

PENGEMBANGAN BAWANG GORENG DALAM KEMASAN By DAPOER SAHNAYA (STUDI DENGAN PENDEKATAN RENCANA BISNIS)

Yudha Aditya Ramadhana, Idris ¹

yudhaadit1999@gmail.com

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

The Business Plan for the Bawang Goreng By Dapoer Sahnaya business was created to analyze the Bawang Goreng By Dapoer Sahnaya business, so that the owner of the Bawang Goreng By Dapoer Sahnaya can find out whether the business is feasible or not feasible to run. Some of the analyzes used include financial aspects, market and marketing aspects, management aspects, HR aspects, operational aspects, environmental, social and cultural aspects and legal aspects. Financial aspect focuses on financial sensitivity analysis which includes Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Payback Period and B/C ratio.

In running a business Bawang Goreng By Dapoer Sahnaya, it requires funds of Rp 245,735,018 consisting of Rp 199,194,718 own funds and credit capital of Rp 46,450,300. The results of research conducted using normal sensitivity analysis with the results of the Net Present Value (NPV) of Rp 437.212.437, Internal Rate of Return (IRR) of 53%, Payback Period (PBP) for 2 years 7 months and benefit and cost ratio (B/C Ratio) of 1,88. With the calculation of sensitivity analysis, Bawang Goreng By Dapoer Sahnaya business can be said to be feasible to run and can survive the conditions that will exist in the future.

Keywords: Business Plan, Bawang Goreng By Dapoer Sahnaya, Sensitivity Analysis.

PENDAHULUAN

Bawang goreng merupakan salah satu bahan bumbu pelengkap dalam sebuah kuliner yang ada di Indonesia yang memiliki aroma yang harum, dengan rasa yang gurih dan tekstur yang *crispy*. Bawang goreng dapat nikmati sebagai bahan pelengkap untuk makanan yang berkuah maupun makanan yang digoreng seperti nasi goreng, mi goreng dan untuk makan berkuah seperti soto, bakso, dan mi ayam. Produk bawang goreng yang kita temui pada umumnya dapat digunakan sebagai bahan pelengkap pada makanan, ternyata dapat menghasilkan sebuah pendapatan yang cukup besar, di mana dari data kementerian perdagangan bahwa pada tahun 2020 Indonesia mengeksport sekitar 100 ton bawang goreng ke Malaysia (Kemendagri, 2020). Dari data tersebut menunjukkan bahwa ada-nya permintaan untuk sektor luar negeri. berikut pencarian atau pembelian bawang goreng yang lebih tinggi dari pada jumlah toko atau produsen yang dapat memenuhi kebutuhan pada penikmat bawang goreng yang di mana dapat dilihat dari pencarian di situs

¹ Corresponding author

Google tentang bawang goreng, hal ini didukung oleh data di *Google Trends* tentang pencarian bawang goreng seperti gambar di bawah ini:



Sumber: <https://trends.google.co.id/trends/explore?date=2017-08-01%202022-09-29&geo=ID&q=bawang%20goreng,rumah%20tangga>

Data di atas menunjukkan perbandingan antara jumlah produsen bawang goreng dengan grafik berwarna biru dan grafik berwarna merah untuk kebutuhan bawang goreng di kalangan rumah tangga untuk daerah DKI Jakarta, yang di mana terdapat persentase perbandingan untuk jumlah produsen yang ada sebesar 3% sementara persentase untuk kalangan rumah tangga sebesar 46%. Untuk memenuhi semua keinginan yang ada perlu penjual bawang goreng perlu memiliki strategi menarik minat konsumen. Alma (2016) menyatakan bahwa guna menarik minat konsumen membeli produk perlu ada *display* barang di toko. Setelah konsumen melihat dari kemasan produk, konsumen akan melihat harga dan kualitas dari produk itu sendiri untuk melakukan pembelian. Menurut Hossain et al. (2022) yang di mana harga serta kualitas yang diberikan kepada konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sebuah bisnis bawang goreng dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga di wilayah DKI Jakarta. Selain itu juga menganalisis berbagai aspek bisnis untuk menjalankan dan mengembangkan usaha bawang goreng.

TELAAH PUSTAKA

Business Plan

Bisnis merupakan Sebuah kegiatan atau usaha untuk mencari keuntungan, dalam prosesnya perusahaan menyediakan sebuah barang dan jasa yang di perlukan untuk mendapatkan keuntungan Kurtz et al. (2019). Dalam menjalankan sebuah bisnis perlu adanya pembuatan sebuah dokumen yang berisikan hal-hal yang terperinci, dokumen tersebut di buat oleh pengusaha untuk memulai usaha baru atau yang biasa disebut *Business plan* Daft (2010)

1. Aspek Pasar

Aspek pasar bertujuan untuk melihat seberapa besar wilayah pasar, permintaan pasar serta pangsa pasar produk yang diminati (Syarif, 2011)

2. Aspek Pemasaran

Pemasaran merupakan serangkaian aktivitas dalam proses menciptakan, membicarakan atau bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi konsumen (Kurtz et al., 2019).

