinya, karena sebelumnya penulis sudah mempunyai 2 buah gerobak usaha combro mini yang dijual di pinggiran jalan. Biasanya combro yang dijual di tukang gorengan biasanya adalah combro yang besar yang rata rata bagian dalamnya agak lembek dan tidak renyah karena ketebalan dari combro itu sendiri yang membuat bagian dalamnya tidak matang atau masih lembek.

Dan melihat peminat konsumen yang luar biasa dari para konsumen bahwa mereka lebih menyukai dan menikmati gorengan combro dalam bentuk yang mini karena beberapa alasan, yaitu salah satunya karena memudahkan

mereka ketika memakan karena bentuknya yang relatif jauh lebih kecil dari bentuk pada umumnya. Dan juga rasa renyah yang mereka rasakan ketika menggigit combro yang mini , oleh karena itu konsumen lebih banyak yang memilih combro dalam bentuk mini.

Tabel 1.1

(Omset Per Tahun dari 2015 – 2019)

2015	Rp. 9.600.000
2016	Rp. 105.000.000
2017	Rp. 110.000.000
2018	Rp. 275.000.000 (2 cabang)
2019	Rp. 118.800.000

Kini penulis menghadirkan produk Combro EMPIRE yang mana combro ini berbenruk mini dan juga dalam bentuk *frozen food* sehingga memudahkan konsumen untuk membelinya dan kemudian bisamenikmatinya kapan saja.

Karena kurangnya pengetahuan untuk mengolah dan memanfaatkannya menyebabkan produsen camilan gorengan combro tidak dapat dinikmati ke seluruh wilayah Indonesia. Dengan fenomena yang ada, maka penulis ingin meneliti kelayakan pada usaha Combro EMPIRE dan mencari keunikan-keunikan yang ada dari produkCombro EMPIRE tersebut.

1.2 Rumusan Masalah Rencana Bisnis

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang akan dirumuskan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Apakah usaha pengembangan combro EMPIRE layak dilakukan ?

2. Apakah keunikan dari produk combro EMPIRE ?

1.3 Tujuan Rencana Bisnis

Tujuan rencana bisnis adalah makanan ringan gorengan ini adalah :

- a. Mengetahui layak atau tidaknya usaha pengembangan Combro EMPIRE dalam bentuk *frozen food* di Indonesia.
- b. Mengetahui apa saja keunikan-keunikan yang ada pada produk Combro EMPIRE.

1.4 Manfaat Rencana Bisnis

- a. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat membantu perusahaan untuk bahan perbandingan, bahan pertimbangan, juga dalam menentukan langkah-langkah selanjutnya sehingga dapat lebih meningkatkan penjualan di masa yang akan datang.

- b. Bagi Penulis

Merupakan tempat penambahan pengetahuan dari dunia praktisi dan sebagai bahan pembelajaran dalam masuk ke dunia bisnis yang lebih luas. Serta menjadi Tugas Akhir untuk mahasiswa konsentrasi management bisnis.

- c. Bagi Kampus

Menjadi salah satu syarat kelulusan untuk mahasiswa tingkat akhir jurusan manajemen bisnis.

d. Bagi Konsumen dan Pembaca

Sebagai sumbangan pustaka dan bahan tambahan pengetahuan mengenai kegiatan bisnis khususnya dalam pembuatan usaha mikro, kecil dan menengah.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan Rencana Bisnis, sistematika penulisan yang penulis lakukan adalah sebagai berikut : BAB. 1 Pendahuluan, BAB. 2 Profile Perusahaan dan Gambaran Produk, BAB. 3 Survei dan Evaluasi Pasar, BAB. 4 Hasil Analisis Bisnis, BAB. 5 Kesimpulan dan Saran.

- **BAB. 1 Pendahuluan**

Pada Bab Pendahuluan ini berisi tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Rencana Bisnis, Manfaat Rencana Bisnis, dan Sistematika Penulisan.

- **BAB. 2 Profil perusahaan dan Gambaran Produk**

Pada Bab Profil dan Gambaran produk, untuk profil berisi tentang profil yang memuat informasi mengenai gambaran umum perusahaan, antara lain: Identitas Perusahaan, Visi dan Misi Perusahaan, Struktur Organisasi, Rencana Pelaksanaan Usaha. Dan pada gambaran umumnya berisi bagian yang menggambarkan secara rinci mengenai produk yang ditawarkan. Adapun rinciannya adalah sebagai berikut: Analisis Situasi, Gambaran Produk, Keunggulan Produk, dan Harga Produk.

- BAB. 3 Survei dan Evaluasi pasar

Pada Bab Survei dan Evaluasi Pasar, ada dua hal besar dalam bagian ini, yaitu: Gambaran tentang kecenderungan pasar terkait dengan bisnis yang ditawarkan, posisi bisnis dalam persaingan, pesaing utama, dan potensi persaingan. Gambaran tentang target pasar, ukuran pangsa pasar.

- BAB. 4 Hasil Analisis Bisnis

Pada BAB Hasil Analisis Bisnis berisi tentang Analisis Pemasaran, Analisis Sumber Daya Manusia, Analisis Produksi, Analisis Keuangan, Analisis Dampak dan Resiko Usaha.

- BAB. 5 Kesimpulan dan Saran

Pada Bab Kesimpulan dan Saran berisi tentang kesimpulan yang berisi tentang penyimpulan jawaban atas permasalahan masalah dan saran berisi tentang tindak lanjut dari analisis rencana bisnis dan penanganan risiko bisnis yang harus dilakukan.

BAB 2

PROFILE PERUSAHAAN DAN GAMBARAN PRODUK

2.1 Profile Perusahaan

Combrow EMPIRE adalah perusahaan *home industry* yang berlokasi di kota Jakarta tepatnya di kelurahan Menteng Dalam, kecamatan Tebet, Jakarta Selatan. Combrow EMPIRE memproduksi makanan ringan atau camilan gorengan dalam bentuk langsung ataupun *frozen food*. Combrow EMPIRE masih tergolong usaha kecil atau bisa dikategorikan dengan UMKM. Combrow EMPIRE juga termasuk produsen yang baru terbentuk untuk produksi dalam bentuk *frozen food*-nya tetapi sudah cukup lumayan lama untuk penjualan langsungnya, sekitar kurang lebih 4 tahun.

Combrow EMPIRE hanya memiliki satu *merk* dagang yang khusus menjual makanan ringan atau camilan gorengan. Combrow EMPIRE beroperasi dibawah satu nama dan dipimpin oleh pemiliknya sendiri yaitu saya sendiri Rafa Augusti dengan penanggung jawab juga saya sendiri.

Usaha Combrow EMPIRE didirikan pada tahun 2015 akhir tahun tepatnya bulan November di kota Jakarta. Usaha Combrow EMPIRE hadir sebagai hasil gabungan dari bahan singkong dan kelapa dan dengan isian oncom. Di tangan Abdul Gofur sebagai karyawan kepercayaan, Combrow EMPIRE ini diolah sedemikian rupa sehingga memiliki nilai yang berbeda dari combrow- combrow pada umumnya yang biasa kita makan. Untuk saat ini

Combro EMPIRE masih berfokus pada bisnis camilan gorengan combro saja, belum menggeser kemakanan berat atau camilan lainnya.

Dengan berfokus ke satu jenis bisnis ini, diharapkan bisa memaksimalkan terlebih dahulu dan meningkatkan terus kualitas dari produk ini, dan juga bisa mendapatkan perolehan keuntungan yang maksimal dan juga meningkatkan minat konsumen terhadap camilan gorengan ini. Karena usahanya pun masih bersifat *home industry*. Maka, diharapkan suatu saat nanti usaha Comro EMPIRE ini bisa membuka lapangan kerja baru untuk banyak orang, minimal untuk warga sekitar menteng dalam dan dapat memperluas jangkauan penjualan ke luar kota atau bahkan seluruh Indonesia.

2.1.1 Identitas Perusahaan

- Data Perusahaan

Nama Perusahaan	: COMBRO EMPIRE
Bidang Usaha	: Produksi Pangan
Jenis Produk	: Makanan Ringan / Gorengan
Alamat Perusahaan	: Jalan Masjid An-nur, Gang H. Mursali Rt. 004 Rw. 02, Menteng Dalam, Tebet, Jakarta Selatan.
Nomer Telepon	: 081294225979
Tanggal Berdiri	: 11 November 2015

- Data Pemilik

Nama Pemilik : Rafa Augusti
Tempat & Tanggal Lahir : 19 Agustus 1994
Alamat Pemilik : Jalan Masjid An-nur, Gang H.
Mursali Rt.004 Rw.02 No. 1,
Menteng Dalam, Tebet Jakarta
Selatan.
Nomer Telepon : 081294225979
Jenjang Pendidikan : S1

- Data Karyawan

Nama Karyawan : Abdul Gofur
Tempat & Tanggal Lahir : Tegal 27 November 1990
Alamat : Desa Arga Tawang RT 10, Rw
002 Kelurahan Arga Tawang
Kecamatan Jatinegara Tegal
Jawa Tengah
No. Telpon : 083102450340

2.1.2 Visi Misi Perusahaan.

Setiap perusahaan pasti memiliki visi dan misi pada usahanya. Begitu pula dengan usaha Combro EMPIRE. Walaupun usaha Combro EMPIRE ini masih tergolong usaha yang kecil karena *home industry* tetapi usaha

Combrow EMPIRE ini jugamemiliki visi dan misi. Berikut visi dan misi dari Combrow EMPIRE ini:

a. Visi dari usaha Combrow EMPIRE

Adalah memperkenalkan juga menawarkan makanan tradisional yaitu combrow mini yang berbeda dari pada combrow biasanya kesegala penjuru Indonesia.

b. Misi dari usaha Combrow EMPIRE ini adalah :

- Mengedepankan camilan tradisional terutama combrow dalam bentuk mini.
- Menjaga kualitas dan pelayanan supaya pelanggan tetap percaya dan yakin bahwa combrow mini EMIPRE adalah yang terbaik dari yang lain, dan membuat konsumen tidak berpaling dari produk ini.
- Mengedepankan makanan tradisional di mata masyarakat dan menyakinkan bahwa makanan tradisional seperti combrow pun masih tetap menjadi pilihan utama di mata masyarakat.

2.1.3 Struktur Organisasi.

Struktur organisasi dapat diartikan sebagai kerangka kerja formal organisasi yang dengan kerangka kerja itu tugas-tugas pekerjaan dibagi-bagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan (Robbins dan Coulter, 2007).

Struktur organisasi didefinisikan sebagai mekanisme-mekanisme formal dengan mana organisasi dikelola (Handoko, 2003). Struktur organisasi merupakan suatu kerangka yang menunjukkan seluruh kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi, yang berhubungan dengan fungsi, wewenang dan tanggung jawab untuk mencerminkan mekanisme-mekanisme formal pada pengelolaan organisasi.

Struktur organisasi dalam usaha Combro EMPIRE ini berbentuk vertikal. Dalam bentuk ini, sistem organisasi atau pejabat yang lebih rendah digariskan dari atas ke bawah secara vertikal.

Gambar 2.1: Struktur Organisasi



Pemilik (*owner*) mencakup kepentingan ekuitas dalam entitas yang dimiliki investor serta pemilik atau anggota atau partisipan dalam entitas bersama (*mutual entity*). Kepentingan ekuitas diartikan secara luas, mencakup kepentingan kepemilikan dalam entitas yang dimiliki investor serta kepentingan pemilik, anggota, atau partisipan dalam entitas bersama.

Definisi tersebut dikutip dari International Financial Reporting Standard No. 3 (2008) *Business Combination*.

Berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang nomer 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas (UUPT) menyebut bahwa Direksi atau Penanggung jawab pada sebuah perusahaan (usaha) adalah organ perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengurusan Perseroan untuk kepentingan Perseroan, sesuai dengan maksud dan tujuan Perseroan serta mewakili Perseroan, baik di dalam maupun diluar pengadilan sesuai dengan anggaran dasar. Dengan kata lain adalah organ yang menjalani tindakan kepengurusnuntuk mencapai visi dan misi Perseroan demi kepentingan terbaik Perseroan.

Pengembang usaha adalah bagian yang bertugas untuk mengembangkan usaha dan juga menganalisi peluang peluang membuka usaha di daerah-daerah yang berpotensi untuk di kembangkan. Tetapi tidak termasuk dengan keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pengembangan usaha.

