LAPORAN AKHIR BISNIS

BAWANG GORENG EL NINO

Disusun Oleh :

Arvisa Vito Pramudita

20211013

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

BAWANG GORENG EL NINO

LAPORAN AKHIR BISNIS

Laporan akhir bisnis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan jenjang Sarjana Terapan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Arvisa Vito Pramudita

20211013

Program Studi Bisnis Digital Sarjana Terapan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2024

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN AKHIR BISNIS

BAWANG GORENG EL NINO

Disusun Oleh:

Arvisa Vito Pramudita

20211013

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 31 Juli 2024

Dosen Pembimbing

(Mellisa Andriyani Muzakir, SE., MM. CFP)

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN
LAPORAN PROYEK BISNIS

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan untuk memenuhui syarat guna memeperoleh gelar Sarjana Terapan Bisnis Digital, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Nama	:	Arvisa Vito Pramudita
No. Mahasiswa	:	20211013
Program Studi	:	Bisnis Digital

Yogyakarta, 26 Agustus 2024
Disahkan Oleh:

Penguji 1 : Mellisa Fitri Andriyani Muzakir, S.E., M.M
Penguji 2 : Khoirina Noor Anindya, S.E., M.Sc.

Mengetahui
Ketua Program Studi
Bisnis Digital

(Ariel Darmawan, SE., MM.)

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

”Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa laporan akhir bisnis ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 31 Juli 2024

Penulis



Arvisa Vito Pramudita

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah subhanahu wa ta'ala yang senantiasa melimpahkan rahmat serta kasih sayang-Nya kepada kita semua, shalawat dan salam senantiasa terhaturkan kepada baginda besar Nabi Muhammad shallahu a'laihi wasalam beserta keluarga dan sahabatnya. Berkat bantuan dan pertolongan dari Allah subhanahu wa ta'ala melalui perantara semua pihak di sekitar saya alhamdulillah terselesaikanlah laporan akhir proyek bisnis ini. Ada pun judul tugas akhir ini adalah " *BAWANG GORENG EL NINO*".

Laporan Proyek Bisnis merupakan sebuah syarat untuk menyelesaikan Tugas Akhir pada Program Studi Bisnis Digital Sarjana Terapan, Universitas Islam Indonesia. Atas terselesainya Laporan Proyek Bisnis ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung, mendoakan, dan memberi motivasi saya, sehingga Laporan Proyek Bisnis ini dapat berjalan dan selesai sesuai dengan rencana. Dalam menyelesaikan laporan magang ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah subhanahu wa ta'ala yang maha segala-Nya atas semua kesempatan dan nikmat-Nya.
2. Keluarga terutama Ibunda Ratna dan Ayahanda Sigit Tercinta.
3. Arief Darmawan, SE., MM. Ketua Program Studi Bisnis Digital Diploma 4 Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

4. Mellisa Fitri Adriyani Muzakir, SE., MM. CFP selaku dosen pembimbing
5. Devanata Putri Astary selaku calon istri saya yang telah memberikan banyak dukungan dan motivasi pada penulisan tugas akhir ini.
6. Kepada teman-teman khusunya Dhimas, Galih, Nando, Reza dan lain-lain yang tidak bisa saya tuliskan satu-persatu.

Saya sadar bahwasanya dalam penulisan laporan akhir proyek bisnis ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk memberikan manfaat khususnya bagi Saya pribadi dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Akhir kata, mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila dalam penulisan laporan akhir proyek bisnis ini terdapat banyak kesalahan**.** Semoga laporan akhir proyek bisnis ini bisa bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Yogyakarta, 31 Juli 2024



Arvisa Vito Pramudita

DAFTAR ISI

LAPORAN AKHIR BISNIS i

HALAMAN PENGESAHAN iii

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR TABEL xiii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Analisis Lingkungan 3

BAB II DESKRIPSI BISNIS 7

2.1 Profil Bisnis 7

2.2 Model Bisnis 9

2.3 Aspek Operasi/Produksi 11

2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran 22

2.5 Aspek Organisasi/SDM 28

2.6 Aspek Keuangan 29

2.7 Aspek Teknologi Digital 39

BAB III LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS 40

3.1 Profil Bisnis 40

3.2 Tinjauan Aspek Pemasaran 42

3.3 Tinjauan Aspek Operasi/Produksi 43

3.4 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia (SDM) 48

3.5 Tinjauan Aspek Keuangan 50

3.5.1 Total Penjualan 50

3.5.2 Total Produksi 50

3.5.3 Pembelian Bahan Baku 51

3.5.4 Biaya Operasi 51

3.5.5 Biaya Overhead 52

3.5.6 Biaya Investasi 52

3.5.7 Harga Pokok Produk (HPP) 53

3.5.8 Laporan Laba/Rugi 53

3.5.9 Laporan Arus Kas 53

3.5.10 Laporan Neraca 55

3.6 Aspek Teknologi Digital 56

BAB IV IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH 58

4.1 Identifikasi Masalah 58

4.1.1 Bidang Pemasaran 58

4.1.2 Bidang produksi/operasi 59

4.1.3 Bidang sumber daya manusia 59

4.1.4 Bidang keuangan 59

4.2 Pemecahan Masalah 60

4.2.1 Bidang pemasaran 60

4.2.2 Bagian produksi/operasi 60

4.2.3 Bagian sumber daya manusia 61

4.2.4 Bagian keuangan 61

BAB V KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT 62

5.1 Kesimpulan 62

5.2 Tindak Lanjut 62

5.3 Komponen Bagian Akhir 64

DAFTAR PUSTAKA 75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Business Model Canvas Bawang Goreng EL NINO 11
Gambar 2. 2 Logo Bawang Goreng EL NINO 12
Gambar 2. 3 Design Label Kemasan..... 13
Gambar 2. 4 Lokasi Bawang Goreng EL NINO..... 15
Gambar 2. 5 Alur produksi bawang goreng..... 16
Gambar 2. 6 Alur produksi bawang oven..... 18
Gambar 2. 7 Lay out tampak dari atas 20
Gambar 2. 8 Lay out tampak dari kanan 20
Gambar 2. 9 Lay out tampak dari kiri 21
Gambar 2. 10 Minat masyarakat Indonesia terhadap bawang goreng 23
Gambar 2. 11 Wilayah peminat bawang goreng..... 23
Gambar 2. 12 Struktur organisasi 28
Gambar 3. 1 Label Dengan Informasi produk..... 47
Gambar 3. 2 Kemasan Produk..... 48
Gambar 5. 1 Facebook Marketplace Bawang Goreng EL NINO 71
Gambar 5. 2 Akun Instagram Bawang Goreng EL NINO..... 71
Gambar 5. 3 Foto Produk 71
Gambar 5. 4 Shopee Bawang Goreng EL NINO..... 71

Gambar 5. 5 Proses Pemotongan bawang 72
Gambar 5. 6 Proses Pencucian bawang 72
Gambar 5. 7 Pemberian Bumbu 72
Gambar 5. 8 Proses Penggorengan Bawang 72
Gambar 5. 9 Pemberian Stiker Label Kemasan 73
Gambar 5. 10 Proses Pengemasan 73
Gambar 5. 11 Konten History Instagram 73
Gambar 5. 12 Konten Video Instagram 73
Gambar 5. 13 Pemanfaatan Micro-influencer 74
Gambar 5. 14 Pemanfaatan Micro-influencer 74
Gambar 5. 15 Pengantaran Pesanan Kepada Pelanggan 74
Gambar 5. 16 Testimoni Customer 74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Analisis SWOT Bawang Goreng EL NINO 5

Tabel 2. 1 Perkiraan Biaya Tetap dari Bawang Goreng EL NINO 30

Tabel 2. 2 Perkiraan Biaya Pembelian Bahan Baku..... 31

Tabel 2. 3 Perkiraan Biaya Operasi..... 31

Tabel 2. 4 Perkiraan Biaya Overhead..... 32

Tabel 2. 5 Perkiraan Biaya Investasi 32

Tabel 2. 6 Pekiraan HPP..... 34

Tabel 2. 7 Perkiraan Penjualan Produk 35

Tabel 2. 8 Perkiraan Laporan Laba/Rugi..... 35

Tabel 2. 9 Perkiraan Arus Kas 3 Bulan 36

Tabel 2. 10 Perkiraan Laporan Arus Kas..... 37

Tabel 2. 11 Perkiraan Laporan Neraca 38

Tabel 3. 1 Timeline Produksi Bawang Goreng EL NINO..... 46

Tabel 3. 2 Total Penjualan Produk bulan Maret – Mei 2024..... 50

Tabel 3. 3 Total Produksi Produk Bawang Goreng EL NINO..... 50

Tabel 3. 4 Tabel Total Pembelian Bahan Baku 51

Tabel 3. 5 Total Biaya Overhead..... 52

Tabel 3. 6 Total Biaya Investasi..... 52

Tabel 3. 7 Harga Pokok Produk..... 53

Tabel 3. 8 Laporan Laba/Rugi Pada 3 bulan Bisnis Berjalan 53

Tabel 3. 9 Arus Kas 3 Bulan Usaha Berjalan 53

Tabel 3. 10 Laporan Arus Kas 54

Tabel 3. 11 Laporan Neraca 55

Tabel 5. 1 Catatan Aktivitas Bisnis 64

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terdiri dari pulau kecil dan pulau besar. Ada lima pulau terbesar yang ada di Indonesia antara lain, Pulau Jawa , Pulau Sumatra, Pulau Sulawesi, Pulau Kalimantan, dan Pulau Papua. Dari ke lima pulau tersebut memiliki kekayaan alam yang melimpah ruah dan berbeda-beda di setiap pulaunya (Sunaryo, 2019). Pulau Jawa misalnya, pulau yang merupakan sentra perekonomian dan juga sentra pemerintahan yang ada di Indonesia. Kekayaan alam dari pulau Jawa sendiri memiliki sumber daya alam yang melimpah, contohnya sumber daya alam dari sektor pertanian, seperti padi, tembakau, bawang merah, biji kopi, dan karet. Melimpahnya sumber daya alam tersebut menjadikan mayoritas masyarakat di pulau Jawa bekerja sebagai petani (Zuhriyah, 2023).