3. Aspek Operasional

Aspek Operasional merupakan serangkaian kegiatan yang menghasilkan sebuah nilai yang berguna bagi perusahaan dalam bentuk barang atau jasa dengan mengubah input menjadi output (Heizer et al., 2016).

4. Aspek Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia merupakan proses pengembangan karyawan, memenuhi hak setiap karyawan serta membangun hubungan kerja setiap karyawan dengan baik (Dessler, 2020).

5. Aspek Keuangan

Aspek keuangan digunakan pada suatu bisnis dikatakan baik jika dapat memberikan sebuah keuntungan dan mampu memenuhi kewajiban keuangannya. Aktivitas pada keuangan ini meliputi penghitungan jumlah modal yang dibutuhkan untuk keperluan modal kerja awal pengadaan harta tetap (Purwanda & Permatasari, 2022).

6. Aspek Ekonomi, Sosial Dan Lingkungan

Aspek ekonomi dan sosial perlu memberikan sebuah dampak positif yang diberikan seperti berinvestasi atau suatu usaha yang diberikan kepada masyarakat maupun pemerintah. suatu usaha atau proyek dijalankan maka terlebih dahulu menganalisis atau melakukan studi tentang dampak lingkungan yang bakalan timbul, baik dampak dalam waktu dekat maupun di kemudian waktu. Studi ini dapat dikenal dengan analisis dampak lingkungan hidup (AMDAL) (Munir et al., 2019). Dalam melakukan analisis lingkungan perlu menyesuaikan dengan lingkungan sekitar, seperti lingkungan operasional, lingkungan dekat dan lingkungan jauh (Ratnasari et al. 2018).

7. Aspek Legalitas

Menurut aspek legalitas sangat penting bagi para pengusaha agar supaya dapat menghadapi berbagai isu legal penting jika ingin memulai suatu usaha baru dan para wirausaha harus menyiapkan berbagai legalitas yang nantinya dapat mempengaruhi produk atau layanan, saluran distribusi, harga, dan strategi promosi Hisrich et al. (2016).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Mengemukakan penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan sebuah data deskriptif (Bogdan & Biklen 2007). Penelitian ini bertujuan mendapatkan pemahaman yang bersifat umum terhadap kenyataan sosial dari sudut pandang partisipan. Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan terhadap bisnis yang penulis alami atau rasakan. Penerapan pendekatan kualitatif dengan pertimbangan yang akan terjadi ketika data yang diperoleh berupa fakta sehingga perlu adanya analisis secara mendalam.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Aspek Pasar

Aspek Pasar pada bisnis Bawang Goreng *By* Dapoer Sahnaya berfokus dalam memenuhi kebutuhan dari konsumen di wilayah DKI Jakarta. Bawang Goreng *By* Dapoer Sahnaya memberikan sebuah pelayanan yang maksimal. Layanan yang di berikan berupa potongan harga ketika sebuah konsumen membeli dengan jumlah yang cukup banyak, pengantaran langsung ke tempat konsumen baik menggunakan jasa antara barang maupun dari pihak Bawang Goreng *By* Dapoer Sahnaya langsung mengirim barang, pengemasan barang dengan aman dan benar.

2. Aspek Pemasaran

Kegiatan pemasaran serta promosi yang dilakukan Bawang Goreng *By* Dapoer Sahnaya menggunakan *social media Whatsapp* dan *marketplace Tokopedia*. Harga yang ditawarkan kepada konsumen sebesar Rp60.000/ Pack, untuk berat bersih sebesar 200 gram. Harga yang di tawarkan kepada konsumen sudah termasuk dalam pengemasan barang menggunakan kardus serta *bubble wrap*.

3. Aspek Operasional

Pada bisnis Bawang Goreng *By* Dapoer Sahnaya dalam menjalankan usahanya berlokasi di JL PEDURENAN MESJID RAYA NO. 52 C Desa/Kelurahan Karet Kuningan, Kec. Setiabudi, Kota Adm. Jakarta Selatan, Provinsi DKI Jakarta. Kegiatan operasional pada bisnis Bawang Goreng *By* Dapoer Sahnaya seperti produksi bawang merah menjadi bawang goreng, pemasaran dan penjualan. Pada proses produksi setiap bulannya, Bawang Goreng *By* Dapoer Sahnaya hanya membutuhkan 2 orang pekerja tetap yang datang setiap hari ke tempat produksi dan menggunakan beberapa teknologi mesin yang berfungsi untuk mempermudah kegiatan, mempercepat proses kegiatan produksi dan membantu dalam pengembangan kapasitas produksi, serta setiap tahunnya ada penambahan peralatan serta penambahan tenaga kerja 1 orang.

4. Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia turut membantu keberlangsungan sebuah produksi yang dilakukan oleh Bawang Goreng *By* Dapoer Sahnaya. berikut struktur yang ada dalam bisnis Bawang Goreng *By* Dapoer Sahnaya serta fungsinya seperti *Owner*, tugasnya memonitoring segala kegiatan produksi, melakukan penjualan, melakukan proses pemasaran, pembelian bahan baku dan juga membantu beberapa kegiatan yang dilakukan oleh karyawan. Kemudian Karyawan, adapun tugas karyawan seperti mengupas bawang, menggoreng bawang dan melakukan proses pengemasan produk.

5. Aspek Keuangan

Pada bisnis ini di asumsikan masa proyek selama 5 tahun, sehingga pada perhitungan pendapatan dan pengeluaran pada bisnis tersebut hanya dilakukan selama 5 tahun. Pada bisnis ini memiliki pembiayaan yang berasal dari 80% modal sendiri dan 20% dana kredit. Dalam menjalankan bisnis bawang goreng, semua peralatan yang digunakan pada awal pembuatan bisnis menggunakan barang baru, sehingga perusahaan harus mengeluarkan modal awal untuk menjalankan bisnis bawang goreng tersebut. Adapun perhitungan modal usaha, laporan posisi keuangan serta analisis sensitivitas pada tabel di bawah ini:

a. Laporan Modal usaha dan pendapatan

Keterangan	Nilai
Modal Usaha	Rp. 380,427,509
Investasi Usaha	Rp. 232,701,500
Biaya Operasioanl Per Tahun	Rp. 148,702,216
Pendapatan Pertahun	Rp. 230,400,000
Laba Bersih Per Tahun	Rp. 65,953,057

b. Laporan Posisi Keuangan

Aset Lancar			
Kas	247,017,443		
Persediaan	976,207		

Inventaris	7,621,500		
Penyusutan Inventaris	2,190,000		
Total Aset Lancar		257,805,149	
Aset Tetap			
Prasarana	219,795,333		
Penyusutan Prasarana	3,094,667		
Total Aset tetap		222,890,000	
Total Aset			480,695,149
Liabilitas			
Liabilitas jangka pendek			
Utang dagang	9,308,060		
Total Liabilitas		9,308,060	
Ekuitas			
Modal Pemilik	380,427,509		
Laba Berjalan	90,959,580		
Total Ekuitas		471,387,089	
Total Liabilitas dan Ekuitas			480,695,149

c. Analisis Sensitivitas Kelayakan Usaha

Kriteria	Normal	Pendapatan Menurun 7%	Peningkatan Biaya Operasional 8%	Penurunan Pendapatan 5% & Peningkatan Biaya Operasional 6%
NPV	Rp 437,212,437	Rp 296,689,620	Rp 324,125,776	Rp 252,024,000
IRR	53%	42%	44%	38%
PBP	2 Tahun 3 Bulan	2 Tahun 7 Bulan	2 Tahun 6 Bulan	2 Tahun 9 Bulan
BCR	1,88	1,27	1,39	1,08

6. Aspek Legalitas

Legalitas dalam bisnis UMKM dapat mendaftarkan bisnisnya melalui laman situs *Web Online Single Submission (OSS)* untuk pembuatan nomor izin berusaha (NIB). agar produk yang dipasarkan layak untuk diedarkan atau layak untuk di jual kepada konsumen, para pemilik usaha dapat mendaftarkan bisnis untuk mendapatkan sertifikat produksi pangan industri rumah tangga (SPP-IRT), dengan pendaftaran tersebut bisnis yang dijalankan juga sudah mendapatkan pengakuan seperti P-IRT, kemudian setiap usaha dibidang makan perlu mendaftarkan bisnisnya kepada MUI untuk mendapatkan sertifikasi halal.

7. Aspek Sosial Ekonomi Dan Dampak Sosial

Aspek ekonomi dari Bawang Goreng *By Dapoer Sahnaya* yaitu kemudian ada beberapa masyarakat yang dapat terbantu dengan adanya pekerjaan baru bagi mereka yang sebelumnya mereka tidak memiliki pekerjaan. Aspek lingkungan yaitu Bisnis Bawang Goreng *By Dapoer Sahnaya* tidak menimbulkan dampak negatif, dikarenakan hasil limbah dari bawang merah sendiri masih dapat dimanfaatkan sebagai pupuk pada tanaman di sekitar pekarangan rumah, serta beberapa limbah yang di dihasilkan dapat di dimanfaatkan kembali.