Divisi keuangan adalah orang yang bertugas dalam menentukan kemungkinan pembiayaan dan juga mengatur keuangan yang masuk maupun keluar dari perusahaan Combro EMPIRE ini , tetapi tentu dengan persetujuan pemilik perusahaan.

Divisi Produk bertugas untuk memeriksa dan memantau semua proses produksi yang berjalan agar semua tetap dalam kualitas terbaik.

Divisi Pemasaran bertugas untuk memasarkan produk kepada para pelanggan dan juga calon pelanggan yang mau bermitra dengan Combro EMPIRE. Dan juga bertugas untuk menjelaskan produk yang ada di combro EMPIRE ini, kemudian menerima orderan-orderan dari pelanggan, mem-*follow-up* orderan atau pesanan dari pelanggan, dan memproses pesanan dari pelanggan.

2.1.4 Rencana Pelaksanaan Usaha

Rencana usaha ini awalnya adalah untuk memperbaiki perekonomian keluarga dan juga diri sendiri dengan memperoleh keuntungan yang besar dari modal yang bisa dibilang cukup kecil, selain memperoleh keuntungan juga bertujuan untuk memperkenalkan makanan atau camilan gorengan tradisional keseluruh Indonesia bahwa camilan tradisional seperti gorengan combro pun bisa mudah didapat, yaitu dengan tersedianya dalam bentuk *frozen food*.

Berbagai macam pertimbangan dilakukan oleh saya sebagai pemilik dari Combro EMPIRE ini dalam memilih usaha apa yang tepat untuk memulai usaha. Alasan saya memilih combro mini sebagai usaha yang saya tekuni adalah karena , sebagai berikut :

1. Jarang ada yang membuat combro mini.

Memang di Jakarta ini sudah banyak yang membuat gorengan combro tapi kebanyakan dalam bentuk yang besar jadi membuat rasa dari combro itu kurang maksimal dari rasa yang

di berikan. Oleh karena itu saya membuat combro dalam bentuk mini karena rasa yang diberikan pun akan meresap dan merata kesemua bagian dari combro itu sendiri. Dan dalam bentuk *frozen food* pun bisa dikatakan tidak ada yang memproduksi combro dalam bentuk *frozen food* yang membuat membuka peluang besar karena tidak adanya pesaing atau kompetitor.

2. Modal yang kecil.

Binis kuliner memang bisa di bilang bisnis yang bisa di mulai dengan modal yang relatif kecil karena bahan bahannya pun bisa didapatkan dengan harga murah dan mudah. Combro pun merupakan bisnis yang bisa dimulai dengan modal yang murah karena bahan bakunya hanya terdiri dari singkong, kelapa dan oncom yang harganya relatif sangat murah walaupun terkadang agak sedikit susah dalam mencari singkong dengan kualitas super.

3. Mudah membuatnya.

Dalam membuat combro ini kita tidak perlu membutuhkan tenaga yang besar dalam membuatnya dan juga tidak membutuhkan waktu yang lama dalam proses pembuatannya. Bahkan dalam proses pembuatannya saja hanya perlu membutuhkan 2 orang saja. Karena bahan bakunya hanya tinggal diparut oleh mesin dan kemudian orang pertama hanya

mencampurkan bahan bahannya dan juga membentuk adonan tersebut, dan orang kedua hanya di bagian pengemasan saja.

Penetapan Pemasaran

- *Product*(Produk)

Produk ini merupakan pengabungan antara 3 bahan dasar yaitu singkong yang diparut dan juga kelapa yang di parut yang kemudian di satukan (bagian luar). Dan kemudian oncom yang menjadi bagian dalam (isian) dari kelapa dan singkong tadi ditambah dengan sensasi pedas yang ditambahkan pada bagian isiannya membuat rasa dari combro itu semakin menarik.

- *Price* (Harga)

Combro EMPIRE dipatok dengan harga jual sebesar Rp.20.000,00 per bungkusnya (*frozen food*) dengan jumlah isi 25 buah combro. Penentuan harga Rp. 20.000,00 per bungkusnya sudah dengan perhitungan dan pertimbangan harga beli bahan bahan baku yang digunakan dan juga biaya operasional sehingga telah diperhitungkan besarnya nilai keuntungan yang akan di peroleh nantinya.

Selain dari perhitungan harganya, produk Combro EMPIRE ini mempunyai sasaran konsumennya adalah dari semua kalangan, baik kalangan menengah kebawah maupun

kalangan menengah ke atas, ke semua kalangan baik anak-anak, remaja, maupun kalangan orang tua, sehingga harga jual yang tidak terlalu tinggi atau mahal akan melancarkan proses penjualan.

- *Place* (Lokasi)

Tempat produksi Combro EMPIRE ini bertempat di Menteng Dalam Tebet Jakarta Selatan. Sehingga penjualan Combro EMPIRE yang secara langsung berada di Menteng Dalam, Tebet, Jakarta Selatan. Tetapi apabila konsumen ingin membeli dalam bentuk *frozen food* pembeli dapat langsung memesan melalui tokopedia dan bisa dikirim dengan jasa pengiriman *frozen food* seperti PAXEL atau bisa juga dengan pengiriman GOSEND jika masih berada di sekitar daerah Jakarta. Atau bisa juga memesan *online* via instagram (@combro_empire) atau via *whatsapp* (wa: 081294225979).

- *Promotion*(Strategi Promosi)

Dalam rangka mempromosikan produk ini biasanya saya membawa produk ini pada saat acara-acara seperti rapat di komunitas, ataupun rapat rapat lainnya, atau pada saat hanya acara kumpul-kumpul saja, seperti kumpul dengan teman-teman ataupun acara reunian. Sehingga konsumen bisa langsung mencicipinya secara langsung sebelum membeli

combronya sehingga saat konsumen merasa enak mencicipinya bisa langsung membelinya.

Kemudian saya mulai mencoba mempromosikannya melalui media sosial seperti instagram ataupun melalui *story* di WA. Dan kemudian dari instagram akan diarahkan lewat *direct message* ataupun lewat *whatsapp admin*. Dengan ketentuan biaya ongkos kirim ditanggung oleh pembeli dan dikirim melalui jasa PAXEL (*frozen food*) ataupun bisa lewat aplikasi GOJEK.

Setelah berhasil menarik konsumen untuk menjadi pelanggan, Combro EMPIRE memberanikan diri untuk menjalin kerja sama dengan bisnis pada pelanggan dengan cara mengajak pelanggan menjadi *reseller* dari Combro EMPIRE. Dengan ketentuan, membeli produk Combro EMPIRE lebih dari 10 packs dalam sekali order. Kemudian setelah itu baru *reseller* akan mendapatkan harga khusus dari Combro EMPIRE.

- *People* (SDM)

Perusahaan membutuhkan SDM berkemampuan bagus dan memiliki tingkat kinerja yang tinggi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

- *Process* (Aktivitas Bisnis atau Proses)

Bagaimana penilaian konsumen terhadap produk baik barang atau jasa ditentukan oleh bagaimana proses penyampaian kepada konsumen.

- *Physical Evidence* (Bukti Fisik Perusahaan)

Perusahaan harus ada wujudnya secara fisik agar kepercayaan konsumen bisa terbentuk. Bukan hanya itu saja, bukti fisik tersebut sebaiknya memiliki karakter tertentu yang sesuai dengan produk. Ini akan menambah penilaian baik dari konsumen.

2.2 Gambaran Produk

2.2.1 Analisis Situasi

Camilan gorengan ini memiliki peminat yang cukup banyak. Cita rasa pedas dan juga gurih yang membuat masyarakat ketagihan karena makanan pedas dan gurih tidak cepat bosan ketika dimakan, berbeda dengan rasa yang manis akan mudah bosan di mulut. Oleh karena itu camilan gorengan Combro EMPIRE ini sangat dicari oleh masyarakat karena dapat menemani waktu santai, dan sangat pas apabila ditemani dengan secangkir kopi ataupun segelas teh manis hangat, baik di pagi hari ataupun di sore hari sambil menikmati senja.

Combro dijual dengan harga yang cukup terjangkau. Sehingga dapat diterima di masyarakat luas, baik itu di golongan masyarakat menengah ke atas ataupun masyarakat menengah kebawah.

Melihat potensi bisnis combro mini yang sangat menjanjikan dengan jumlah peminat yang semakin bertambah dari waktu ke waktu membuat peluang usaha dari Combro EMPIRE ini sangat menjanjikan untuk dijalankan. Mengembangkan bisnis combro mini dalam bentuk *frozen food* menjadi salah satu daya tarik penulis dalam mengembangkan usaha combro mininya karena melihat dari peluang yang sangat lebar. Karena makanan camilan gorengan tradisional seperti combro bisa dibilang belum ada yang menjual dalam bentuk *frozen food* yang menjadi membuka peluang lebar untuk penulis mengembangkannya.

Dalam menjalankan bisnis Combro mini ini memang perlu memproduksi combro ini sendiri karena bisnis ini bertujuan untuk membentuk *image* yang tinggi di mata masyarakat, dimana masyarakat lebih mengenal bahwa combro adalah makanan yang kampung dan biasanya disajikan dalam bentuk yang cenderung besar sehingga mengurangi cita rasa dari combro itu sendiri. Sehingga dengan adanya produk dari Combro EMPIRE ini bisa merubah cara pandangan masyarakat terhadap combro itu sendiri.

Apabila pembisnis pemula ingin memulai bisnis ini, maka perlu memperhatikan dan melakukan tahap seperti pembuatan adonan, membentuk adonan menjadi agak oval dan mengisi bahan tersebut dengan isian oncom yang pedas, sampai tahap pengemasan sendiri. Memang terlihat susah dan ribet tetapi sebenarnya jika saat dikerjakan sangat menyenangkan.

Karena masih sedikitnya kompetitor ataupun pesaing dalam menjalankan bisnis ini, merupakan kesempatan yang sangat bagus untuk masyarakat mengambil peluang bisnis ini. Dalam menjalankan bisnis ini ada pula hal penting yang harus diperhatikan antara lain :

- Pada saat pencampuran adonan diperlukan memperhatikan kebersihannya agar tetap terjaga kualitasnya.
- Pada saat pembentukan adonan harus diperhatikan bentuk juga ukurannya, sebisa mungkin diusahakan bentuk dan ukurannya harus sama persis.
- Pada saat pengemasan perlu diperhatikan kerapihan dari pengemasannya agar tidak terlihat seperti asal-asalan. Dan juga dicek kembali kebersihannya jangan sampai ada rambut ataupun semut yang masuk.

Trend dan pertumbuhan industry

Pada umumnya, combro merupakan bahan makanan yang diolah dari singkong dan kelapa yang diparut dan diberi isian oncom yang pedas dan biasanya combro disajikan dalam bentuk yang besar jadi tingkat kematangan pun tidak merata dan membuat rasa dari combro itu kurang enak, tetapi combro EMPIRE ini disajikan dalam bentuk yang kecil atau mini sehingga membuat kematangannya merata dan menjadi lebih renyah juga gurih sehingga membuat masyarakat dapat menikmatinya dengan lebih puas.

Dengan dibuatnya combro mini dalam bentuk frozen food membuat meningkatnya tingkat kepuasan para konsumen karena dapat mememesannya walau dari jarak yang jauh dari tempat penjualan. Dari hal tersebut akan menimbulkan beberapa perubahan diantaranya yaitu aspek ekonomi dan juga aspek sosial. Dari aspek social masyarakat dapat menikmati cemilan ini walau jarak yang jauh, dan juga bisa dimakan saat kumpul-kumpul keluarga atau saat kumpul dengan teman-teman, dan aspek ekonominya adalah masyarakat dapat menikmati camilan gorengan tradisional ini dengan harga yang murah sehingga tidak akan menguras kantong masyarakat, melihat pada jaman sekarang banyak sekali camilan-camilan yang harganya cukup mahal.

Lingkungan Persaingan

Usaha combro sudah banyak tapi untuk combro yang mini masih sedikit dan bahkan untuk combro mini yang dibentuk dalam bentuk *frozenfood* bisa dikatakan belum ada di Indonesia ini. Usaha Combro EMPIRE ini bisa menjadi peluang yang bagus bagi para pengusaha pemula yang baru ingin memulai usaha. Kebanyakan para pengusaha combro mini hanya menjual di tempat tanpa tersedianya pelayanan dalam bentuk *frozen food*, faktor inilah yang menjadi peluang besar dalam meraih keuntungan yang besar karena tidak adanya kompetitor dalam usaha yang sama.