Banyak mereka yang menjadikan petani sebagai mata pencaharian mereka. Hal ini dikarenakan peluang yang dihasilkan dari hasil panen dari sebuah ladang atau sawah ini dirasa sangat besar. Salah satu hasil tani yang dapat kita ambil adalah bawang merah. Menurut databoks (Kusnandar, 2022) sepanjang 2021 Jawa Tengah memproduksi bawang merah 564,26 ribu ton, setara dengan 28,15% dari total produksi bawang merah nasional yang mencapai 2,0 juta ton. Petani bawang merah ini sendiri banyak kita jumpai di wilayah Jawa Tengah khususnya Brebes. Tidak sedikit dari mayoritas warga didaerah sana yang mengolah hasil panenannya menjadi bahan dasar mentah, bahan bumbu dapur, dan juga olahan rumahan seperti brambang goreng.

Dari melimpahnya hasil panen tersebut banyak pengusaha dan masyakarat yang menjadikan bisnis sampingan seperti, olahan bawang goreng yang dapat dijadikan sebagai cemilan dan penambah cita rasa pada makanan khas Indonesia. Meskipun banyaknya pesaing

dalam usaha bisnis ini, mereka memiliki cara tersendiri dalam memasarkan usaha mereka dengan *branding* dan pemasaran mereka sendiri. selain itu, target pasar dari setiap pesaing juga beda-beda dalam jangkauannya masing-masing. Disamping itu pengolahan bawang merah goreng tersebut sangat sederhana dan tidak membutuhkan modal yang besar.

Sebagian besar masakan khas Indonesia selalu menggunakan bawang goreng sebagai bahan pelengkap untuk menambah cita rasa makanan menjadi lebih nikmat. Belum lengkap rasanya jika masakan belum menggunakan bawang goreng, akan tetapi dalam membuat bawang goreng ini tidak bisa kita buat dalam porsi yang cukup kecil, karena bawang merah sendiri jika di goreng dalam jumlah yang kecil akan menjadi gosong dan karakteristik bawang merah yang tipis akan mudah hancur bila diolah dalam skala kecil. Maka dari itu penulis terdorong untuk membuat usaha bawang goreng dengan bahan-bahan yang berkualitas contohnya, menggunakan minyak goreng non curah, menggunakan bawang merah kualitas *grade* A dari Brebes yang sudah banyak khalayak umum mengetahui bawang tersebut dan juga tidak menggunakan bahan campuran seperti tepung. Dari bahan yang berkualitas tersebut memiliki keunggulan antara lain, daya tahan produk yang cukup lama, memiliki aroma yang khas dan wangi, memiliki tekstur yang renyah, dan memiliki kandungan gizi yang baik untuk tubuh.

Dalam proses pembuatan sebuah produk *supplier* memiliki peranan yang vital sebagai penyedia bahan baku, di tempat di mana penulis berada banyak tersedia bahan baku pembuatan bawang goreng. *Supplier* tersebut antara lain pedagang bawang yang ada dipasar, tengkulak bawang, serta toko-toko penyedia bahan penunjang proses produksi. Selain itu, juga memudahkan para pecinta makanan dalam menikmati makanan tanpa harus ribet untuk mengolah bawang goreng terlebih dahulu, sehingga dengan adanya perkembangan teknologi sekarang ini yang memudahkan semua akses dalam usaha yang di mana meliputi pemasaran dan usaha bawang merah goreng ini memiliki peluang besar karena kebanyakan lidah orang

Indonesia sangat menyukai olahan ini untuk cemilan atau bahan pelengkap makanan mereka. Dari beberapa faktor diatas penulis membuat usaha dengan *branding* " Bawang Goreng EL NINO".

1.2 Analisis Lingkungan

Analisis Lingkungan Eksternal:

Bawang Goreng EL NINO memfokuskan target pasar kepada ibu-ibu rumah tangga dan pedagang makanan yang membutuhkan bawang goreng. Melihat situasi kota Wonogiri seperti saat ini, belum terlalu banyak pengusaha bawang goreng yang mempunyai produk premium dan masih menggunakan bahan campuran di produknya. Bawang Goreng EL NINO hadir dengan produk yang berbahan baku premium seperti, menggunakan bawang merah yang berkualitas, menggunakan minyak yang non-curah, menggunakan garam beryodium dan memiliki kemasan yang menarik. Tidak sampai situ saja, Bawang Goreng EL NINO juga menghadirkan produk bawang merah oven yang memiliki kandungan gizi yang baik, rendah kalori, dan baik untuk di konsumsi untuk penderita penyakit degeneratif(diabetes, jantung, dll). Dari bahan baku yang berkualitas tersebut menghasilkan produk yang memiliki cita rasa yang otentik untuk memikat konsumen untuk membeli. Masih sedikit juga pengusaha bawang goreng di kota Wonogiri yang belum menggunakan teknologi digital sebagai ajang promosi dan penjualan. Dengan banyaknya pesaing yang ada di Wonogiri menjadi tantangan bagi Bawang Goreng EL NINO untuk memberikan produk dan pelayanan yang terbaik.

Analisis Internal:

Bawang Goreng EL NINO pada saat proses produksi tidak terlalu membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki keterampilan khusus. Bawang Goreng El NINO juga memiliki sumber daya fisik yang telah memadai seperti, peralatan operasional, teknologi yang mumpuni untuk berjualan online, dan infrastruktur yang baik untuk mendukung operasional bisnis yang baik.

Analisis SWOT berperan penting sebagai perencanaan strategi yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terkait dengan persaingan bisnis. Dengan adanya analisis SWOT dapat membantu perusahaan mengubah kelemahan menjadi kekuatan, meminimalisir kerugian, dan mengetahui ancaman serta peluang.

Berikut ini merupakan analisis SWOT yang telah dilakukan oleh Bawang Goreng EL NINO:

***Strenght* (Kekuatan)**

1. Salah satu makanan yang dapat diterima di oleh semua kalangan baik anak-anak, remaja maupun dewasa ataupun yang lebih tua.
2. Memiliki produk yang sehat dan ramah bagi penderita penyakit diabetes, dan jantung.
3. Bahan baku pembuatan yang sederhana dan mudah di dapat.
4. Memiliki cita rasa yang enak gurih karena tidak menggunakan bahan campuran.
5. Memiliki dayan tahan yang cukup lama.

***Weakness* (Kelemahan)**

1. *Brand awareness* yang rendah.
2. Bahan baku tidak dapat bertahan lama harus cepat untuk di produksi.
3. Belum efektifnya promosi karena biaya pemasaran yang tinggi.

***Opportunities* (Peluang)**

1. Menjalin kemitraan dengan para pedagang makanan atau toko pusat oleh-oleh.
2. Mempunyai pelanggan tetap.
3. Perkembangan teknologi dan penggunaan sosial media untuk pemasaran
4. Budaya makan bawang goreng (misal makan tanpa bawang goreng perasaan kaya kurang)
5. Trend makanan sehat.
6. Memiliki banyak supplier bahan baku.

***Threats* (Ancaman)**

1. Banyaknya produsen bawang goreng yang dapat meningkatkan persaingan.
2. Perubahan selera konsumen.
3. Kondisi ekonomi yang tidak stabil dapat mempengaruhi daya beli konsumen.

Tabel 1. 1 Analisis SWOT Bawang Goreng EL NINO

	Strenghts (S)	**Weakness (W)**
	1. Makanan yang dapat diterima di berbagai kalangan. 2. Bahan baku yang mudah di dapat. 3. Memilki cita rasa yang nikmat dan gurih karena tidak memakai bahan campuran. 4. Memiliki produk yang sehat dan ramah bagi penderita penyakit diabetes, dan jantung. 5. Memiliki daya tahan yang cukup lama.	1. *Brand awareness* yang masih rendah. 2. Bahan baku tidak dapat bertahan lama. 3. Belum efektifnya promosi karena biaya pemasaran yang tinggi.
Opportunities (O)	**Strategi S-O**	**Strategi W-O**
1. Menjalin kemitraan dengan para pedagang makanan dan toko pusat oleh-oleh. 2. Mempunyai pelanggan tetap. 3. Perkembangan tekonologi dan penggunaan sosial media untuk pemasaran. 4. Budaya makan bawang goreng bagi masyarakat. 5. Trend makanan sehat	1. Memaksimalkan hubungan kerja sama dengan pedagang guna menigkatkan distribusi. 2. Menyediakan pelayanan yang baik kepada pelanggan untuk mempertahankan pelanggan tetap serta meningkatkan loyalitas. 3. Memaksimalkan teknologi dan media sosial untuk mengembangkan strategi promosi dan dapat menyampaikan nilai produk yang unik melaui platform digital.	1. Meningkatkan keahlian dan kapasitas dalam penggunaan sosial media untuk stategi pemasaran yang efektif.