KESIMPULAN

Dengan adanya kesimpulan diatas, Bisnis Bawang Goreng *By* Dapoer Sahnaya melakukan pemasaran menggunakan beberapa social media. Dalam sistem operasional bawang goreng menggunakan mesin dalam proses percepatan produksi. Pengenalan mesin serta pelatihan penggunaan mesin agar para karyawan dapat menggunakan mesin dengan benar. Analisis sensitivitas terhadap bisnis Bawang Goreng *By* Dapoer Sahnaya. Bawang goreng *By* dapoer sahnaya melakukan pemanfaat limbah agar lingkungan sekitar tidak tercemari oleh limbah yang di hasilkan, serta Bawang Goreng *By* Dapoer Sahnaya memberikan beberapa lapangan kerja untuk masyarakat sekitar. Bisnis B Bawang Goreng *By* Dapoer Sahnaya sudah memiliki beberapa legalitas seperti Nomor izin berusaha dan sertifikat produksi pangan industri rumah tangga.

Terdapat beberapa saran terkait pengembangan bisnis bawang goreng dalam kemasan yaitu pada penelitian selanjutnya, peneliti diharapkan dalam melakukan pengembangan dari sistem pemasaran, dengan melihat perkembangan teknologi pemasaran terbaru, seperti menggunakan *social media* tiktok, penggunaan *website*. Kemudian, peneliti dapat menambahkan analisis keuangan sebelum melakukan pengembangan, tujuannya untuk melihat kondisi sebelum melakukan pengembangan dan setelah melakukan pengembangan. Dan peneliti diharapkan dapat menambahkan beberapa perizinan agar dapat memperluas pasar hingga dapat melakukan ekspor produk bawang goreng.

REFERENSI

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (2007). *Qualitative research for education: an introduction to theories and methods*.
- Daft, R. L. (2010). Management. In *Cengage Learning* (9th ed.). Cengage Learning.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=X0F-BAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=management&ots=gYpcawpzur&sig=SCjPoGE9hEGNOTq_GzXY2l-19oo&redir_esc=y#v=onepage&q=management&f=false
- Dessler, G. (2020). Human resource management. In *Human resource management / Gary Dessler, Florida International University* (16th ed.). Pearson.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2016). OPERATIONS MANAGEMENT :Sustainability and Supply Chain Management. In *J Microgr (TWELFTH ED, Vol. 12, Issue 2)*. Pearson.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2016). Entrepreneurship. In *McGraw-Hill Education* (Vol. 20, Issue 2). <https://doi.org/10.14512/oew.v20i2.389>
- Hossain, A., Badiuzzaman, Nielsen, M., & Roth, E. (2022). Consumer willingness to pay for quality attributes of pangasius (pangasianodoan hypophthalmus) in Bangladesh: A hedonic price analysis. *Aquaculture*, 555(March), 738205.
<https://doi.org/10.1016/j.aquaculture.2022.738205>
- Kemendagri. (2020). *Jaga Neraca Perdagangan dengan Produk Bernilai Tambah, Mendag Lepas Ekspor Bawang Merah Goreng ke Malaysia*.
<https://www.kemendag.go.id/id/newsroom/media-corner/jaga-neraca-perdagangan-dengan-produk-bernilai-tambah-mendag-lepas-ekspor-bawang-merah-goreng-ke-malaysia-1>
- Kurtz, D. L., Berston, S., & Boone, L. E. (2019). *Contemporary Business* (18th ed.). wiley.
- Munir, M., Saraswati, Faizah, S., & Rifa'i, Y. (2019). Studi Kelayakan Bisnis Dalam Aspek Lingkungan Hidup. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3(1), 41–61.
- Purwanda, E., & Permatasari, R. W. (2022). Business Feasibility Study Analysis on MSME Development of Tempe Pak Iwan Bandung Business in terms of Production Aspects, Marketing Aspects and Financial Aspects. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(4), 2029–2042. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i4.301>
- Ratnasari, I., Suhono, S., & Selvi, E. (2018). Analisis Kelayakan Usaha Peternakan Ayam



Probiotik Pada Pt. Gunung Mas. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 1–7.

<https://doi.org/10.34308/eqien.v5i1.9>

Syarif, K. (2011). *Analisis Kelayakan Usaha Produk Minyak Aromatik Merek Flosk*. Institut Pertanian Bogor.