Faktor yang mempengaruhi usaha Combro EMPIRE ini berdiri yaitu terdapat pada modal yang kecil tapi memiliki keuntungan yang cukup

besar dan dapat berputar dengan cepat pengelolaan uangnya. Legalitas produk menurut pemerintah merupakan produk yang halal karena terbuat dari bahan-bahan yang alami tanpa adanya bahan-bahan yang buatan atau pengawet.

Peluang Usaha Jangka Panjang

Usaha camilan gorengan Combro EMPIRE ini mempunyai peluang usaha yang sangat baik kedepannya karena bahan-bahan yang mudah didapatkan dipasar-pasar terutama di Jakarta. Dan kebanyakan masyarakat Indonesia pada umumnya menyukai camilan gorengan apalagi makanan yang pedas. Combro EMPIRE ini merupakan produk yang mudah dalam pembuatannya karena tidak memerlukan peralatan-peralatan yang besar ataupun ribet, dan juga tidak memerlukan tenaga kerja yang banyak.

2.2.2 Gambaran Produk

Combro EMPIRE ini merupakan makanan camilan gorengan tradisional yang diproduksi secara rumahan dan makanan ini merupakan makanan yang biasa di makan di pagi hari ataupun di sore hari ataupun di saat kumpul-kumpul. Combro ini merupakan camilan dengan harga yang murah sehingga bisa di konsumsi disemua kalangan masyarakat.

Penamaan EMPIRE pada produk combro mini ini berdasarkan dari berita yang sedang viral pada saat ini yaitu adanya berita *sunda empire*, dengan dinamakan dengan nama yang sama penulis sekaligus *owner* dari

usaha ini berpikir kalau diberi nama yang sama akan mendongkrak dari sisi promosinya dan juga memanfaatkan nama “empire” yang sedang viral ini.

EMPIRE sendiri memiliki arti yaitu kerajaan dan arti ini juga yang menjadi penggunaan nama dari combro itu sendiri dengan maksud yang namanya kerajaan berarti akan merajai dan berkuasa, nama “empire” ini di pasangankan dengan combro dengan maksud bahwa combro mini ini akan menguasai atau merajai pangsa pasar dari persaingan bisnis ini.

Gambar 2.2
(Logo Brand Combro EMPIRE)



Sumber: Data Pribadi Penulis

Untuk *packaging* dari combro EMPIRE ini akan dibuat dalam kemasan berbentuk kotak yang rapih agar combronya sendiri tetap terjaga dan tidak rusak ketika dalam masa penyimpanan maupun menghindari benturan atau penumpukan pada saat pengiriman. Lalu kotak tersebut akan diberi stiker pada bagian atasnya untuk penanda dari produk combro

EMPIRE ini. Setelah selesai di kemas Combro EMPIRE ini siap untuk di distribusikan kepada konsumen ataupun pelanggan.

2.2.3 Keunggulan Produk

Pada produk Combro EMPIRE ini mempunyai beberapa keunggulan yang diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Combro EMPIRE Memiliki Kualitas yang Baik.

Proses pembuatan combro tidak semudah yang dibayangkan karena perlu adanya beberapa hal yang diperhatikan dengan benar saat pembuatan berlangsung. Jika singkong yang diolah memiliki kualitas yang baik maka combronya itu sendiri pun akan menjadi baik dan juga memiliki ketahanan yang lebih lama.

Menjaga kualitas juga merupakan salah satu hak yang penting yang harus diperhatikan karena akan berpengaruh pada kepuasan konsumen dan juga pelanggan dan berpengaruh kepada kesetiaan para konsumen tentunya.

2. Harga Terjangkau

Combro EMPIRE ini dipatok dengan harga jual sebesar Rp.20.000 per packnya dengan isi 25 buah untuk pembelian dalam bentuk *frozen food*. Dalam pembelian langsung pembeli dapat membelinya dengan hitungan per buahnya yang harganya sangat murah yaitu Rp.1000 per buahnya. Penentuan harga

Rp.20.000 per packnya ini sudah ditentukan dan diperhitungkan harga beli bahan-bahan bakunya dan juga sudah dihitung biaya pengemasan juga operasionalnya sehingga sudah diperhitungkan besarnya nilai keuntungan yang akan diperoleh.

3. Menjaga Kemasan Combro.

Untuk menjalankan bisnis combro ini tidak hanya memperhatikan hal-hal penting yang sudah penulis sebutkan tadi tetapi juga harus memperhatikan dalam bentuk pengemasannya, baik pengemasan yang akan dijual maupun yang akan disajikan. Kemasan yang menarik juga akan membuat masyarakat lebih mudah menarik.

Untuk menjaga kemasan terus menarik kami juga harus menambahkan nama *brand* atau logo pada setiap kemasannya. Selain itu juga kami harus mencantumkan nomer telepon di setiap kemasannya agar memudahkan masyarakat untuk memesannya kembali.

Kemasan kotak pada umumnya menggunakan kotak plastik yang transparan agar produk tetap bisa terlihat walau sudah di kemas, karena di kemas dalam kotak plastik kami juga memilih kotak plastik yang tebal agar produk didalamnya tetap terjaga.

4. Layanan Konsumen Prima.

Yang dimaksud dengan layanan konsumen prima dalam bisnis Combro EMPIRE ini adalah dengan cara melayani konsumen dengan baik, cepat dan juga responsif. Melayaninya juga harus secepat dan juga setepat mungkin agar kepuasan pelanggan ataupun konsumen tetap terjaga. Hubungan yang dijalin kepada pelanggan harus dijaga seharmonis mungkin agar pelanggan tidak kabur atau berpaling ke tempat lain.

Bahkan kalau perlu pelanggan kita tawarkan menjadi *reseller* agar pemesanannya tidak berhenti disitu saja tetapi juga si dia (*reseller*) bisa mendapatkan keuntungan juga dari memasarkannya.

2.2.4 Harga Produk

Penentuan harga Rp.20.000 per unitnya yang dikemas dalam bentuk *frozen food* dengan sasaran utama produk ini adalah orang dewasa, anak-anak remaja kekinian dan juga mahasiswa sehingga harga jualnya pun tidak terlalu tinggi atau mahal karena dapat memperlancar proses penjualan. Harga tersebut juga telah dipertimbangkan dengan perhitungan dari pembelian bahan-bahan baku juga biaya pengemasan serta biaya operasional sehingga telah diperhitungkan besarnya keuntungan yang diperoleh.

Dan harga jual Rp.1000 per buahnya dalam pembelian secara langsung di tempat penjualannya memberikan kesan bahwa makanan ini

sangat murah juga terjangkau untuk kalangan masyarakat mana pun, tetapi walau dengan harga yang murah kualitas dari produk ini sangatlah tidak murahan dan tentunya berkualitas super, bisa dilihat dari rasa dan juga tingkat kerenyahannya. Kami juga menjaga kualitas pedas yang dihasilkan dari oncomnya dengan memakai cabai asli tanpa perasa pedas buatan.

BAB 3

SURVEI DAN EVALUASI PASAR

3.1 Gambaran Tentang Kecenderungan Pasar

Bisnis camilan gorengan memang seakan tidak pernah sepi dari pasaran masyarakat Indonesia. Kebiasaan masyarakat Indonesia yang sangat konsumtif dalam hal membeli aneka macam makanan ringan atau camilan gorengan. Hal inilah yang mendorong persaingan pasar dalam bisnis makanan ringan atau camilan semakin hari semakin ketat.

Untuk menyasati persaingan pasar yang semakin ketat para pembisnis harus memiliki dan mempersiapkan beberapa strategi pemasaran yang dirasa cukup strategis dan efektif dalam mendongkrak bisnis yang dimiliki. Contohnya antara lain :

1. Mempersiapkan kemasan

Bila pada umumnya aneka camilan hanya dikemas dalam bungkus plastik saja, maka pada saat ini para produsen camilan ini dituntut untuk membuat logo untuk mencirikan produk kita dengan produk yang lain yang beredar di pasaran. Tidak hanya itu saja tetapi produsen dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif dalam menciptakan kemasan produknya. Karena kemasan produk yang menarik dan bagus pun akan meningkatkan penjualan produk tersebut. Dan produk Combro EMPIRE memiliki kemasan seperti dibawah ini :

Gambar 3.1
(Kemasan Combro)



Awalnya kemasan combro mini ini hanya kotak biasa seperti yang biasa dipakai untuk *snack* di acara-acara biasa ketika combro mini ini dijual langsung *market place*.

Kemudian penulis mendapatkan ide untuk mengemasnya dalam bentuk *frozen food* adalah dengan kemasan kotak plastik yang agak keras agar tetap bisa menjaga keutuhan dari produk combro tersebut. Dengan tujuan dewasa ini konsumen rata-rata adalah anak muda yang terang dengan teknologi masa kini apalagi sosial media seperti *instagram* ataupun *facebook* yang dimana apa-apa selalu diposting. Kemudian penulis sekaligus *owner* dari produk combro ini mendapatkan ide untuk menggunakan kotak plastik atau bisa disebut *microwave reheatable* agar ketika diposting foto dari produk ini tetap membantu menciptakan nilai estetika dan kerapihan. Tidak lupa juga penulis menempelkan logo dari produk combro EMPIRE dengan tujuan untuk menciptakan *image* dan *brand* dari produk combro tersebut.

2. Menawarkan produk dalam bentuk *frozen*

Melihat persaingan yang sangat ketat dalam bisnis camilan ini maka dari itu pembisnis dituntut untuk terus kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya. Dikarenakan rata-rata pada umumnya pembisnis camilan gorengan hanya di sajikan langsung maka dari itu penulis berinisiatif untuk menjual camilan gorengan ini dalam bentuk *frozen food*, apalagi camilan gorengan tradisional ini bisa dibilang

masih sangat jarang yang menjualnya dalam bentuk *frozen food*. Maka dalam hal ini menjual gorengan dalam bentuk *frozen food* merupakan suatu hal yang sangat inovatif dalam memasarkan produk ini.

3. Mengiming-imingi konsumen

Strategi pemasaran untuk memperluas jaringan pemasaran produk salah satunya adalah dengan cara memperkuat loyalitas pelanggan dengan menjadikan mereka sebagai *reseller*.

Sesungguhnya strategi ini cukup efektif, karena meskipun para produsen harus berbagi *margin* dengan para *reseller*-nya akan tetapi kreativitas dan jujua kerja keras para *reseller* dalam memasarkan produk melalui beragam sosial media ternyata juga memberikan imbal balik yang lebih besar bagi perusahaan. Lakukan seperti yang disebutkan diatas, karena pada kenyataannya terbukti ampuh dan jitu.

4. Menawarkan hadiah sebagai cara menarik konsumen

Bisa kita ketahui sesama bahwa memberikan hadiah dapat memberikan daya tarik yang kuat bagi para calon konsumen. Dan biasanya kami memberikan hadiah kepada para konsumen yang loyal (sering membeli) .

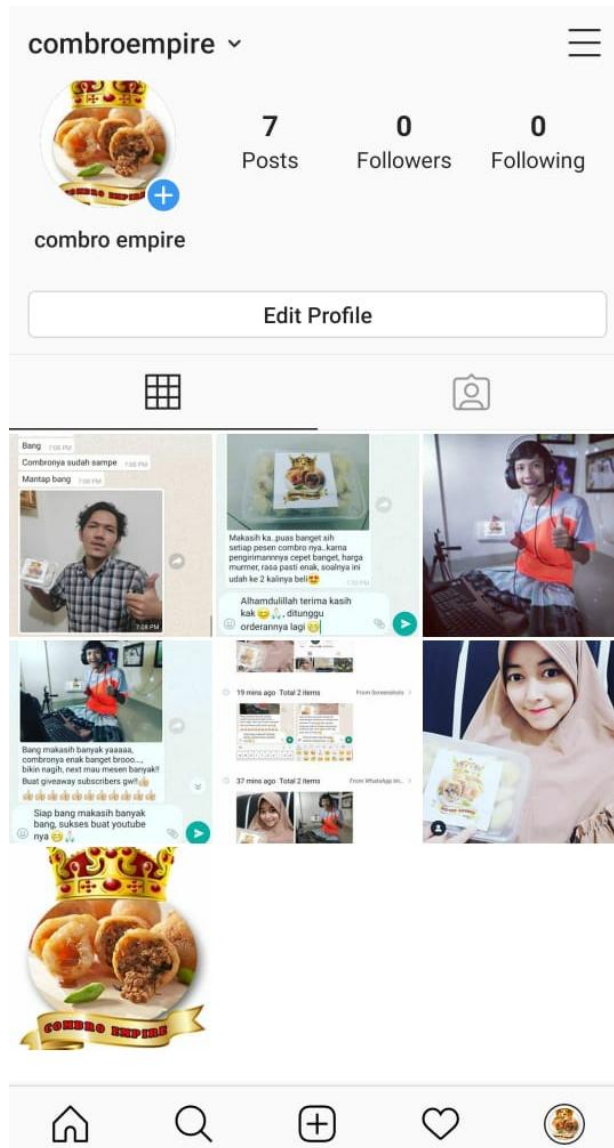
Untuk saat ini combro EMPIRE hanya memberikan hadiah combro kepada para konsumen yang loyal dan juga memberikan potongan harga untuk yang membeli dengan jumlah yang besar atau banyak. Diharapkan kedepannya Combro EMPIRE ini bisa memberikan hadiah yang lebih kepada para konsumennya yang loyal,

ini juga bertujuan untuk menarik minat konsumen untuk menjalin kerja sama.