6. Memiliki banyak supplier bahan baku.	4. Mengembangkan produk olahan bawang yang sehat untuk memenuhi permintaan konsumen yang menerapkan gaya hidup sehat.	
Threats (T) 1. Banyaknya produsen bawang goreng yang meningkatkan persaingan. 2. Perubahan selera konsumen. 3. Kondisi ekonomi yang tidak stabil dapat mempengaruhi daya beli konsumen.	**Strategi S-T** 1. Mempertahankan kualitas dan menekan harga yang kompetitif selama kondisi ekonomi yang sulit.	**Strategi W-T** 1. Meningkatkan brand awareness dengan cara memperkenalkan produk yang telah dihasilkan di berbagai platform digital atau melalui pameran-pameran UMKM sebagai media promosi.

BAB II

DESKRIPSI BISNIS

2.1 Profil Bisnis

Bawang Goreng EL NINO adalah usaha rumahan yang berfokus pada produksi bawang goreng. Nama El Niño sendiri merupakan dari bahasa Spanyol Amerika yang mempunyai arti “anak laki-laki”. Tercetusnya nama tersebut karena *owner* dari bawang goreng EL NINO mengidolakan sosok pesepak bola asal Spanyol bernama Fernando Torres yang memiliki julukan El Niño. Usaha ini di bentuk pada tanggal 10 Maret 2024 yang berlokasi di desa Jarum rt 02/ rw 01, Kecamatan Sidoharjo, Kabupaten Wonogiri, Provinsi Jawa Tengah. Usaha ini bergerak di bidang pengolahan bawang merah mentah menjadi bawang goreng dan bawang merah oven. Segment pasar dari Bawang Goreng EL NINO menarget kepada ibu-ibu rumah tangga, anak kost ,pengusaha kuliner yang membutuhkan bawang goreng, dan orang-orang yang melakukan gaya hidup sehat.

Dalam suatu usaha pasti memiliki pesaing, pesaing tersebut dapat berasal dari berbagai sumber seperti, pengusaha lain yang memiliki jasa/produk yang mirip dan pengusaha yang memiliki sumber daya yang lebih besar. Bawang Goreng EL NINO tentunya memiliki pesaing yang sangat banyak mulai dari pesaing lokal maupun pesaing online. Contoh dari pesaing dari Bawang Goreng EL NINO sebagai berikut:

a. Pesaing lokal.

   Bawang Goreng EL NINO bertempatkan di kota Wonogiri, di Wonogiri sendiri banyak produsen bawang goreng salah satunya yaitu Mr Onion Bawang Goreng Wonogiri yang sudah berdiri dari tahun 2019 yang telah terjual 1000 pcs lebih dalam kurung 4 tahun terakhir.

b. Pesaing Online.

Pesaing online dari Bawang Goreng EL NINO sebagai berikut:

1) Bawang goreng KRIUK diproduksi oleh toko BANDUNG RESTOKOE sudah terjual 7,5 ribu toples dalam setahun di *platform marketplace* shopee.
2) Bawang goreng sanjaya di produksi oleh toko Sanjaya Berjaya sudah terjual 10 ribu toples dalam satu bulan di *platform tiktok shop.*

Keunggulan dan keunikan dari Bawang Goreng EL NINO salah satunya menggunakan bahan baku yang berkualitas/premium. Bahan baku yang berkualitas tersebut adalah menggunakan bawang merah asal Brebes yang memiliki aroma saat diolah, menggunakan minyak kemasan tidak menggunakan minyak curah, tanpa adanya bahan campuran seperti tepung untuk membuat lebih renyah. Selain itu, Bawang goreng EL NINO membuat produk bawang merah oven yang sehat. Baik untuk penderita penyakit degeneratif seperti, diabetes, jantung, dll. Bawang Goreng EL NINO memberikan kemasan yang menarik dan informatif seperti, mencantumkan informasi nilai gizi, mencantumkan informasi produk (tanggal *expired*, berat bersih produk, komposisi, cara penyimpanan, dan resep makanan) serta praktis untuk dibawa ke mana-mana.

Bawang Goreng EL NINO masih menggunakan teknologi manual dalam segi produksi seperti, dalam proses pengirisan bawang menggunakan pisau khusus bawang secara manual tidak menggunakan mesin pemotong, proses penirisan minyak juga tidak menggunakan mesin (*spinner*) karena bawang merah itu sangatlah tipis jika menggunakan mesin (*spinner)* teksturnya akan hancur. Teknologi digital sangat berperan penting untuk marketing dan finance. pemanfaatan media sosial untuk pemasaran agar menjangkau pasar yang lebih luas dan aplikasi keuangan yang memudahkan customer dan para pengusaha dalam melakukan transaksi. Bawang Goreng EL NINO menggunakan aplikasi sosial media instagram untuk pemasaran dan aplikasi *m-banking* untuk melakukan transaksi.

2.2 Model Bisnis

Model bisnis memiliki peranan penting untuk keberlangsungan sebuah bisnis. Model bisnis memiliki keuntungan yang dapat membantu kita dalam menentukan target pasar, produk, dan anggaran. Menurut Richardson (2008) model bisnis adalah kerangka kerja konseptual yang membantu menghubungkan strategi perusahaan, atau teori tentang cara bersaing, dengan aktivitasnya, atau pelaksanaan strategi. Perumusan strategi dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya, dengan menggunakan *business model canvas* (BMC).

Menurut Osterwalder (2012) *business model canvas* (BMC) merupakan salah satu alat yang efisien dalam rangka pembuatan model bisnis. BMC dapat digunakan secara sistematis untuk memahami, merancang dan mengaplikasikan model bisnis yang sudah ada atau membuat model bisnis yang baru. BMC meliputi sembilan elemen berbeda yang saling berkaitan satu sama lain dan teridentifikasi sebagai kunci penting untuk menciptakan model bisnis yang sukses (Alfarisi, 2019). Sembilan elemen dari BMC tersebut diantaranya:

1. ***Customer Segment***

   Customer segment yang dituju oleh Bawang Goreng EL NINO adalah ibu rumah tangga, anak kost dan mahasiswa, pelaku usaha kuliner, serta masyarakat yang menerapkan perilaku hidup sehat

2. ***Value Proposition***

   Menghasilkan produk yang sehat baik bagi *customer* yang menerapakan perilaku hidup sehat. Produk yang terbilang cukup awet dan dapat bertahan lama. Memiliki kemasan yang menarik dan informatif.

3. ***Channel***

Menggunakan *platfrom marketplace* seperti, Shopee, Facebook *marketplace* dan tokopedia. Menggunakan sosial media Instagram memperkenalkan produk kepada pelanggan.

4. ***Customer Relationships***

   Pelayanan yang responsif ke pelanggan, memberikan promo/diskon, interaksi dan keterlibatan dengan pelanggan, serta menerima *feedback* atau perbaikan dari pelanggan.

5. ***Revenue Streams***

   Penjualan produk secara langsung, fee dari penjualan yang ada di marketplace, dan penjualan dari bundling atau promo yang telah dibuat.

6. ***Key Resources***

   Bahan baku yang berkualitas, alat-alat yang dapat menjaga kualitas produk, memiliki tempat yang strategis (dekat dengan pemasok), karyawan yang mempunyai ketelatenan, dan laptop atau *smartphone* untuk menunjang proses produksi.

7. ***Key Activities***

   Yang pertama proses produksi, selanjutnya perhitungan dan penjualan produk, lalu melakukan pemasaran, dan yang terakhir melakukan pendekatan kepada pelanggan.

8. ***Key Partners***

   Pemasok bahan bahan baku dan *packaging*, pasar sebagai penyedia bahan baku selain bawang merah, dan layanan penjualan online serta pengantaran

9. ***Cost Structure***

   Bahan baku tersedia atau cadangan, biaya operasional tak terduga, gaji karyawan dan biaya pemasaran online.

Berikut ini merupakan *business model canvas* (BMC) dari Bawang Goreng EL NINO:

Gambar 2. 1 Business Model Canvas Bawang Goreng EL NINO

2.3 Aspek Operasi/Produksi

Dalam pelaksanaan operasional, sangat Penting untuk melakukan analisis mendalam tentang tahapan setiap proses pelaksanaan operasi. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengintervensi operasional bahkan mempelajari hambatan yang dapat merugikan perusahaan. Dengan analisis yang tepat, perusahaan dapat mengidentifikasi kekurangan dan menemukan solusi untuk meningkatkan efisiensi kegiatan bisnisnya. Adapun tahapan operasional yang telah dilaksanakan oleh Bawang Goreng EL NINO adalah sebagai berikut:

1. **Rancangan desain produk.**

   Rancangan desain produk sendiri merupakan proses perencanaan dan pembuatan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan pengguna dan memberikan nilai ke pasar. Untuk rancangan desain produk sendiri, penulis memutuskan ide bisnis

berupa bawang goreng. Hal ini dikarenakan melihat banyaknya peminat pada bawang goreng ini. Bawang goreng sendiri memiliki cita rasa yang khas ketika dicampurkan dengan makanan atau bisa menjadi cemilan. Maka dari itu, ide bisnis ini sangat dirasa sangat menguntungkan karena banyaknya peminat serta bahan baku yang murah menjadikan usaha ini dapat diterima oleh pasaran dengan baik. Selain itu, guna melancarkan pemasaran dan meningkatkan penjualan perlu adanya identitas produk di mana perlu adanya desain produk sebagai wujud dari usaha ini. Pembuatan desain produk sendiri tidak semata mata asal asalan, perlu adanya pertimbangan tentang warna, *font*, dan juga gambar. Selain logo, label kemasan yang menarik dan informatif dapat menarik *customer* untuk membeli produk tersebut.

Berikut ini logo dan label kemasan Bawang Goreng EL NINO.