Gambar 3.2
(Foto Endorse)



Gambar 3.2.1
(Strategi Endorse)



Dalam menilai situasi pasar, kita harus memperhatikan 3 aspek yaitu: mencari tahu sifat pasarnya, bagaimana perilaku konsumennya, dan *market environment*-nya seperti apa.

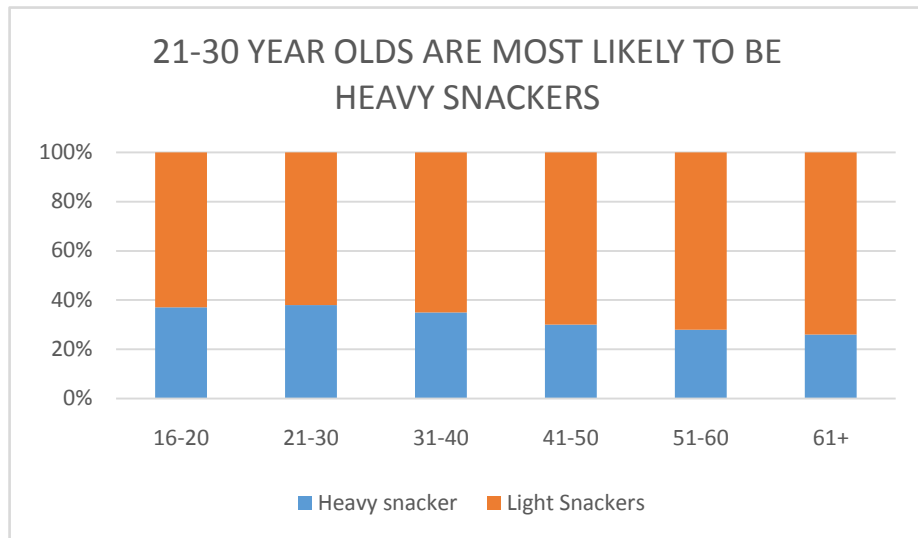
1. Sifat Pasar

Produk camilan gorengan masih memiliki peluang besar dipasar Indonesia. Mondelez menemukan, satu dari tiga populasi konsumen Indonesia mengkonsumsi lebih dari tiga camilan per hari. Produsen pun dituntut untuk memahami kebiasaan konsumen yang ada di Indonesia guna merancang strategi yang pas untuk pemasaran yang tepat.

Hasil penelitian Mondelez terhadap 1.500 konsumen dewasa di Indonesia, dan 500 orang ibu rumah tangga dengan usia anak antara 3-12 tahun menunjukkan bahwa 72% responden mengkonsumsi makanan sebanyak tiga kali sehari. 85% di antaranya mengaku tidak pernah melewatkan makan pokok tiga kali dalam satu hari.

Satu dari tiga orang Indonesia ngemil sebanyak tiga kali sehari di luar makan besar atau jika ditotal mencapai enam kali konsumsi makanan dalam sehari, mengutip dari *Head of Corporate and Government Affairs* dari Mondelez Indonesia kharisma Fitriyani. Berangkat dari penelitian ini, peluang terhadap produk camilan pun terlihat masih potensial di Indonesia.

Gambar 3.3
(Presentase Nyemil Gorengan Combo)

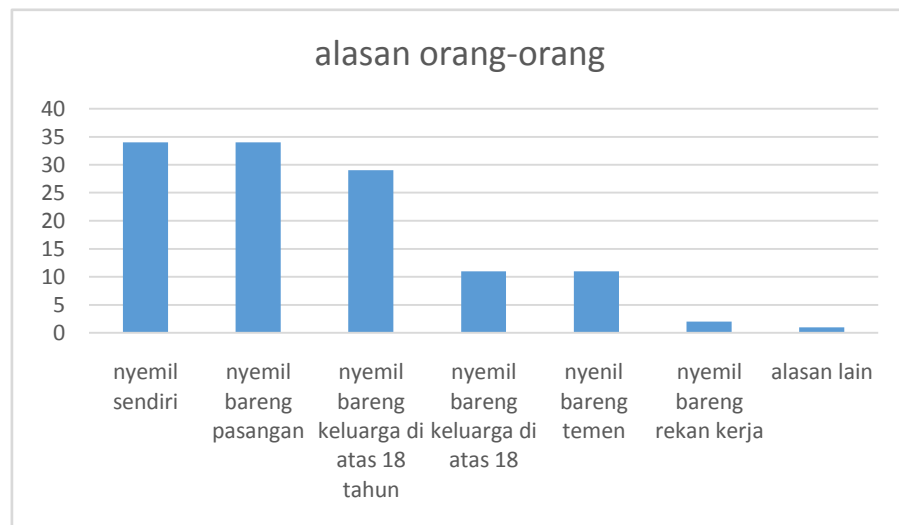


Ternyata data yang kami temukan menunjukkan bahwa rata-rata yang suka nyemil gorengan combo itu adalah anak-anak remaja kisaran usia 21-30 tahun merupakan kategori konsumen yang suka ngemil gorengan tertinggi. Di usia ini persentase *heavy snackers* mencapai 38% dan 62% *light snackers*. Sementara usia 61+ merupakan *snackers* terendah dengan persentase *heavy snackers* 26% dan *light snackers* 74%.

Budaya Indonesia yang kekeluargaan ternyata sangat berpengaruh pada kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi camilan gorengan. Survei yang penulis lakukan dalam konsumsi camilan

gorengan combro menunjukkan bahwa hanya 35 persen saja orang yang mengemil sendiri sementara 25% lain mengaku ngemil gorengan bersama *partner*, dan 30% bersama anggota keluarga di atas usia 18 tahunan 10% bersama anggota dibawah 18 tahun.

Gambar 3.4
(Persentase Alasan Nyemil)



Sumber: Mondelez, 2017

Sebanyak 11% konsumen Indonesia lain mengaku mengkonsumsi camilan bersama teman, 2% lain bersama rekan kerja , dan 1% bersama yang lain (di luar kategori). Ini menandakan bahwa faktor sosial memegang peranan penting dalam menentukan pola konsumsi konsumen.

2. Perilaku konsumen

Teori perilaku konsumen merupakan sebuah teori yang mempelajari cara konsumen memaksimalkan kepuasan dari suatu barang yang mereka konsumsi perilaku konsumen berfokus pada bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka yang telah tersedia dalam mengkonsumsi suatu barang.

Ada dua elemen penting di dalamnya yaitu :

- a) Elemen proses pengambilan keputusan
- b) Elemen kegiatan secara fisik

Kedua elemen tersebut melibatkan individu dalam menilainya, mendapatkan serta menggunakan barang dan jasa.

Pada bisnis Combro EMPIRE, perilaku konsumen yang timbul dinyatakan pada daya tarik pada bentuknya yang kecil juga kerenyahan dari combro yang kita miliki dan juga rasa pedasnya yang alami dari cabe asli, itulah yang membuat kesetiaan konsumen untuk terus membelinya.

Konsumen membeli barang dan jasa tidak hanya untuk mempelajari apa yang dibeli dan di konsumsinya saja, tetapi juga untuk mendapatkan manfaat dari barang dan jasa tersebut.

3. *Market Invironment*

Market invironment meliputi: politik, sosial-ekonomi, dan teknologi. politik yang dimaksudnya berhubungan dengan

peraturan-peraturan pemerintah yang akan atau sedang di berlakukan, *eco-labeling*, syarat keselamatan, dan lain lain.

Pada usaha Combro EMPIRE, *market environment*-nya dalam bidang politiknya berkecendrungan pada harga bahan baku di pasaran yang berhubungan dengan kebijakan dari pemerintah. Sosial ekonominya adalah dari sisi karyawannya atau sisi produksinya. Dan untuk sisi teknologinya pada proses produksinya dari mesin yang digunakan untuk memproduksinya. Dan teknologi dari sisi pemasarannya adalah teknologi internet yang dimana kita memasarkannya lewat media *social* seperti *instagram*, *facebook* ataupun *story whatsapp*.

Mengumpulkan data dan informasi juga penting untuk melihat situasi pasar yang ada. Dapat disimpulkan bahwa usaha ini bisa dianalisis apabila setelah dianggap cukup tersedia data-data hasil pengumpulan dari berbagai sumber dan bisa dimulailah analisisnya.

Pengertian dan penguasaan prosedur serta metode yang di perlukan merupakan syarat utama keberhasilan kegiatan analisis data.

3.2 Gambaran Tentang Target Pasar

Mengelola usaha yang relatif masih kecil, tentu banyak kurang dan lebihnya jika dibandingkan dengan bisnis yang sudah berkembang pesat.

Menentukan target pasar yang tepat merupakan hal yang sangat penting yang dilakukan semua pembisnis.

Tahapan ini merupakan hal penting karena jika kita gagal menentukannya maka produk kita pun akan gagal dipasarkan dengan maksimal. Adanya target pasar yang tepat dapat memberikan keuntungan dalam hal pemasarannya juga loyalitas pelanggannya.

Agar tidak salah dalam menentukan target pasar bagi usaha kecil yang baru berkembang sebaiknya perhatikan langkah-langkah seperti ini:

1. Pastikan kejelasan produk yang di tawarkan

Sebelum menentukan pasar kita harus tahu lebih dahulu produk apa yang akan kita jual. Dan untuk memastikan produk yang kita jual kita harus tahu alasan apa saja yang memungkinkan kita harus memasarkan produk tersebut.

Kita juga harus menentukan aspek keunggulan, kelemahan, dan potensi lebih yang dimiliki oleh produk kita. Jadi kita sebagai pembisnis memiliki gambaran nanti produk kita bisa diterima konsumen atau tidak. Keunikan juga perlu kita tambahkan, termasuk juga inovasi produknya agar kita tidak kalah saing dengan pembisnis lain.

Untuk segi keunggulan dari produk Combro EMPIRE memiliki keunggulan dari bentuknya yang kecil jadi membuat combronya lebih renyah dan bisa matang menyeluruh, dan juga bisa di goreng dimana pun karena tersedia dalam bentuk *frozen*. Tetapi saya sebagai penulis

juga mengakui bahwa bisnis ini tidak luput dari yang namanya kelemahan. Kelemahannya adalah karena combro ini tidak ada bahan pengawetnya jadi mengakibatkan combro dalam bentuk *frozen* ini tidak bisalama bertahan di luar lemari es.

Kekuatan atau potensi dari produk Combro EMPIRE ini adalah masih jarang atau bahkan tidak ada yang menjual combro dalam bentuk *frozen food*. Dan soal rasa pun dijamin keenakan dan kegurihannya karena dibentuk dalam bentuk yang kecil (mini) daripada combro pada umumnya.

Karena sasaran konsumennya adalah anak-anak, remaja atau generasi milenial jadi kita akan memasarkannya melalui media *social* dengan kualitas gambar yang baik agar menarik calon konsumen. Kemudian *team admin* juga akan memberikan pelayanan terbaik, sehingga calon pelanggan pun tidak akan kecewa oleh pelayanannya.

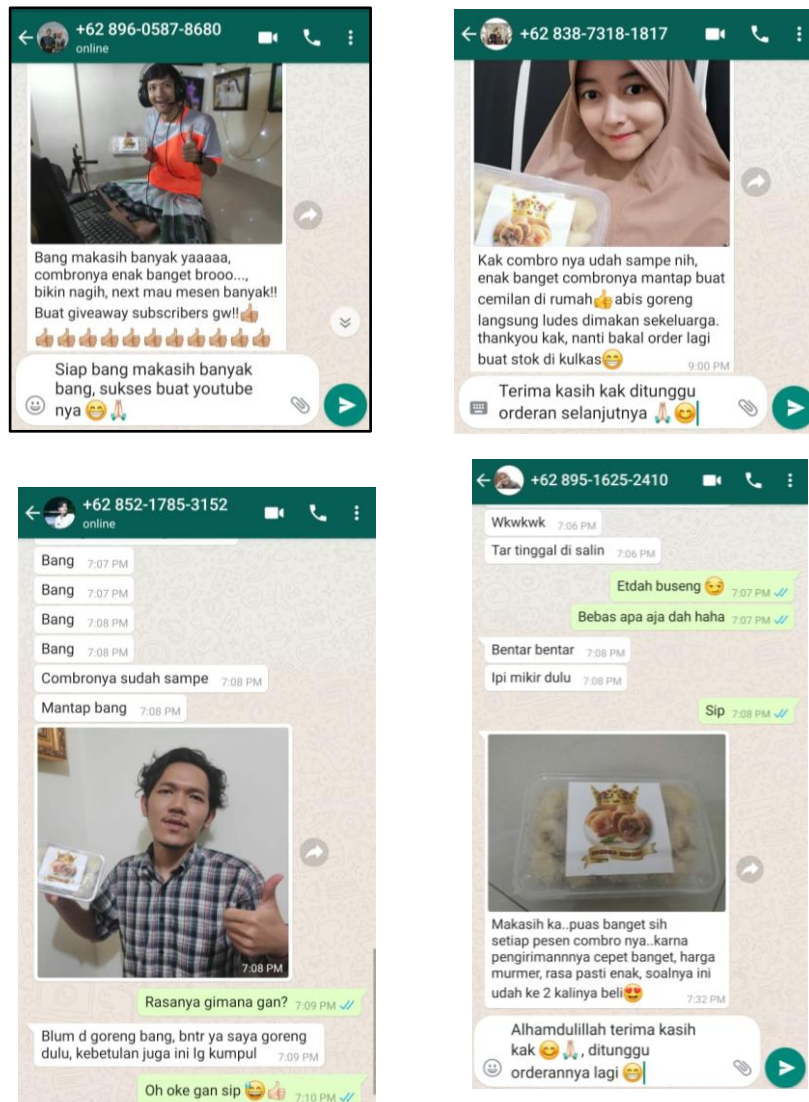
Gambar 3.5
(Produk yang ditawarkan)



Pemanfaatan testimonial juga sangat berperan penting dalam membantu meyakinkan calon pembeli yang belum pernah membeli produk dari Combro EMPIRE, karena dapat menciptakan nilai tambah yang dapat menguatkan konsumen lain yang belum membeli.

Gambar 3.6

(Konsumen Combro EMPIRE)



Sumber : Akun Instagram Combro EMPIRE

2. Fokus pada Target Pasar Tertentu

Banyak usaha kecil yang gagal berkembang karena tidak memiliki kefokuskan target pasar yang dituju. Yang harus pebisnis pahami adalah tidak akan bisa mengejar semua target yang ada, oleh sebab itu kita harus memfokuskan pada satu target pasar tertentu.

3. Sesuaikan Target Pasar dengan *Branding* Bisnis

Penyesuaian *branding* sangat penting ketika memulai sebuah bisnis. Dengan pondasi *branding* yang kuat kita akan lebih mudah dalam menentukan target *market* yang sesuai. Dan hasilnya bisnis bisa berjalan lebih terarah dan mudah berkembang.

Melihat pada jaman sekarang yang hampir semuanya memakai teknologi, bisa dikatakan semua orang sudah tidak lagi gagap teknologi, jadi kami akan mem-*branding* produk kami dengan cara kekinian yaitu melalui media sosial.

4. Sesuaikan dengan Tingkat Ekonomi.

Dengan melihat tingkat ekonomi yang sesuai kepada calon pelanggan, kita bisa memilih dan memilah mana saja yang potensial untuk ditawarkan. Tingkat ekonomi bisa dibagi menjadi tiga yaitu: ekonomi bawah, menengah, dan atas. Namun beberapa bisnis hanya mengelompokkannya menjadi dua, yaitu: rakyat dan kalangan atas. Keduanya bisa memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing tinggal disesuaikan dengan konsep *branding* yang ditawarkan.

Pelanggan merupakan salah satu hal yang mutlak bagi pembisnis atau pengusaha sebagai salah satu relasinya. Dalam produk Combro EMPIRE menargetkan pelanggan di setiap bulannya semakin bertambah, dengan cara memasarkannya ke beberapa grup-grup yang ada di *whatsapp* ataupun grup-grup perkumpulan lainnya.

BAB 4

HASIL ANALISIS BISNIS

4.1 Analisis Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Philip Kotler, 2009:9).

American Marketing Association menawarkan definisi formal berikut: Pemasaran adalah suatu organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan.

American Marketing Association 1960 juga menyatakan bahwa pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen. Sempitnya pandangan tentang pemasaran membuat banyak pengusaha masih berorientasi pada produksi atau berpikir dari segi produksi. Mereka menekankan produk apa yang bisa di hasilkan bukan produk yang bisa di pasarkan.

Pemasaran dimulai dengan adanya pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses pemenuhan dan keinginan inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk, penetapan harga, pengiriman barang, dan

mempromosikan barang. Pemasaran sebaiknya memiliki konsep dan prinsip pemasaran agar kegiatan pemasaran dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia terutama pihak konsumen yang dituju.

Bagian pemasaran memasarkan 10 entitas: barang, jasa, acara, pengalaman, tempat, properti (hak kepemilikan), organisasi, informasi, dan ide. Untuk produk Combro EMPIRE, masuk kedalam entitas barang. Setiap tahunnya perusahaan-perusahaan dapat memasarkan milyaran produk makanan baim segar maupun kalengan, mesin-mesin, dan berbagai pilar ekonomi modern lainnya. Berkat internet, bukan hanya perusahaan saja yang dapat memasarkan barang tetapi juga individu pun bisa memasarkan barang dengan efektif.

Konsep pemasaran merupakan filsafah perusahaan yang menyatakan bahwa pemasaran keinginan pembeli adalah syarat utama kelangsungan hidup perusahaan. Kegiatan perusahaan di bidang produksi, teknik, keuangan, dan pemasaran mempunyai peranan aktif sejak dimulainya proses produksi. Segala kegiatan perusahaan untuk menghasilkan dan menjual barang didasarkan pada pemasaran.

A. Konsep Pemasaran Berdasarkan STP

1. *Segmentation*

Segmentasi pasar diidentifikasi dalam sebuah pasar dengan keinginan, daya beli, lokasi geografis, perilaku pembelian, dan kebiasaan pembelian serupa. Seperti produk dari Combro EMPIRE, keinginan yang diharapkan adalah combro yang renyah, gurih dan juga

harga yang terjangkau dengan daya beli yang diharapkan semakin meningkat karena keunggulan produknya dan keunikan produk tersebut karena salah satu makanan tradisional yang dijual dalam bentuk *frozen food*.

Combro EMPIRE bukan termasuk kategori makanan pokok, hanya sebagai makanan alternatif sehingga apabila dilihat dari perilaku pembeli pada produk Combro EMPIRE adalah sebagai berikut: konsumen membeli produk ini yang harganya sesuai kemampuan konsumen, karena rasanya yang renyah dan gurih dan tanpa bahan pengawet, tertarik membeli karena promosi di media sosial.

Pemilihan konsumen produk ini biasanya berdasarkan usia, penghasilan, gaya hidup, dan juga bagaimana cara mereka mengonsumsi produk.

2. *Targeting*

Dalam membidik usaha Combro EMPIRE ini, peserta utama dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk yang ingin dipasarkan adalah masyarakat (baik menengah kebawah maupun menengah ke atas). Keputusan konsumen untuk membeli produk ini kebanyakan dipengaruhi oleh banyak hal seperti harganya yang terjangkau, lebih higienis, bentuknya yang mini membuat rasanya lebih renyah dan gurih.

Saya sebagai penulis mencari tahu sejauh mana pengaruh konsumen dalam bisnis ini. Ternyata pengaruh konsumen sangatlah

membantu dalam proses *positioning* produk ini. Apalagi, combro yang sedang penulis kembangkan belum banyak dipasarkan sehingga penulis sebagai pengembang berusaha untuk mencitrakan Combro EMPIRE sebagai combro yang kedepannya bisa dinikmati semua kalangan karena dapat di beli dalam bentuk *frozen food*.

Demi mengecek sejauh mana konsumen menikmati produk ini, penulis sebagai pengembang berusaha memiliki kedekatan di antara konsumen dan produknya. Tidak memaksakan konsumen untuk memberi testimoni tetapi membebaskan mereka untuk memposting produk Combro EMPIRE di segala jenis media sosial yang mereka miliki dan sebisa mungkin menjalin keakraban agar pembeli tidak hilang.

Dengan menerapkan target pasar, produk dari Combro EMPIRE dapat mengembangkan posisi dan strategi *marketing mix* untuk setiap target pasar yang bersangkutan. Target pasar sangat berguna untuk penjualan produk dari Combro EMPIRE karena:

- a. Mengantisipasi adanya persaingan.
- b. Memudahkan dalam menyesuaikan produk dan strategi *marketing mix* “bauran pemasaran” yang di jalankan.
- c. Memanfaatkan sumber daya secara efisien dan efektif.
- d. Membidik peluang pasar yang lebih luas.

3. *Positioning*

Marketing positioning adalah cara pandang konsumen terhadap produk tersebut pada atribut yang paling penting. Yang pada akhirnya akan menghasilkan citra positif atau citra negatif dan konsumen terhadap suatu produk. Penetapan posisi produk dipandang sebagai salah satu elemen yang sangat penting dalam strategi pemasaran dalam perusahaan. Dalam melaksanakan *positioning* produk, bisa ditetapkan melalui salah satu dari empat pendekatan, sebagai berikut :

- Ciri produk

Ciri dari produk Combro EMPIRE bisa dilihat dari logonya yang menggambarkan sebuah mahkota raja yang artinya bahwa combro ini akan merajai dari combro-combro lainnya.

- Harga dan kualitas

Sebagaimana yang telah dijelaskan di awal bahwa produk ini di patok dengan harga Rp 20.000,00 per paxnya dengan isi 25 buah combro mini sudah dengan pertimbangan dan perhitungan harga beli bahan-bahan baku yang digunakan serta biaya operasinal sehingga telah diperhitungkan besarnya nilai keuntungan yang akan diperoleh.

- Penggunaan

Maksud penggunaan disini adalah manfaat apa yang didapat dari produk yang ditawarkan. Kalau dari produk Combro EMPIRE adalah untuk makanan alternatif ketika sedang kumpul-kumpul bersama temen atau bahkan camilan ketika sedang rapat.

- Penggunaan produk

Penggunaan produk adalah orang yang menggunakan, memakai, memanfaatkan produk yang dibuat. Secara umum, Combro EMPIRE bisa dikonsumsi oleh semua orang kecuali balita karena rasanya yang pedas.

B. Konsep Pemasaran Berdasarkan 4P

1. *Product*

Product Combro EMPIRE ini merupakan pengembangan dari makanan combro mini yang dibentuk dalam bentuk *frozen food*. Dengan komposisi- komposisi bahan yang pas dan berkualitas membuat produk ini tepat renyah, gurih dan juga enak walaupun sudah dalam bentuk *frozen food*.

2. *Price*

Harga suatu produk merupakan faktor penentu permintaan pasar pada suatu barang atau produk. Harga berpengaruh terhadap posisi kompetitif perusahaan dan pasarnya. Karena itu harga menentukan pendapatan perusahaan dan laba bersih. Penetapan harga dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal.

Sebagaimana yang telah dijelaskan di awal bahwa produk ini dipatok dengan harga Rp 20.000,00 per paxnya dengan isi 25 buah combro mini sudah dengan pertimbangan dan perhitungan harga beli bahan-bahan baku yang digunakan serta biaya operasional sehingga telah diperhitungkan besarnya nilai keuntungan yang akan diperoleh.