Gambar 2. 2 Logo Bawang Goreng EL NINO



Gambar 2. 3 Design Label Kemasan

Dapat dilihat dari logo dan label kemasan di atas, logo dari Bawang Goreng EL NINO memiliki konsep *American old school* tidak memakai warna-warna yang mencolok, sedikit klasik akan tetapi elegan. Untuk label kemasan sendiri memiliki desain yang minimalis dan informatif yang mencantumkan informasi produk seperti, komposisi, berat bersih (netto), informasi nilai gizi, tanggal kadaluwarsa, dan cara penyimpanan produk.

Dari adanya informasi produk tersebut, dapat menjadi poin positif bagi Bawang Goreng EL NINO karena, calon pelanggan dapat mengetahui kandungan gizi yang baik di untuk dikonsumsi. Adanya logo dan label kemasan menarik serta informatif dapat menarik calon pelanggan untuk membeli produk dari Bawang Goreng EL NINO.

2. **Fasilitas/Peralatan Produksi**

Pada usaha yang menghasilkan suatu produk, pastinya memerlukan beberapa fasilitas dan alat produksi. Seperti halnya Bawang Goreng EL NINO yang menggunakan fasilitas dan alat

produksi untuk menghasilkan produk olahan bawang yang berkualitas dan higienis. Berikut adalah beberapa contoh fasilitas dan alat produksi yang digunakan oleh Bawang Goreng EL NINO:

Fasilitas

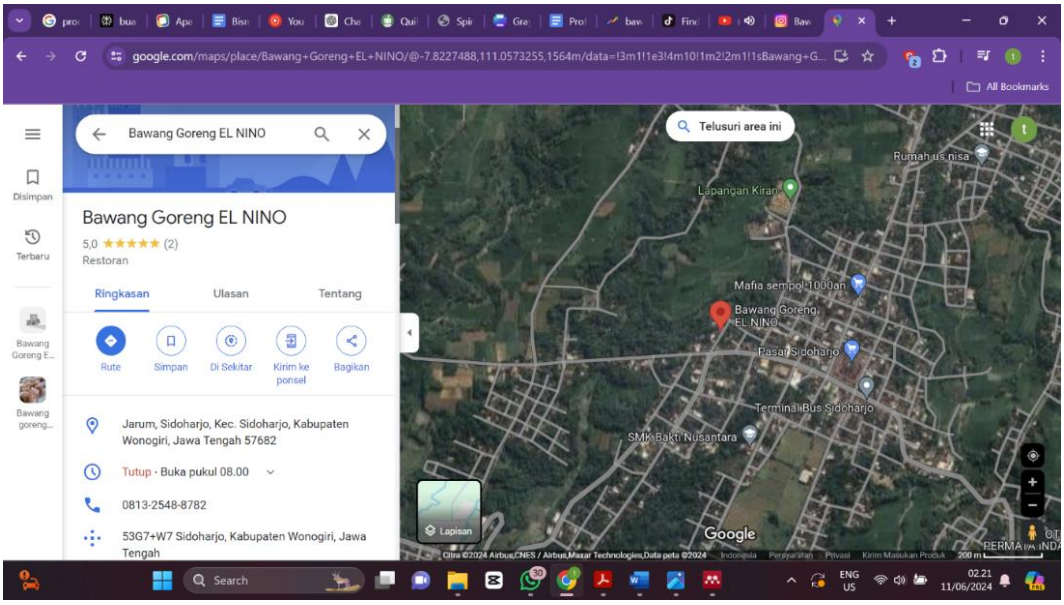
a. **Ruang Produksi**: Untuk mencegah kontiminasi dan menjaga kualitas produk, ruang produksi harus bersih, tidak lembab, dan memiliki ventilasi yang baik.
b. **Ruang Pengemasan**: Ruang ini digunakan untuk mengemas produk jadi sebelum dikirim ke pelanggan. Ruang ini harus bersih dan bebas debu.
c. **Sanitasi Yang Baik**: Memiliki toilet dan wastafel untuk cuci tangan atau untuk mencuci bahan baku yang bersih dan memadai bagi karyawan.

Alat Produksi

a. **Pisau Dapur**: Untuk mengupas kulit luar dari bawang merah.
b. **Pisau Pemotong Bawang**: Pisau khusus untuk memotong bawang agar mendapat ketebalan yang pas.
c. **Wadah**: Berguna untuk tempat bawang merah yang akan dipotong dan tempat untuk produk jadi.
d. **Kompor**: Digunakan untuk memasak/menggoreng bawang goreng.
e. **Oven**: Digunakan untuk mengolah makanan dengan cara memanggang atau membakar makanan saat memasak bawang.
f. **Alat Peniris**: Alat yang digunakan untuk meniriskan minyak dari bawang goreng.
g. **Timbangan *Digita*l**: Alat yang digunakan untuk menimbang berat produk yang akan dikemas.

3. **Lokasi**

Kegiatan proses produksi Bawang Goreng EL NINO yang beralamat di Jarum, Sidoharjo, Kec. Sidoharjo, Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah 57682. Adapun peta lokasi dari Bawang Goreng EL NINO sebagai berikut.



Gambar 2. 4 Lokasi Bawang Goreng EL NINO

(Sumber: Google Maps)

Dari peta di atas lokasi Bawang Goreng EL NINO sangat strategis karena dekat dengan pasar yang memudahkan proses produksi seperti, pembelian bahan baku yang cukup dekat tidak memerlukan biaya akomodasi yang terlalu banyak.

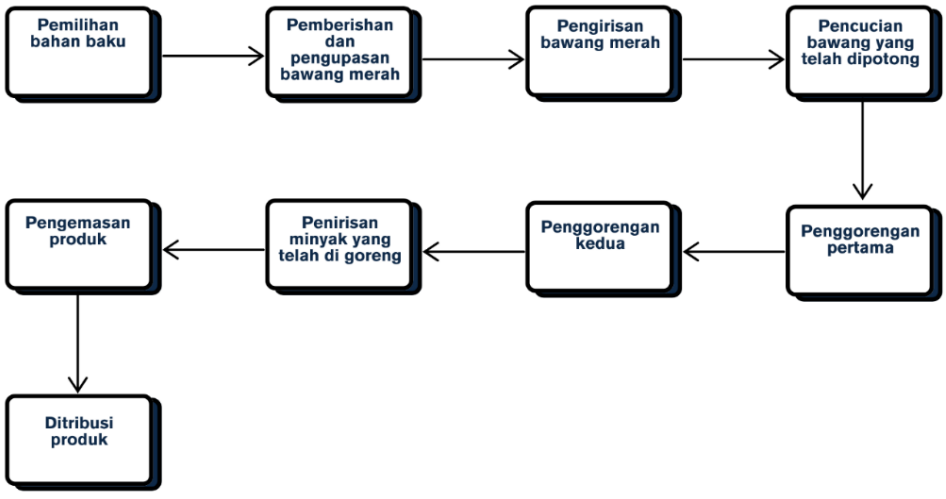
4. **Kapasitas Produksi**

Bawang Goreng EL NINO memproduksi 2 varian produk yaitu, bawang goreng dan bawang oven. Dalam kurun waktu satu bulan dapat memproduksi 17 kg bawang merah mentah. Dari 17 kg bawang merah mentah tersebut, 12kg (untuk bawang goreng) dan 5 kg (untuk bawang oven). Dari 17 kg bahan baku utama menjadi 25 pcs bawang goreng dengan berat bersih 140 gr dan 10 pcs bawang oven dengan berat bersih 100 gr. Karena Bawang Goreng EL NINO masih terbilang produsen olahan bawang yang baru

merintis, belum berani untuk memproduksi dalam jumlah yang besar. Jika usaha ini dapat berkembang dengan pesat, tidak dapat dipungkiri aka melakukan produksi dalam jumlah yang besar.

5. **Proses Produksi**

Analisis menyeluruh dari setiap tahapan proses dalam operasional bisnis sangat diperlukan. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi masalah yang dapat mengganggu operasi atau bahkan merugikan perusahaan. Dengan melakukan analisis yang tepat, perusahaan dapat mengidentifikasi kekurangan dan menemukan solusi untuk meningkatkan efisiensi proses operasionalnya. Bawang Goreng EL NINO memproduksi dua varian produk yang memiliki perbedaan dalam proses produksinya yaitu, dengan cara di goreng dan di oven. Adapun tahapan dari proses produksi bawang goreng sebagai berikut:



Gambar 2. 5 Alur produksi bawang goreng

Untuk menjaga cita rasa dan kualitas produksi, Bawang Goreng EL NINO memilihi bahan baku yang berkualitas. Contohnya, bawang merah dari brebes, menggunakan minyak goreng kemasan (tidak menggunakan minyak non curah), dan menggunakan garam yang beryodium.

a. Pengupasan dan pembersihan bawang merah

proses pengupasan secara manual menggunakan pisau dapur untuk menghilangkan kulit luar dari bawang yang kotor dan tidak perlu diperlukan. Setelah dikupas, bawang dicuci agar benar-benar bersih dari kotoran yang masih menempel.

b. Pengirisan bawang merah

Setelah bawang sudah dicuci selanjutnya proses pengirisan menggunakan pisau khusus pengiris bawang agar menjadi potongan-potongan tipis dan seragam. Pengirisan dilakukan dengan cara manual.

c. **Pencucian bawang yang telah dipotong**

Dirasa potongan bawang sudah tipis dan seragam selanjutnya bawang yang telah dipotong dicuci kembali agar higienis dan tidak ada kotoran yang menempel lagi. Bawang yang dipotong sudah bersih lalu direndam menggunkan air garam.

d. Penggorengan pertama

Potongan bawang yang telah di rendam menggunakan air garam selanjutnya di goreng dengan minyak yang panas agar menghilangkan kadar air dan membuatnya menjadi renyah, dirasa sudah agak kering lalu ditiriskan.

e. Penggorengan kedua

Bawang yang telah ditiriskan lalu digoreng lagi hingga berwarna kecoklatan.

f. Penirisan minyak

Proses penggorengan sudah selesai lalu bawang ditiriskan minyaknya, dan di taruh ke dalam wadah besar selama satu malam agar minyak menyusut. Karena tidak mempunyai mesin untuk meniriskan minyak, cara tersebut yang digunakan Bawang Goreng EL NINO untuk meniriskan minyak.