Selain berdasarkan perhitungan harga, sasaran produk ini adalah semua kalangan masyarakat (baik orang dewasa, anak-anak, remaja kekinian, mahasiswa, dan anak-anak) sehingga harga jualnya yang tidak terlalu tinggi atau mahal akan membantu memperlancar proses penjualan.

3. *Place*

Elemen lain dalam *marketing mix* adalah *place* atau disebut juga saluran distribusi. Sebagian besar produsen tidak langsung menjual produknya ke konsumen. Mereka menggunakan perantara.

Distribusi merupakan bagian dari proses pertukaran dalam pemasaran dan melibatkan perpindahan secara fisik atas barang dan jasa dari produsen ke konsumen serta melibatkan perantara yang memiliki peran penting dalam rantai saluran. Melalui kegiatan distribusi akan terjalin ikatan antara supplier, perantara, dan pelanggan.

Fungsi distribusi dalam bauran pasar adalah membawa produk ke pasar sasaran. Fungsi lainnya adalah mempromosikan produk, menyimpannya, dan menanggung resiko selama proses distribusi.

Tempat produksi Combrow EMPIRE berada di daerah Menteng dalam Jakarta Selatan, sehingga penjualan Combrow untuk saat ini hanya di daerah Jakarta Selatan. Apabila konsumen luar kota ingin membelinya mereka harus memesannya melalui *online* via akun instagram (@combrow empire) atau via whatsapp (0812-9422-5979).

4. *Promotion*

Di awal usaha Combro EMPIRE ini mempromosikannya hanya dengan caramembawa *sample* makannnya pada saat ada pertemuan saja, arisan, rapat, atau reuni-reuni sehingga konsumen akan lebih tertarik dan mencoba untuk mencicipi combro tersebut. Kemudian mulai menawarkan ke khalayak ramai melalui sosial media seperti *instagram* yang nantinya kemudian disambungkan ke *whatsapp* oleh admin atau biasanya akan di jawab melaluidirect *massege* (DM) di instagran langsung, dengan biaya ongkos kirim ditanggung oleh konsumen. Untuk daerah Jakarta bisa dengan menggunakan jasa kurir GO SEND atau GRAB SEND.

5. *People* (SDM)

Perusahaan membutuhkan SDM berkemampuan bagus dan memiliki tingkat kinerja yang tinggi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

6. *Process* (Aktivitas Bisnis atau Proses)

Bagaimana penilaian konsumen terhadap produk baik barang atau jasa ditentukan oleh bagaimana proses penyampaian kepada konsumen.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik Perusahaan)

Perusahaan harus ada wujudnya secara fisik agar kepercayaan konsumen bisa terbentuk. Bukan hanya itu saja, bukti fisik tersebut sebaiknya memiliki karakter tertentu yang sesuai dengan produk. Ini akan menambah penilaian baik dari konsumen.

4.2 Analisis Produksi

Tahapan produksi ada empat yaitu *planning* (perencanaan), *routing* (penentuan alur), *scheduling* (penjadwalan), dan *dispatching* (perintah memulai produksi).

Tahap *planning*, menentukan berapa jumlah bahan baku yang harus disiapkan dalam pembuatan produk, juga biaya yang harus dikeluarkan saat produksi, dan jumlah tenaga yang perlu disiapkan.

Tahap *routing*, menentukan alur produksi mulai dari pengolahan awal menyiapkan bahan baku, menakar kebutuhan bahan-bahan yang akan digunakan, mencampur adonan, proses pembentukan combro, proses penggorengan setengah matang, proses penyiapan *packaging* yang digunakan, mengemas makanan agar combro aman, proses penyimpanan di *freezer* dan terakhir proses pengiriman.

Tahap *scheduling*, menjadwalkan kapan produksi dilakukan setelah alurnya dibuat. Penjadwalan dilakukan dengan mempertimbangkan jam kerja dan lama dari alur produksi. Combro EMPIRE biasanya di produksi dari senin sampai sabtu karena ada juga yang dijual secara langsung.

Tahap terakhir adalah *dispatching*, di mana setelah dijadwalkan untuk produksi dijalankan dengan perintah mulai produksi. Kapasitas untuk atau jumlah produk yang dihasilkan dalam satu harinya minimal 8 kg dan maksimal masih sampai 12 kg dalam sekali produksi.

4.3 Analisis Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dalam sebuah organisasi, baik institusi ataupun perusahaan, SDM juga merupakan sebuah kunci yang menentukan perkembangan perusahaan. Pada hakikatnya, SDM berupa manusia yang dipekerjakan di sebuah organisasi sebagai penggerak, pemikir, dan perencana untuk mencapai tujuan organisasi tersebut.

Pada usaha Combro EMPIRE ada dua sumber daya yang digunakan pada bisnis ini selain bahan bakunya, yaitu: sumber daya manusia dan sumber daya mesin. Sumber daya manusia di usaha Combro EMPIRE ini sebanyak 2 orang saja karena usaha ini baru mulai merintis dalam bentuk *frozen food*-nya, dimana pembagiannya adalah 1 orang pemilik mencakup sebagai bagian pemasaran dan keuangan serta bagian pengembangan, dan 1 orang lagi dibagian produksi.

Tugas dan tanggung jawab sumber daya manusia pada usaha Combro EMPIRE adalah sebagai berikut :

- Pemilik (*owner*) mencakup pemegang ekuitas dalam entitas yang dimiliki investor (*investor-owned entity*) serta pemilik atau anggota atau partisipan dalam entitas bersama (*mutual entity*). Kepentingan ekuitas (*equity interest*) diartikan secara luas, mencakup kepentingan kepemilikan dalam entitas yang dimiliki investor (*investor-owned entity*) serta kepentingan pemilik, anggota atau partisipan dalam entitas bersama (*mutual entity*). Definisi di atas

dikutip dari International Financial Reporting Standard No. 3 (2008) *Business Combination*.

- Pengembang usaha adalah orang yang bertugas dalam persiapan analisis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha.
- Divisi keuangan adalah organ yang menentukan tentang kemungkinan pembiayaan dari semua perencanaan, menentukan bagaimana perencanaan keuangan yang baik sehingga dapat digunakan sebagai proposal untuk mengajukan tambahan dana kepada bank maupun investor lainnya.
- Divisi Pemasaran bertugas untuk menawarkan produk kepada para pelanggan serta menjelaskan hal-hal yang terkait dengan produk kepada pelanggan. Kemudian menerima orderan dari pelanggan, dan memproses orderan dari pelanggan.
- Divisi Produksi mempunyai tugas yang sangat berat untuk memeriksa semua produk yang dihasilkan. Tugasnya adalah mengatur waktu pekerjaan agar sesuai dengan waktu, memberikan harga produksi untuk kepentingan *marketing* dalam membuat harga jual.

4.4 Analisis Keuangan

- **ANGGARAN BIAYA**

1. Biaya Promosi

Tabel 4.1
(Biaya Promosi)

NO	NAMA BIAYA	BIAYA (SATUAN RUPIAH)	TOTAL
1	Networking (Social Media)	Rp 37,000.00	Rp 37,000.00

Sumber : Dokumen Combro Empire 2019

2. Modal Kerja untuk Stock (Perlengkapan)

Dalam satu hari kurang lebih memproduksi 8 kg singkong parut ditambah 3 butir klapa parut = 30 pack Combro EMPIRE. Dalam minggu Combro diproduksi dalam 6 hari kerja berarti 8kg singkong x 6 hari = 48 kg/minggu. Dan dalam satu bulan berarti 6 hari x 4(minggu) = 24 hari kerja. Jadi produksi combro dalam satu bulannya kurang lebih sebanyak, 24 hari x 8 kg = 192 kg per bulannya. Dengan rincian perlengkapan seperti dibawah ini:

Combro Empire

8 KG singkong membutuhkan oncom seharga Rp.10.000,- (bahan utama). Maka untuk 192 kg membutuhkan Rp.260.000,- (oncom). Catatan : dalam proses penggorengan, 3 liter minyak digunakan untuk 8 kg singkong parut maka untuk penggorengan 192 kg membutuhkan 78 liter minyak goreng.

MODAL KERJA COMBRO EMPIRE

(Tiap Bulannya Minimal Membuat 192 Kg Combro (Singkong Parut))

Tabel 4.2
(Biaya Variabel Combro Empire)

NO	PERLENGKAPAN	HARGA	JUMLAH	TOTAL
1	Singkong	Rp. 4.500	192	Rp 864,000.00
2	Kelapa	Rp.10.000	78	Rp 780,000.00
3	Oncom	Rp.10.000	26	Rp 260,000.00
4	Cabe Rawit	Rp. 15.000	26	Rp 390,000.00
5	Bawang Putih	Rp. 20.000	3	Rp 60,000.00
6	Bawang Bombay	Rp. 20.000	2	Rp 40,000.00
7	Kaldu ayam	Rp 500	208	Rp 104,000.00
8	Gula Pasir	Rp 15.000	7	Rp 105,000.00
9	Mecin	Rp. 10.000	4	Rp 40,000.00
10	Garam	Rp. 2.000	4	Rp 8,000.00
				Rp 2,651,000.00

Sumber : Dokumen Combro Empire 2019

3. Peralatan

Peralatan yang digunakan untuk proses pembuatan Combro Empire ini merupakan bagian dari *fix cost*.

PERALATAN COMBRO EMPIRE

Tabel 4.3
(Biaya Peralatan)

NO	PERALATAN	HARGA	JUMLAH	TOTAL
1	TABUNG	23,000	13	Rp 299,000.00

Sumber : Dokumen Combro Empire 2019

4. Packaging

PACKAGING

Tabel 4.4
(Biaya Packaging)

NO	NAMA BARANG	HARGA	JUMLAH	TOTAL
1	Kotak Mika	Rp 100,000	730	Rp 730,000.00
2	Sticker Logo	Rp 10,000	37	Rp 370,000.00
				Rp 1,100,000.00

Sumber : Dokumen Combro Empire 2019

5. Biaya Tetap

Tabel 4.5
(Biaya Tetap)

NO	NAMA BARANG	HARGA	JUMLAH	TOTAL
1	Bensin	Rp 25,000.00	4	Rp 100,000.00
2	Upah Karyawan			Rp 1,500,000.00
3	Makan Karyawan	Rp 250,000.00	26	Rp 650,000.00
				Rp 2,250,000.00

Sumber : Dokumen Combro Empire 2019

6. Biaya Total

Tabel 4.6
(Biaya Total)

NO	NAMA BARANG	TOTAL
1	Biaya Oprasional	Rp 100,000.00
2	Biaya Perlengkapan	Rp 2,651,000.00
3	Biaya peralatan	Rp 299,000.00
4	Biaya Packaging	Rp 1,100,000.00
5	Biaya Lain Lain	Rp 2,250,000.00
		Rp 6,400,000.00

Sumber : Dokumen Combro Empire 2019

7. Analisis Break Event Point

Analisis *break event point* dilakukan apabila Total Revenue = Total Cost. Total cost didalam proposal ini berupa jumlah total

biaya yang dipakai dalam kegiatan usaha ini. Berikut estimasi biayanya :

a. Variable Cost

$$\begin{aligned}\text{Variable cost} &= \text{perlengkapan} + \text{packaging} \\ &= \text{Rp. 2.651.000} + \text{Rp. 1.100.000} \\ &= \text{Rp. 3.751.000}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Variable cost per unit} &= \text{Rp.3.751.000} : 767 \text{ packs} \\ &= \text{Rp. 4.890,5 (dibulatkan keatas)} \\ &= \mathbf{\text{Rp. 4.900}}\end{aligned}$$

b. Fixed Cost

$$\begin{aligned}\text{Fixed cost} &= \text{peralatan} + \text{biaya lain-lain} + \text{biaya promosi} \\ &= \text{Rp.299.000} + \text{Rp.2.250.000} + \text{Rp.37.000} \\ &= \mathbf{\text{Rp. 2.586.000}}\end{aligned}$$

c. Total Cost

$$\begin{aligned}\text{Total cost} &= \text{Biaya variabel} + \text{biaya tetap} \\ &= \text{Rp. 3.751.000} + \text{Rp. 2.586.000}\end{aligned}$$

$$\text{Harga per pcs} = \mathbf{\text{Rp. 20.000}}$$

$$\blacktriangleright \text{ Combro EMPIRE} = 767 @ \text{ Rp. 20.000} = \mathbf{\text{Rp 15.340.000}}$$

d. Break Event Point (BEP)

$$\begin{aligned}\text{BEP (Rp)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - (\text{Total Biaya Variabel Per Unit} : \text{Harga Per Unit})} \\ &= \frac{2.586.000}{1 - (4.900 : 20.000)} \\ &= \frac{2.586.000}{0,75}\end{aligned}$$

=Rp. 3.425.165,56

$$\begin{aligned} \text{BEP (Unit)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Biaya Harga Jual Satuan} - \text{Biaya Variabel Satuan}} \\ &= \frac{2.586.000}{20.000 - 4.900} \\ &= 171,25 = \mathbf{171 \text{ Unit}} \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Kuantitas untuk mencapai break event point

➤ **Combros Empire**

Diketahui :

$$P \text{ (harga per unit)} = \text{Rp. } 20.000$$

$$V \text{ (variable per unit)} = \text{Rp. } 3.751.000 : 767 \text{ packs}$$

$$= \text{Rp. } 4.890,5 \text{ (dibulatkan keatas)}$$

$$= \text{Rp. } 4.900$$

$$FC \text{ (fix cost)} = \text{Rp. } 2.586.000$$

$$TR \text{ (total pendapatan)} = P \times Q$$

$$= \text{Rp. } 20.000 \times Q$$

$$TC \text{ (total biaya)} = V + FC$$

$$= \text{Rp. } 4.900 Q + \text{Rp. } 2.586.000$$

Ditanya :

Kuantitas untuk mencapai *Break Event Point* (BEP)?

Jawab :

$$TR = TC$$

$$P \cdot Q = V + FC$$

$$20.000 \times Q = 4.900 Q + 2.586.000$$

$$20.000 = 4.900 Q + 2.586.000$$

$$20.000 Q - 4.900Q = 2.586.000$$

$$15.100Q = 2.586.000$$

$$Q = \frac{2.586.000}{15.100}$$

$$Q = 171,258 \text{ (dibulatkan keatas)}$$

$$= 172$$

8. Menghitung Biaya Investasi Bisnis

a. Bahan-bahan yang digunakan

Tabel 4.7

(Daftar Peralatan yang Digunakan)

NO	NAMA BARANG	UNTI YANG DI BUTUHKAN	HARGA/UNIT	TOTAL BIAAYA
1	Kompor biasa	1	Rp 500,000.00	Rp 500,000.00
2	Kompor dagang	1	Rp 200,000.00	Rp 200,000.00
3	Tabung gas 3 kg	2	Rp 100,000.00	Rp 300,000.00
4	Baskom besar	1	Rp 50,000.00	Rp 50,000.00
5	Wajan	2	Rp 50,000.00	Rp 100,000.00
6	Spatula	2	Rp 20,000.00	Rp 40,000.00
7	Nampan plastik	4	Rp 10,000.00	Rp 40,000.00
8	Saringan Minyak	1	Rp 10,000.00	Rp 10,000.00
9	Sendok kecil	1	Rp 2,000.00	Rp 2,000.00
10	Pisau	1	Rp 8,000.00	Rp 8,000.00
11	Grobak	1	Rp 2,500,000.00	Rp 2,500,000.00
				Rp 3,750,000.00

Sumber : Dokumen Combro Empire 2019

b. Biaya Investasi Bisnis

Modal Usaha

Tabel 4.8

(Biaya Investasi Bisnis (Modal Usaha))

NO	INVESTASI	HARGA
1	Grobak	Rp 2,000,000.00
2	Peralatan Combro	Rp 1,200,000.00
3	Biaya Pra Oprasional	

Sumber : Dokumen Combro Empire 2019

Laba = Pemasukan – Pengeluaran

Pemasukan → Sales

Tabel 4.9

(Gambaran Target Penjualan)

NO	Product	Target	Harga Jual	Omset Per Bulan	Omset Per Tahun
1	Combro Empire	700 Unit	Rp 20,000.00	Rp 14,000,000.00	Rp 154.000,000.00 (11 bulan)

Sumber : Dokumen Combro Empire 2019

Pengeluaran → Bahan baku (Material), Tenaga kerja (labour), dan Biaya operasional (operasional cost).

1. Biaya Produksi

Tabel 4.10

(Biaya Produksi)

NO	KETERANGAN	BIAYA PERBULAN	BIAYA PERTAHUN
1	Tenaga Kerja	1500000	16800000
2	Listrik	100000	1200000

Sumber : Dokumen Combro Empire 2019

2. Biaya Operasional

Tabel 4.11

(Biaya Operasional)

NO	KETERANGAN	BIAYA PERBULAN	BIAYA PERTAHUN
1	INTERNET (BIAYA KOMUNIKASI)	Rp 100,000.00	Rp 1,200,000.00
2	TRANSPORTASI (BENSIN)	Rp 100,000.00	Rp 1,200,000.00
3	TOTAL BIAYA PRODUKSI & BIAYA OPRASIONAL	Rp 1,800,000.00	Rp 20,400,000.00

Sumber : Dokumen Combro Empire 2019

3. Pengeluaran Material

Tabel 4.12

(Biaya Pengeluaran Material)

NO	KETERANGAN	BIAYA PERBULAN	BIAYA PERTAHUN
1	Perlengkapan	2651000	31812000
2	Gas	2990000	3588000
	Total		35400000

Sumber : Dokumen Combro Empire 2019

4. Depresiasi

Depresiasi = $\frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Umur Peralatan Produksi yang mengalami penyusutan}}$

Tabel 4. 13

(Depresiasi)

NO	KETERANGAN	HARGA AWAL	UMUR	NILAI SISA	DEPRESIASI
1	Grobak	Rp 2,500,000	4	Rp 1,000,000	Rp 375,000
2	Kompore Dagang	Rp 200,000	3	Rp 50,000	Rp 50,000
3	Tabung Gas 3 kg	Rp 300,000	5	Rp 200,000	Rp 25,000
4	Baskom Besar	Rp 50,000	1		
5	Wajan	Rp 100,000	2	Rp 50,000	Rp 20,000
6	Spatula	Rp 40,000	1		
7	Nampan Plastik	Rp 40,000	1		
8	Saringan Minyak	Rp 10,000	1		
9	Sendok Kecil	Rp 2,000	1		
10	Pisau	Rp 8,000	1		
11	Kompore Biasa	Rp 500,000	4	Rp 100,000	Rp 100,000
	TOTAL				Rp 575,000

Sumber : Dokumen Combore Empire 2019

Dengan demikian, depresiasi peralatan selama satu tahun adalah Rp. 3.358.333 sehingga perbulannya memiliki depresiasi sebesar $Rp .3.358.333 : 12 \text{ (bulan)} = Rp. 279.861,08$ Dibulatkan ketas menjadi Rp. 280.000

5. Biaya Pra Operasional

Tabel 4.14

Biaya Pra Operasional

NO	KETERANGAN	BULAN I	BULAN II	BULAN III	BULAN IV	BULAN V
1	Pemasukan		Rp 14,000,000	Rp 14,000,000	Rp 14,000,000	Rp 14,000,000
2	Pengeluaran	Rp 8,000,000	Rp 8,000,000	Rp 8,000,000	Rp 8,000,000	Rp 8,000,000
3	Pemasukan - Pengeluaran	Rp 8,000,000	Rp 6,000,000	Rp 6,000,000	Rp 6,000,000	Rp 6,000,000
4	Saldo Kumulatif	Rp 8,000,000	Rp 2,000,000	Rp 2,000,000	Rp 2,000,000	Rp 2,000,000

Sumber : Dokumen Combore Empire 2019

c. Payback Period

Tabel 4.15

	Rp 3,358,333	Rp 12	Rp 279,961						
Penerimaan penjualan	Rp 1,875,000	Rp 2,625,000	Rp 4,375,000	Rp 4,625,000	Rp 5,125,000	Rp 5,625,000	Rp 6,125,000	Rp 6,500,000	Rp 7,375,000
Kenaikan Biaya Umum	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Biaya Oprasional	Rp 787,000	Rp 826,350	Rp 867,668	Rp 911,051	Rp 956,603	Rp 1,004,434	Rp 1,054,655	Rp 1,107,388	Rp 1,162,757
	Rp 93,750	Rp 98,438	Rp 103,359	Rp 108,527	Rp 113,954	Rp 119,651	Rp 125,634	Rp 131,916	Rp 138,511
Laba Kotor	Rp 994,250	Rp 1,700,213	Rp 3,403,973	Rp 3,605,422	Rp 4,054,443	Rp 4,500,915	Rp 4,944,711	Rp 5,260,696	Rp 6,073,731
Penyusutan	Rp 279,861	Rp 279,861	Rp 279,861	Rp 279,861	Rp 279,861	Rp 279,861	Rp 279,861	Rp 279,861	Rp 279,861
EBIT	Rp 714,389	Rp 1,420,351	Rp 3,124,112	Rp 3,325,561	Rp 3,774,582	Rp 4,221,054	Rp 4,664,850	Rp 4,980,835	Rp 5,793,870
Bunga									
	Rp 714,389	Rp 1,420,351	Rp 3,124,112	Rp 3,325,561	Rp 3,774,582	Rp 4,221,054	Rp 4,664,850	Rp 4,980,835	Rp 5,793,870
Pajak	71439	142035	312411	332556	377458	422105	466485	498084	579387
EAT	Rp 642,950	Rp 1,278,316	Rp 2,811,701	Rp 2,993,005	Rp 3,397,124	Rp 3,798,949	Rp 4,198,365	Rp 4,482,752	Rp 5,214,483
Arus Kas	Rp 922,811	Rp 922,811	Rp 3,091,562	Rp 3,272,866	Rp 3,676,985	Rp 4,078,810	Rp 4,478,226	Rp 4,762,613	Rp 5,494,344
Rp	12,000,000	Rp 11,077,189	Rp 11,077,189	Rp 6,427,450	Rp 3,154,584	Rp 522,401	Rp 4,601,210	Rp 9,079,436	Rp 13,842,049

(Payback Period)

Sumber : Dokumen Combro Empire 2019

Tabel 4.16

PAYBACK	
INVESTASI	12000000
ARUS KAS BL I	922811
	11077189
ARUS KAS BL II	1558177
	9519012
ARUS KAS BL III	3091562
	6427450
ARUS KAS BL IV	3272866
	3154584
ARUS KAS BL V	3676985
	522401

(Arus Kas)

Sumber : Dokumen Combro Empire 2019

Payback period yang didapat dari usaha ini adalah 4 bulan 26 hari. Dimana untuk menentukan bulannya adalah dengan melihat bulan terakhir yang harus menanggung beban modal saat berinvestasi berada di bulan keberapa dan pada tabel di atas ditunjukkan pada bulan keempat.

Sedangkan untuk menentukan harinya dicari dengan cara pembagian antara beban modal terakhir dibagi arus kas yang tidak tertanggung dikali 30 (karena dalam 1 bulan terdapat 30 hari) sebagai penentu harinya. Berikut cara pengerjaannya :

$$\frac{\text{Rp. } 3.154.584}{\text{Rp. } 3.676.985} \times 30 = 25,73 + 26$$

d. *Present Value*

Perhitungan *Present Value* digunakan untuk menghitung nilai saat ini.

Tabel 4.17
(Present Value)

	Arus Kas	Biaya Modal 1 % Present Value	
1	922811	0.99	91367426
2	1558177	0.98	152747476
3	3091562	0.971	300063962
4	3272866	0.961	314515990
5	3676985	0.951	349852506
6	4078810	0.942	384242353
7	4478226	0.933	417692224
8	4762613	0.923	439819320
9	5494344	0.914	502369753

Sumber : Dokumen Combro Empire 2019

e. Sumber Dana

Pada usaha Combro EMPIRE, sumberdana yang digunakan menggunakan uang sendiri tanpa meminjam kepada pihak manapun atau hutang ke bank atau pihak lain.

6. Analisis Dampak Lingkungan

Pada konsep usaha Combro EMPIRE ini termasuk bisnis ramah lingkungan karena tidak memakai bahan kimia apapun yang dapat mencemari lingkungan, nahan-nahan yang digunakan bersifat aman.

Situasi negatif eksternal belum terlihat sejak bisnis ini berdiri, tetapi dari sisi internal pastilah ada saja sisi negatifnya seperti dari kecocokan pegawai.