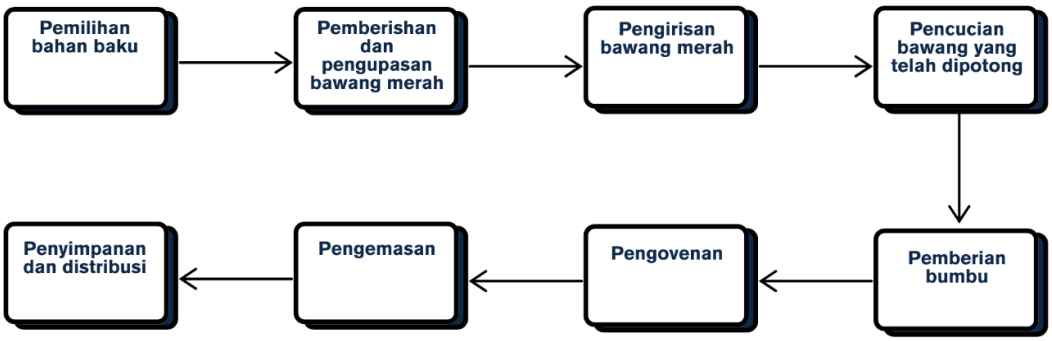
g. Pengemasan produk

Bawang goreng yang telah di diamkan selama satu malam selanjutnya pada proses pengemasan ke dalam toples yang kedap udara agar terjaga ke awetannya dan menempel label kemasan yang mencantumkan informasi produk, tanggal produksi, dan tanggal kedaluwarsa.

h. Distribusi

Produk siap untuk didistribusikan ke pasar, toko, atau pelanggan sesuai dengan permintaan, dan produk yang telah di pesan di platform *marketplace.*

Adapun dari tahapan proses produksi bawang oven sebagai berikut:



Gambar 2. 6 Alur produksi bawang oven

a. Pemilihan bahan baku

Memilih bawang merah yang berkualitas sebagai bahan baku utama dan menggunakan garam yang beryodium.

b. Pengupasan dan pembersihan bawang merah

proses pengupasan secara manual menggunakan pisau dapur untuk menghilangkan kulit luar dari bawang yang kotor dan tidak perlu diperlukan. Setelah dikupas, bawang dicuci agar benar-benar bersih dari kotoran yang masih menempel.

c. Pengirisan bawang merah

Setelah bawang sudah dicuci selanjutnya proses pengirisan menggunakan pisau khusus pengiris bawang agar menjadi potongan-potongan tipis dan seragam. Pengirisan dilakukan dengan cara manual.

d. Pencucian bawang yang telah dipotong

Dirasa potongan bawang sudah tipis dan seragam selanjutnya bawang yang telah dipotong dicuci kembali agar higienis dan tidak ada kotoran yang menempel lagi.

e. Pemberian bumbu

Bawang potong yang telah dicuci lalu diberi bumbu (garam) secukupnya. Pemberian bumbu dapat dilakukan sesuai dengan pesanan, dapat dilakukan dua kali yakni, sebelum pengovenan dan setelah pengovenan.

f. Pengovenan

Pada proses pengovenan ada beberapa tahap yang dilakukan yang pertama memanaskan oven hingga mendapat suhu yang diinginkan (sekitar 150 – 200 celcius). Tahap kedua menyusun bawang yang telah diiris kedalam loyang yang telah dilapisi alumunium *foil,* Tahap ketiga memasukan loyang yang sudah terisi bawang kedalam oven selama 15 menit, setelah 15 menit lalu dibalik agar matang merata dan dipanggang lagi selama 20 menit. Setelah bawang sudah matang lalu dikeluarkan dari oven dan dibiarkan dingin pada suhu ruangan.

g. Pengemasan

Jika bawang sudah dingin oleh suhu ruangan dilanjut pada proses pengemasan ke dalam toples yang kedap udara agar terjaga ke awetannya dan menempel label kemasan yang mencantumkan informasi produk, tanggal produksi, dan tanggal kedaluwarsa.

h. Penyimpanan dan distribusi

Setelah proses pengemasan selesai, lalu produk disimpan terlebih dahulu sebelum dikirim ke pasar, toko, atau pelanggan sesuai dengan permintaan.

6. **Tata Letak**

Tata letak dari proses produksi Bawang Goreng EL NINO sebagai berikut.



Gambar 2. 7 Lay out tampak dari atas



Gambar 2. 8 Lay out tampak dari kanan



Gambar 2. 9 Lay out tampak dari kiri

Dari ketiga gambar di atas menunjukkan posisi tata letak proses produksi Bawang Goreng EL NINO dengan *angle* yang berbeda-beda mulai dari tampak atas, tampak samping kanan, dan tampak samping kiri. Tata letak tersebut memuat alat-alat yang cukup lengkap untuk sebuah produksi bawang goreng seperti, kompor dua tungku, oven gas, panci , dan memiliki sanitasi yang mumpuni yang dapat menjaga keamanan pangan serta dapat menjaga kualitas produksi.

7. **Rancangan Kualitas**

Rancangan kualitas merupakan proses sistematis untuk mengetahui bahwa produk atau layanan yang telah dihasilkan memenuhi harapan pelanggan serta standar yang telah diterapkan, berhubung Bawang Goreng EL NINO menghasilkan sebuah produk, berikut ini tahap-tahap yang rancangan kualitas yang telah di terapkan di Bawang Goreng EL NINO.

a. Pemilihan bahan baku yang premium/berkualitas seperti, pemilihan bawang merah

asal daerah Brebes yang memiliki kualitas super dan pemilihan minyak goreng kemasan. Bila mana menggunakan minyak goreng curah, berpengaruh terhadap kualitas cita rasa bawang goreng itu sendiri.

b. Proses produksi yang harus sesuai *step-step* yang telah di tetapkan agar dapat menghasilkan produk yang baik.
c. Pada proses pengemasan menggunakan toples yang kedap udara dan label produk yang mencantumkan tanggal produksi, masa kadaluwarsa, dan berat bersih produk.

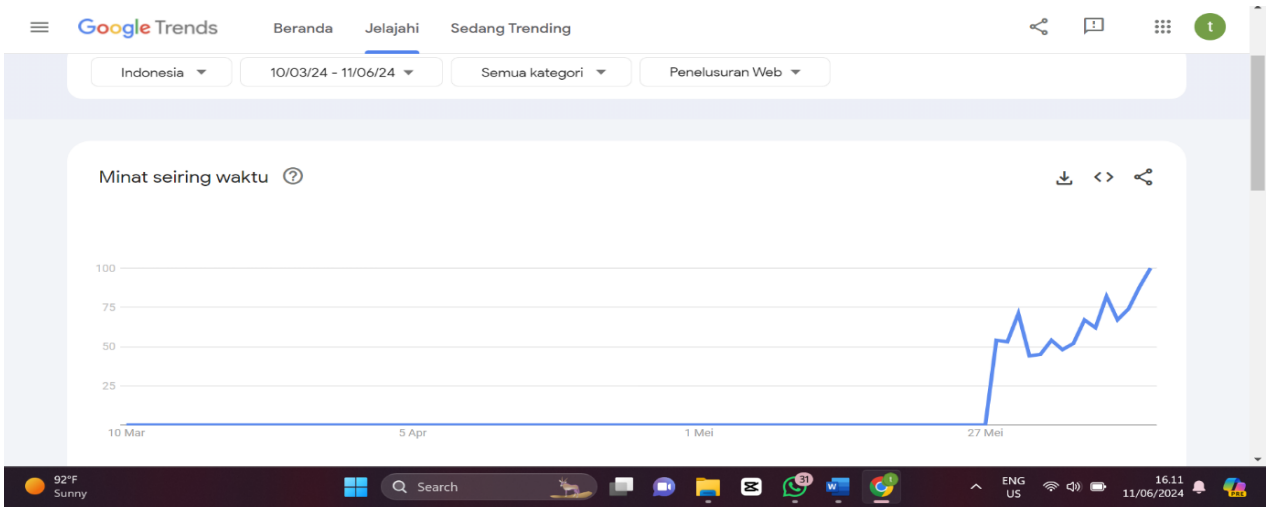
Mengontrol kualitas produk dengan cara melakukan pengujian terhadap produk akhir untuk memastikan kualitas yang konsisten. Pengujian meliputi tes rasa, tekstur, kadar minyak, serta kebersihan.