4.5 Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama ke dalam daftar yang terorganisir dan biasanya disajikan dalam bilah kisi-kisi yang sederhana.

1. *Strengths* (Kekuatan)

Strengths atau kekuatan dalam usaha Combro EMPIRE salah satunya adalah lokasi yang strategis karena terletak di tengah Ibu Kota Jakarta yakni tepatnya di bilangan Tebet, Jakarta Selatan. Dan salah lainnya adalah SDM yang sangat berkompeten di bidangnya sehingga dapat menghasilkan produk yang sangat baik.

2. *Weaknesses* (Kelemahan)

Weaknesses atau kelemahan dalam usaha Combro EMPIRE ini adalah bahan bakunya yang terkadang sulit didapat karena kebanyakan kualitas bahan baku yang tidak sesuai.

3. *Opportunities* (Peluang)

Opportunities atau peluang dari usaha Combro EMPIRE ini adalah masih sedikitnya pesaing atau kompetitor di sekitaran Jakarta Selatan, apalagi untuk yang disajikan dalam bentuk *frozen food* seperti halnya produk dari Combro EMPIRE ini.

4. *Threats* (Ancaman)

Threats atau ancaman yang dihadapi untuk usaha Combro EMPIRE ini adalah pemasok bahan baku sering kali kekurangan bahan baku yang berkualitas sehingga membuat kendala dalam hal produksi.

4.6 Bisnis Model Canvas (BMC)

Bisnis Model Canvas atau disingkat BMC adalah suatu kerangka kerja yang membahas model bisnis dengan disajikan dalam bentuk visual berupa kanvas lukisan, agar dapat mudah dimengerti dan dipahami dengan mudah. Berikut ini adalah tabel dari BMC yang dibuat untuk usaha Combro EMPIRE.

Key Partner - Toko Singkong - Toko Parut Kelapa - Toko Sayuran - Toko Plastik	Key Activities Marketing : - Cari pelanggan Produksi - Beli bahan baku - Beli kemasan - Membuat adonan - Membuat isian - Penggorengan - Packing	Value propositions Combro Mini Keunggulan : - Kualitas baik - Bahan baku terbaik - Rasa yang gurih - Matang meyuluruh - Pedas yang pas - Service yang memuaskan customer	Customer Relationship - Catering rapat kantor - WhatsApp - Instagram	Customer Segments - Karyawan kantor - Mahasiswa /Mahasiswi - Masyarakat sekitar - Katering camilan rapat
	Key Resources Tenaga : - Marketing - Karyawan - Partner relation Alat : - Gerobak		Channels - Direct marketing - Social media marketing Pemesanan	

Tabel 4.18

	<ul style="list-style-type: none"> - Kompor - Gas - Penggorengan - Alat potong - Alat masak 		<ul style="list-style-type: none"> Online - Instagram - WhatsApp 	
Cost Structure Biaya : Produksi, Transportasi			Revenue Streams Profit	

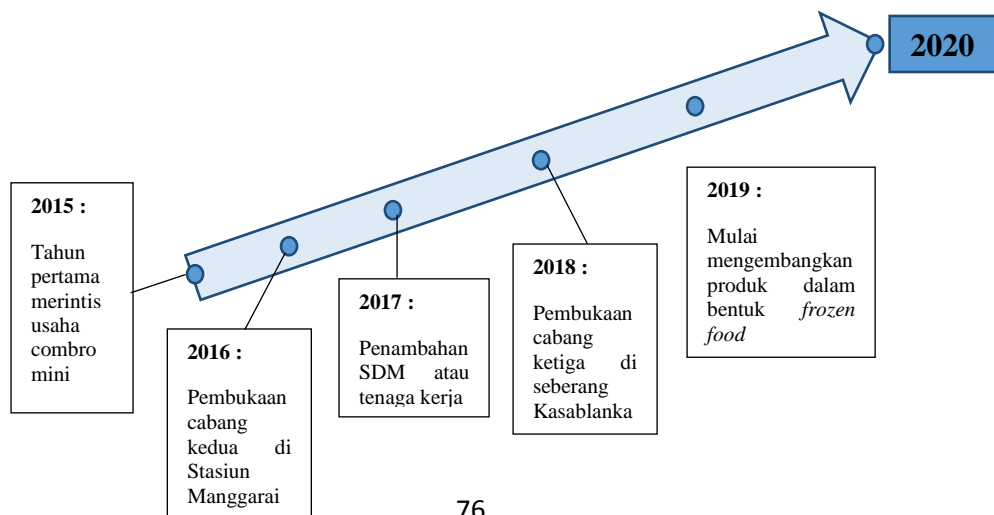
Bisnis Model Canvas Usaha Combro EMPIRE

4.7 Milestone

Milestone adalah suatu bagian item pekerjaan yang dibuat untuk menggambarkan suatu poin tertentu dalam jadwal proyek bisnis. Poin-poin pada item pekerjaan ini haruslah yang dianggap menjadi bagian penting pada tiap fase pekerjaan sebelum melanjutkan pekerjaan berikutnya atau berpengaruh atas kelangsungan pekerjaan berikutnya.

Berikut ini adalah gambar milestone dari usaha Combro EMPIRE yang disajikan pada gambar 4.1 di bawah ini:

**Gambar 4.1
Milestone Usaha Combro EMPIRE**



BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Usaha Pengembangan Combro EMPIRE Layak Dilakukan

Penulis dapat menyimpulkan bahwa usaha Combro EMPIRE layak untuk dilakukan. Dapat dilihat dari hasil analisis yang sudah dilakukan oleh penulis baik dari sumber daya manusia, produk, pemasaran, keuangan dan juga dampak dan resikonya, pengembangannya berdampak positif.

Usaha Combro EMPIRE dalam bentuk *frozen food* layak dilakukan karena pada dewasa ini makanan dalam bentuk *frozen* sudah menjadi trend pasar, selain itu makanan yang dijual dalam bentuk *frozen* dapat memperluas pasar karena lebih awet untuk dikonsumsi sehingga penjualannya tidak harus dalam ranah lingkungan sekitar Jakarta Selatan saja.

Sumber daya manusia yang tepat sesuai dengan tugasnya, produksi yang sesuai tahapannya, pemasaran yang tepat yang sesuai segmentasi pasarnya, keuangan *payback period*-nya tidak terlalu lama dan keuntungan selanjutnya dapat digunakan untuk pengembangan usaha itu sendiri, dan dampak dari usaha ini terhadap lingkungan juga positif karena tidak mencemarkan lingkungan.

Pemasaran yang digunakan adalah pemasaran yang sesuai segmentasi pasarnya yaitu dengan menggunakan konsep pemasaran STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) dan juga konsep pemasaran 7P (*Product, Price, Place,*

Promotion, People, Process, and Physical Evidence) usaha Combro EMPIRE ini dapat diterima oleh masyarakat.

Sumber daya yang digunakan adalah sumber daya manusia dan juga mesin, akan tetapi mesin hanya di pakai ketika membeli singkong dan kelapa paut yang langsung dipaut di tempat pembelian barang tersebut. Selain itu Combro EMPIRE juga bekerja sama dengan beberapa jasa pengiriman barang seperti GO SEND atau GRAB DELIVERY.

Dalam produksi Combro EMPIRE juga harus sesuai dengan tahapan karena dalam produksi saling berkesinambungan baik dari proses *planning, routing, scheduling*, sampai *dispatching*. Supaya produk yang dihasilkan maksimal.

Dilihat dari hasil analisis keuangan usaha Combro EMPIRE ini sangatlah menguntungkan. Dari gambaran biaya investasi bisnis dan hasilnya tidak minus maka disimpulkan usaha ini dikemudian hari akan menghasilkan laba / untung. Pemilik juga mencoba memperkirakan BEP dimana dengan harga Rp. 20.000 per packnya , kuantitas untuk mencapai BEP nya adalah 172 unit.

Dari gambaran tersebut pemilik memberanikan diri untuk memulai usahanya. Dengan modal yang ada yang bersumber pada diri sendiri. Pemilik mendapatkan balik modal di bulan kelima lebih tepatnya 4 bulan 26 hari.

Maka kesimpulannya produk Combro EMPIRE ini layak untuk dilakukan. Dilihat dari segala aspeknya usaha ini masih belum banyak pesaingnya.

5.2 Saran

Pemilik menyadari bahwa dalam menjalankan usaha ini masih banyak kurangnya karena disetiap usaha pasti ada jatuh (rugi) banggunya. Jatuh (rugi) itu wajar karena tidak ada usaha yang gampang untuk dijalankan apalagi di awal-awal memulai usahanya apalagi dengan modal usaha sendiri tidak meminjam atau hutang ke bank.

Sumber daya manusia yang masih kurang efektif karena pekerja sering sekali tidak tepat waktu dan bahkan sering sekali izin untuk libur, sebaiknya ada tambahan pekerja. Tidak kurang tenaga kerja sebenarnya hanya saja karyawan kurang tepat waktu dan kurang rajin dalam bekerja.

Disisi kemasan, pemilik masih merasa kurang dalam pengembangan dikemasannya. Kemasannya masih bersifat biasa walaupun kemasannya sudah menggunakan *microwave reheatable* karena penulis masih ingin menunjukkan kepada masyarakat bahwa combro yang penulis tawarkan berbeda dengan combro-combro biasa pada pedagang gorengan biasanya.

Penulis juga menyadari akan hal itu, sehingga berharap suatu hari nanti kemasan dari produk Combro EMPIRE ini bisa lebih menarik lagi.

Dari sisi pemasaran, penulis merasa masih banyak ide untuk mengiklankan dan mempromosikan produk ini dengan memanfaatkan

link atau jaringan yang penulis miliki agar dapat lebih memperluas jaringan seperti menaruh produk di *e-commerce* seperti *shopee*, *tokopedia*, atau *buka lapak*.

Dari sisi keuangan, diharapkan penjualan terus meningkat tiap bulanya walau hanya beberapa *pack* saja. Kendalanya adalah dari sebesar apa iklan atau promosi dimunculkan (balik lagi ke peran pemasaran).

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri , sofian. 2011. *Manajemen Pemasaran : Dasar , Konsep dan Strategi* . PT Raja Grafino Persada.
- Astuti, Mentar. 2014 “*Strategi Pengembangan Usaha Kecil*”. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sumatera Utara. Medan : Skripsi.
- Bella, Annisa. 2017. *Produsen Kenali Kebiasaan Konsumsi Camilan Konsumen Indonesia*, Marketness.
- Budiarta, Kustoro. 2009. *Pengantar Bisnis*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Dernawan, Sjahrial. 2009. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Edisi 3. Mitra Wacan Media.
- Keown Arthur J, Jhon D. Martin J. William Petty, David F. Scoot, Jr. 2008. *Manajemen Keuangan, prinsip dan pererapan*, Edisi 10 jilid 1, Jakarta : PT Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip. Keller, Kevin Lane. 2009. *Marketing Management*, thirteenth Edition. Jakarta : Erlangga.
- Mathis, Robert L dan Jackson, Jhon H. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi 10
Terjemahan. Jakarta : Salemba Empat.
- Purwanto, Djoko. 2006. *Komunikasi Bisni*, Edisi Tiga. Jakarta : Erlangga.
- Pratiwi, Neneng. 2016 *Modal dibawah 100 ribu, Omzetnya Lumayan. 5 Ide Bisnis Cemilan Pedas Nge-Hits yang Harus Kamu Coba*. Hipwee.
- Reksohadiprojo, Sukanto dan Handoko, T. Hani. 2000. *Organisasi Perusahaan: Teori, Struktur dan Perilaku*, Edisi 2. Yogyakarta : BPF.
- Rue, Leslie W.,dkk., *Management*, McGraw Hill Companies, 2000
- Sartono, Agus. 1998. *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi*, Edisi Ketiga, Yogyakarta : BPF.

Siagian, Sondang P. 2007. *Teori Pengembangan Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Siagian, Soerjono. 2012. *Administrasi Pengembangan Konsep, Dimensidan Strategi*. Jakarta : Bumi Aksara.

Sitanggang, J. P. 2012. *Manajemen Keuangan Perusahaan*, Edisi Asli. Jakarta : Mitra Wacana Media.

Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kelima Belas, Bandung: Alfabeta.

Sutrisono, Manajemen Keuangan Teori Konsep dan Aplikasi, Edisi Pertama Cetakan Kesembilan, Ekonisia, Yogyakarta, 2013.

LAMPIRAN