2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran

a. Analisis pasar

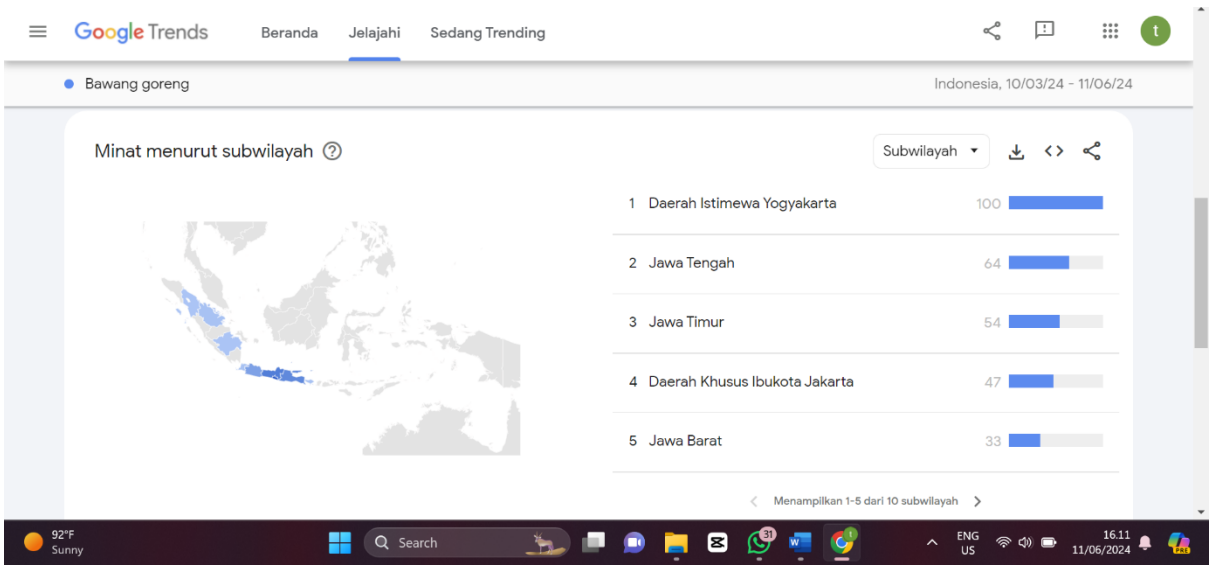
Bawang goreng merupakan salah satu produk olahan yang sangat populer di Indonesia, terutama sebagai cemilan atau bumbu penyedap masakan dan pelengkap makanan karena, setiap masakan khas Indonesia menggunakan bawang goreng sebagai pelengkap agar mendapat cita rasa lebih. Bawang goreng disukai dari bebagai kalangan mulai dari anak muda/mahasiswa, ibu rumah tangga, dan pengusaha kuliner yang mengutamakan kenikmatan dalam sebuah hidangan. Pasar bawang goreng di Indonesia mengalami progres yang signifikan seiring dengan meningkatnya permintaan dari konsumen, hal ini dapat dilihat dari banyaknya produk bawang goreng yang di jajakan di toko oleh-oleh dan supermarket. Meningkatnya permintaan akan bawang goreng ini di dorong oleh gaya hidup yang semakin praktis dan kebutuhan akan produk yang berkualitas.

Adapun data dari minatnya masyarakat Indonesia terhadap bawang goreng sebagai berikut.



Gambar 2. 10 Minat masyarakat Indonesia terhadap bawang goreng

(Sumber: Google Trends)



Gambar 2. 11 Wilayah peminat bawang goreng

(Sumber: Google Trends)

Dapat di lihat dari data di atas, minat masyarakat Indonesia terhadap bawang goreng pada tahun 2024 mengalami kenaikan di setiap bulannya, mulai dari bulan Maret sampai dengan bulan Juni. Kenaikan ini di dominasi oleh kota-kota besar yang berada di pulau

Jawa seperti, Yogyakarta, Semarang, Surabaya, Jakarta, dan Bandung. Dapat di simpulkan dari data diatas bahwa, peluang usaha bawang goreng lumayan menjanjikan. Banyaknya minat bawang goreng di Indonesia memicu para pengusaha untuk membuat memproduksi bawang goreng guna memenuhi kebutuhan peminat.

b. Analisis aspek pemasaran

Analisis aspek pemasaran adalah suatu proses untuk menganalisis peluang pasar dari usaha bisnis yang akan dibuat atau dikembangkan dengan pengembalian yang menguntungkan. Analisis ini meliputi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* (STP), serta penetapan strategi bauran pemasaran (marketing mix), yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*.

Berikut ini analisis STP yang telah ditentukan oleh Bawang Goreng EL NINO.

1) Segmenting.

Dalam fase segmentasi ini, kami menggunakan berbagai variable.

a) Demografis.

Bawang Goreng EL NINO memfokuskan kepada pekerja kantoran, ibu-ibu rumah tangga, anak kost/mahasiswa, dan para pelaku usaha makanan. Dengan jarak usia mulai dari 19-45 tahun.

b) Geografis.

Target utama dari Bawang Goreng EL NINO yaitu mahasiswa dan pekerja kantoran yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta serta Provinsi Jawa Tengah.

Karena Bawang Goreng EL NINO berlokasi di Kota Wonogiri yang masuk ke dalam Provinsi Jawa Tengah serta dekat Yogyakarta.

c) Psikografis.

Konsumen Bawang Goreng EL NINO dibagi–bagi kedalam kelompok-kelompok yang berlainan menurut kelas sosial (kebawah, menengah, keatas), gaya hidup, dan berbagai ciri kepribadian konsumen.

2) Targeting.

Target pasar Bawang Goreng EL NINO adalah para pekerja kantoran, mahasiswa, ibu ***rumah*** tangga, para pelaku usaha kuliner yang ada di Pulau Jawa khususnya di daerah Yogyakarta dan sebagian besar kota yang ada di Provinsi Jawa Tengah, serta masyarakat dengan gaya hidup sehat karena, Bawang Goreng EL NINO menjual produk bawang oven yang rendah kalori.

3) Positioning.

Positioning Bawang Goreng EL NINO yaitu sebagai produsen bawang goreng yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Dengan adanya Bawang Goreng EL NINO dapat membantu para penikmat bawang goreng untuk memenuhi kebutuhannya dengan produk yang premium dan harga yang relatif terjangkau. Bawang Goreng EL NINO juga dapat memenuhi kebutuhan bagi customer yang memiliki penyakit degeneratif (diabetes, jantung, dll) untuk dapat menikmati bawang goreng yang sehat.

Untuk strategi pemasaran Bawang Goreng EL NINO menggunakan metode *marketing mix* (bauran pemasaran) yaitu 4P (*product*, *price*, *place*, dan *promotion*). Untuk penjelasan metode bauran pemasaran yang dilakukan oleh Bawang Goreng EL NINO sebagai berikut:

1) *Product*

Produk (*product*) merupakan unsur yang paling terpenting pada Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) karena unsur produk dapat memenuhi kepuasan konsumen. Dimana sebuah produk harus mengedepankan kualitas produknya dengan dilihat dari cita rasa, bahan-bahan pokok utama dari produk dan bagaimana packaging (kemasan atau penyajian) dalam produk tersebut sehingga calon konsumen tertarik

untuk membelinya. Bawang goreng El NINO menawarkan dua macam produk yaitu, bawang goreng dan bawang oven. Produk tersebut diproduksi dengan kualitas premium tanpa bahan pengawet dan bahan campuran. Dari masing-masing produk memiliki berat bersih yang berbeda, untuk bawang goreng sendiri memiliki berat bersih 140gr, dan untuk bawang oven memiliki berat bersih 100gr.

2) *Price*

Harga (*price*) merupakan elemen yang kritis dalam bauran pemasaran karena dengan adanya harga maka terjadi transaksi jual beli di mana terdapat pertukaran uang dengan produk barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Bawang Goreng EL NINO menawarkan harga yang cukup terjangkau tidak terlalu mahal karena agar dapat dijangkau oleh semua kalangan mahasiswa, para pekerja, ibu rumah tangga atau keluarga. Bawang Goreng EL NINO menentukan harga dengan menghitung HPP sebelum mencantumkan harga untuk dijual, di mana hal tersebut dilakukan untuk meminimalisir pembengkakan HPP, meminimalisir harga jual yang terlalu tinggi dan juga memberikan laba pada perusahaan. Bawang Goreng EL NINO juga melihat harga yang ditetapkan oleh para pesaingnya, hal tersebut digunakan untuk skala perbandingan dan mengetahui harga jual pada pasaran.

3) *Place*

Tempat merupakan unsur yang penting pada *marketing mix* karena salah satu upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen perusahaan harus menyediakan tempat sebagai produksi dan lokasi yang strategis mudah diakses oleh konsumen. Bawang goreng EL NINO terletak di lokasi yang cukup strategis yaitu tidak jauh dari jalan utama transportasi, salah satu kelebihannya dekat dengan penyedia bahan baku serta penyedia jasa ekspedisi. Bawang goreng EL NINO berfokus pada penjualan online dan pemesanan partai besar maupun kecil secara *offline*.

4) *Promotion*

Disini Promosi juga merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran, karena dengan promosi produk Bawang Goreng EL NINO yang ditawarkan akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat atau target pasar. Hal ini dilakukan untuk membangun branding awarness Bawang Goreng EL NINO dan memberikan daya tarik kepada calon konsumen. Terdapat beberapa macam promosi yang dilakukan oleh Bawang Goreng EL NINO, yaitu

a) Memanfaatkan fitur ads pada meta. Meta sendiri meliputi sosial media Instagram, dan Facebook.
b) Media promosi *endorsement* dengan akun instagram teman-teman yang memiliki *follower* yang cukup banyak.

2.5 Aspek Organisasi/SDM

1. Struktur organisai



Gambar 2. 12 Struktur organisasi

2. Sistem Perekrutan dan Deskripsi Kerja

Bawang Goreng EL NINO merupakan rintisan usaha yang bergerak pada olahan bawang menjadi cemilan dan bahan pelengkap suatu masakan. Untuk sistem perekrutan sendiri menarik ibu-ibu atau bapak-bapak yang ada di sekitar lokasi proses produksi Bawang Goreng EL NINO, karena bisnis ini masih pada tahap awal, Bawang Goreng EL NINO hanya memerlukan satu pegawai sebagai tenaga produksi.

Deskripsi kerja dari Bawang Goreng EL NINO antara lain :

a. Vito (*Owner*): sebagai pemilik usaha, mengawasi semua aspek operasi, dan *marketing*.
b. Sri Margianti (Produksi): membeli bahan baku, proses produksi(cuci,kupas, potong, goreng), dan proses pegemasan.

Sistem pengajian dan kompensasi dari Bawang Goreng EL NINO adalah diambil dari presentase penjualan (hanya berlaku untuk owner) presentase tersebut sekitar 30% dari penjualan. Untuk penggajian karyawan dibayar setiap proses produksi 1 kg bawang bernilai 10 ribu, hal ini berarti setiap kilogram bawang yang diproduksi akan dikenakan biaya tenaga kerja sebesar 10 ribu. Sistem pembayaran ini memungkinkan perusahaan untuk secara langsung mengukur biaya tenaga kerja berdasarkan jumlah produksi yang dihasilkan. Dengan demikian, setiap kali karyawan menyelesaikan produksi 1 kg bawang, mereka akan menerima upah sebesar 10 ribu, yang memberikan insentif bagi karyawan untuk meningkatkan produktivitas mereka

Dari penggajian tersebut di hitung dari pesanan yang sudah terjual dan proses operasional dalam satu bulan, karena proses produksi sendiri tidak selalu setiap hari. Bawang Goreng El NINO masih mengandalkan *open pre-order* dan berjualan di platform online yang tidak setiap hari laku terjual.

2.6 Aspek Keuangan

Dalam menjalankan suatu bisnis, pengelolaan pada aspek keuangan yang baik sangat penting untuk menjamin keberlangsungan dan pertumbuhan usaha. Pada aspek keuangan Bawang Goreng EL NINO tidak membutuhkan modal yang besar. Karena pada kenyataanya Bawang Goreng EL NINO hanya memproduksi olahan pelengkap makanan. Sumber

pendanaan di awal menggunakan dana pribadi untuk kebutuhan produksi. Selain untuk kebutuhan produksi juga menggunakan dana awal untuk membayar karyawan. Berikut adalah rancangan keuangan Bawang Goreng EL NINO mulai dari biaya tetap, biaya variabel, biaya investasi, penyusunan performa keuangan yang meliputi, laba/rugi, neraca, serta aliran kas:

1. **Biaya Tetap**

Tabel 2. 1 Perkiraan Biaya Tetap dari Bawang Goreng EL NINO

Biaya Tetap				
No	**Uraian**	**Jumlah**	**Nominal**	**Jumlah Nominal**
1.	Gaji Pegawai			
Owner		1	300.000	300.000
Produksi		1	170.000	170.000
2.	Pemasaran	1	50.000	50.000
3.	Listrik	1	50.000	50.000
4.	Kuota	1	50.000	50.000
Total	**620.000**			

2. Biaya Bahan Baku

Tabel 2. 2 Perkiraan Biaya Pembelian Bahan Baku

No.	Bulan	Keterangan	Rincian	Sub total	Total
1	Maret	Bawang Merah	10 kg	250.000	Rp. 351.500
		Minyak goreng	6 liter	96.000	
		Garam	1 pcs	5.500	
2.	April	Bawang merah	7 kg	175.000	Rp. 239.000
		Minyak goreng	4 liter	64.000	
3.	Mei	Bawang merah	10 kg	250.000	Rp. 346.000
		Minyak goreng	6 liter	96.000	
Total Biaya Pembelian Bahan Baku					**Rp. 936.500**

3. Biaya Operasi

Tabel 2. 3 Perkiraan Biaya Operasi

No.	Bulan	Keterangan	Biaya	Total biaya
1.	Maret	Gaji karyawan	400.000	Rp. 510.000
		Listrik dan air	50.000	
		BBM	40.000	
		Gas	20.000	
2.	April	Gaji karyawan	50.000	Rp. 100.000
		Listik dan air	50.000	
3.	Mei	Gaji karyawan	400.000	Rp. 565.000
		Listrik,air, internet	100.000	
		Canva premium	25.000	
		Gas	20.000	

		BBM	20.000	
Total Biaya Operasi				**Rp 1.175.000**

4. Biaya Overhead

Tabel 2. 4 Perkiraan Biaya Overhead

No.	Bulan	Keterangan	Harga	Jumlah unit	Total harga
1.	Maret	Toples hexagonal	2.800	25 unit	Rp. 70.000
		Plastik segel	300	50 unit	Rp. 15.000
		Stiker label kemasan	880	25 unit	Rp. 22.000
2.	April	Toples hexagonal	2.800	25 unit	Rp. 70.000
		Stiker label kemasan	880	25 unit	Rp. 22.000
3.	Mei	Toples hexagonal	2.800	25 unit	Rp. 70.000
		Stiker label kemasan	880	25 unit	Rp. 22.000
Total Overhead					**Rp. 291.000**

5. Biaya Investasi

Tabel 2. 5 Perkiraan Biaya Investasi

Nama Alat	Jumlah		Harga Satuan	Total
Kompor dua tungku	**1**	Unit	Rp. 318.000	Rp. 318.000
Tabung gas 3 kg	**1**	Unit	Rp. 150.000	Rp. 150.000
Wajan penggorengan	**2**	Unit	Rp. 25.000	Rp. 50.000
Baskom	**3**	Unit	Rp. 10.000	Rp. 30.000

Toples jumbo	**2**	Unit	Rp. 35.000	Rp. 70.000
Ember	**1**	Unit	Rp. 20.000	Rp. 20.000
Spatula	**2**	Unit	Rp. 5.000	Rp. 10.000
Tampah/nampan bambu	**2**	Unit	Rp. 30.000	Rp. 60.000
Pemotong bawang	**2**	Unit	Rp. 50.500	Rp. 101.000
Serok penggorengan	**2**	Unit	Rp. 10.000	Rp. 20.000
Oven kompor	**1**	Unit	Rp. 120.000	Rp. 120.000
Total Biaya Investasi				**Rp. 949.000**

6. Harga Pokok Produksi

Bawang Goreng EL Nino memproduksi dua varian produk yaitu, bawang goreng dan bawang oven yang memiliki perhitungan harga yang berbeda. Adapun perhitungan HPP dari Bawang Goreng EL NINO sebagai berikut:

HPP bawang goreng

= Biaya operasi + (Biaya bahan baku + biaya overhead) / Jumlah produk diproduksi

= 410.000 + (351.500 + 107.000) / 25

= 34.740

Harga pokok produksi untuk setiap 25 pcs bawang goreng dengan berat 140 gr adalah 34.740

Harga pokok penjualan bawang goreng

= (harga pokok produksi x profit presentasi yang diinginkan)

= (34.740 + 34.740 x 65%)

= 46.000

Jadi, untuk harga penjualan 1 pcs bawang goreng dengan berat bersih 140 gr adalah 46.000.

HPP bawang oven

= Biaya operasi (Biaya bahan baku + biaya overhead) / produk yang diproduksi

= 500.000 (180.500 + 36.800) / 10

= 71.730

Harga pokok produksi untuk setiap 10 pcs bawang oven dengan berat bersih 100 gr adalah 71.730.

Harga pokok penjualan bawang oven

= (harga pokok produksi x profit presentasi yang diinginkan)

= (71.730 + 71.730 x 55%)

= 78.000

Jadi, untuk harga penjualan 1 pcs bawang oven dengan berat bersih 100 gram adalah 78.000.

Tabel 2. 6 Pekiraan HPP

Keterangan	**Nominal**
Total biaya pembelian bahan baku	Rp. 936.500
Total biaya overhead	Rp. 291.000
Total Harga Pokok Produk (HPP) yang siap dijual (55 unit)	Rp. 1.227.500

7. Penjualan Produk

Tabel 2. 7 Perkiraan Penjualan Produk

No	Bulan	Keterangan	Harga Per Unit	Jumlah Unit Terjual	Total Penjualan
1.	Maret	Bawang Goreng 140 gr	Rp. 46.000	20 unit	Rp. 920.000
		Bawang Oven 100 gr	Rp. 78.000	-	
2.	April	Bawang Goreng 140 gr	Rp. 46.000	15 unit	Rp. 690.000
		Bawang Oven 100 gr	Rp. 78.000	-	
3.	Mei	Bawang Goreng 140 gr	Rp. 46.000	30 Unit	Rp. 1.380.000
		Bawang Oven	Rp. 78.000	-	
Total Penjualan				**55 unit**	**Rp. 2.990.000**

8. Laporan Laba/Rugi

Tabel 2. 8 Perkiraan Laporan Laba/Rugi

Laporan Laba Rugi **Bulan Maret – Mei 2024**	
Penjualan	Rp. 2.990.000
Harga Pokok Produk	Rp. 1.227.500
Laba Kotor	**Rp. 1.762.500**
Biaya Operasi	Rp. 1.175.000
Laba Bersih	**Rp. 587.500**

9. Laporan Arus Kas

Tabel 2. 9 Perkiraan Arus Kas 3 Bulan

Rincian	**Maret (Rp)**	**April (Rp)**	**Mei (Rp)**
Beginning	1.500.000	502.500	761.500
Cash Sales	920.000	690.000	1.380.000
Cash Out	1.917.500	431.000	1.003.000
Cash Available	502.500	761.500	1.138.500
Cash Flow Total	**502.500**	**761.500**	**1.138.500**

Tabel 2. 10 Perkiraan Laporan Arus Kas

Bawang Goreng EL NINO **Laporan Arus Kas** **Periode yang berakhir pada 2 Juni 2024**		
Arus kas dari aktivitas operasi		
Kas diterima dari pelanggan	2.990.000	
Dikurangi pembelian beban bahan baku dan biaya operasi	2.402.500	
Arus kas bersih dari aktivitas operasi		587.500
Arus kas dari aktivitas investasi		
Pembayaran kas untuk pembelian alat		949.000
Arus kas bersih dari aktivitas investasi		-361.000
Arus kas dari aktivitas pendanaan		
Pemberian modal oleh pemilik	1.500.000	
Dikurangi kas oleh pemilik		588.000
Arus kas bersih dari aktivitas pendanaan		-
Arus kas bersih dan saldo kas		**551.000**

10. Laporan Neraca

Tabel 2. 11 Perkiraan Laporan Neraca

LAPORAN NERACA **BAWANG GORENG EL NINO** **Per Juni 2024**	
AKTIVA	**PASIVA**
Aktiva Lancar	**Kewajiban**
Kas Rp. 551.000	Hutang Usaha -
	Total Kewajiban -
Total Aktiva lancar Rp. 551.000	
	Ekuitas
Aktiva tetap	Modal Rp. 1.500.000
Peralatan Rp. 949.000	
	Total Ekuitas Rp. 1.500.000
Total Aktiva Tetap Rp. 949.000	
TOTAL AKTIVA Rp. 1.500.000	**TOTAL PASIVA Rp. 1.500.000**

2.7 Aspek Teknologi Digital

Di era seperti saat ini pemanfaatan teknologi sangatlah penting untuk proses bisnis yang baik dan mudah. Bawang Goreng El NINO menggunakan alat-alat seperti, smartphone dan laptop untuk menunjang aktivitas bisnis yang mudah. Kemajuan teknologi mempermudah untuk membuat apa saja dan dapat melakukan sesuatu apa saja contohnya transaksi jual beli dan pemasaran produk. Bawang Goreng EL NINO sendiri menggunakan beberapa aplikasi *marketplace* untuk memasarkan dan juga penjualan aplikasi tersebut antara lain:

a. Aplikasi instagram (sebagai media pemasaran).
b. Aplikasi tiktok (sebagai media pemasaran).
b. Aplikasi *marketplace* facebook dan shopee (sebagai media penjualan online).
c. Aplikasi canva (untuk membuat design postingan *story* dan *feeds* instagram).
d. Aplikasi dana, ovo, shopeepay dan juga *m-banking* (untuk pembayaran digital).
e. Aplikasi whatsapp bussinies (sebagai media komunikasi kepada calon pembeli).

BAB III

LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS

3.1 Profil Bisnis

Bawang Goreng EL NINO adalah usaha rumahan yang berfokus pada produksi bawang goreng. Nama El Niño sendiri merupakan dari bahasa Spanyol Amerika yang mempunyai arti “anak laki-laki”. Tercetusnya nama tersebut karena owner dari bawang goreng EL NINO mengidolakan sosok pesepak bola asal Spanyol bernama Fernando Torres yang memiliki julukan El Niño. Usaha ini di bentuk pada tanggal 10 Maret 2024 yang berlokasi di desa Jarum rt 02/ rw 01, Kecamatan Sidoharjo, Kabupaten Wonogiri, Provinsi Jawa Tengah.

Usaha ini bergerak di bidang pengolahan bawang merah mentah menjadi bawang goreng. Segment pasar dari Bawang Goreng EL NINO menarget kepada ibu-ibu rumah tangga, anak kost dan juga pengusaha kuliner yang membutuhkan bawang goreng.

Dalam suatu usaha pasti memiliki pesaing, pesaing tersebut dapat berasal dari berbagai sumber seperti, pengusaha lain yang memiliki jasa/produk yang mirip dan pengusaha yang memiliki sumber daya yang lebih besar. Bawang Goreng EL NINO tentunya memiliki pesaing yang sangat banyak mulai dari pesaing lokal maupun pesaing online. Contoh dari pesaing dari Bawang Goreng EL NINO sebagai berikut:

a. Pesaing lokal.

   Bawang Goreng EL NINO bertempatkan di kota Wonogiri, di Wonogiri sendiri banyak produsen bawang goreng salah satunya yaitu Mr Onion Bawang Goreng Wonogiri yang sudah berdiri dari tahun 2019 yang telah terjual 1000 pcs lebih dalam kurung 4 tahun terakhir.

b. Pesaing Online.

Pesaing online dari Bawang Goreng EL NINO sebagai berikut:

1) Bawang goreng KRIUK diproduksi oleh toko BANDUNG RESTOKOE sudah terjual 7,5 ribu toples dalam setahun di platform marketplace shopee.
2) Bawang goreng sanjaya di produksi oleh toko Sanjaya Berjaya sudah terjual 10 ribu toples dalam satu bulan di platform tiktok shop.

Keunggulan dan keunikan dari Bawang Goreng EL NINO salah satunya menggunakan bahan baku yang berkualitas/premium. bahan baku yang berkualitas tersebut adalah menggunakan bawang merah asal brebes, menggunakan minyak kemasan tidak menggunakan minyak curah, tanpa ada nya bahan campuran seperti tepung untuk membuat lebih krispi. Bawang Goreng EL NINO 100% bawang merah asli tanpa adanya campuran. Dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas menciptakan cita rasa yang enak dan memberikan aroma yang wangi untuk pendamping makanan. Tidak sempurna jika hanya mengandalkan bahan baku yang berkualitas, Bawang Goreng EL NINO memberikan kemasan yang menarik dan praktis untuk dibawa ke mana-mana.

Bawang Goreng EL NINO masih menggunakan teknologi manual dalam segi produksi seperti, dalam proses pengirisan bawang menggunakan pisau khusus bawang secara manual tidak menggunakan mesin pemotong, proses penirisan minyak juga tidak menggunakan mesin *spinner* karena bawang merah itu sangatlah tipis jika menggunakan mesin *spinner* teksturnya akan hancur. Teknologi digital sangat berperan penting untuk marketing dan finance. pemanfaatan media sosial untuk pemasaran agar menjangkau pasar yang lebih luas dan aplikasi keuangan yang memudahkan customer dan para pengusaha dalam melakukan transaksi. Bawang Goreng EL NINO

menggunakan aplikasi sosial media instagram untuk pemasaran dan aplikasi *m-banking* untuk melakukan transaksi.

3.2 Tinjauan Aspek Pemasaran

Dalam bisnis bawang goreng, strategi promosi yang efektif sangat penting untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan. Bawang Goreng EL NINO telah menerapkan strategi promosi berbasis digital pada waktu tiga bulan terakhir pelaksanaan bisnis. Strategi promosi tersebut menggunakan media sosial yang mempunyai banyak pengguna yaitu Instagram. Berikut beberapa strategi promosi yang telah di implementasi oleh Bawang Goreng EL NINO:

a. Penggunaan media sosial Instagram

Bawang Goreng EL NINO menggunakan *platform* media sosial Instagram *Business* sebagai promosi dan memberikan informasi produk ke calon *customer*. Media sosial Instagram sangat mudah digunakan untuk memperkenalkan produk ke khalayak umum. Penggunaan media sosial Instagram dengan cara memanfaatkan fitur *stories* dan *feeds*, fitur *feeds* sendiri memuat konten visual seperti, posting foto dan video yang berkualitas tinggi mengenai proses pembuatan bawang goreng, penyajian, dan penggunaan dalam makanan. Fitur Instagram stories digunakan sebagai membuat konten singkat yang menarik dan informatif tentang produk

b. Pemanfaatan *micro-influencer*

Untuk menjangkau lebih banyak calon customer, Bawang Goreng EL NINO memanfaatkan *micro-influencer* yang memiliki pengikut setia untuk review produk. Dilansir dari PT Whello Indonesia (*digital marketing* agensi) micro-influencer adalah seseorang yang memiliki *followers* setia di media sosial mulai dari 1.000 sampai

dengan 10.000 *followers* (Pramudyatama, 2020). *Micro-influencer* yang digunakan oleh Bawang Goreng EL NINO adalah teman-teman dan juga kerabat dari owner Bawang Goreng EL NINO itu sendiri.

3.3 Tinjauan Aspek Operasi/Produksi

Bawang Goreng EL NINO merupakan usaha yang bergerak di bidang industri pengolahan makanan, khususnya produk olahan bawang yang menghasilkan dua varian produk yaitu bawang goreng dan bawang oven. Menyadari bahwa usaha ini terbilang usaha yang baru dan belum banyak orang yang mengenal Bawang Goreng EL NINO, kami memilih untuk memproduksi produk sesuai dengan pesanan. Hal ini bertujuan untuk memastikan kesegaran dan kualitas produk yang optimal. Untuk tahapan proses produksi dalam pembuatan produk adalah sebagai berikut :

a. Proses pembelian bahan baku

Kebutuhan bahan baku utama Bawang Goreng El NINO adalah bawang merah. Jumlah kebutuhan bawang merah bervariasi tergantung pada permintaan pasar. Rata-rata, El Nino membutuhkan sekitar 10 hingga 15 kg bawang merah per bulan. Selain menggunakan bahan baku utama Bawang Goreng EL NINO membutuhkan bahan-bahan untuk proses produksi seperti, minyak goreng, bumbu (garam). Jumlah bahan baku yang dibutuhkan dalam satu bulan yaitu 10-15 kg bawang merah, 6 liter minyak goreng, 500 gr garam.

Bawang Goreng EL NINO bekerja sama dengan beberapa suplier bawang merah di Wonogiri, Jawa Tengah. Suplier-suplier ini dipilih berdasarkan beberapa kriteria, seperti kualitas bawang merah yang baik, harga yang komepetitif, dan ketepatan waktu pengiriman. Adapun daftar suplier yang digunakan oleh Bawang Goreng EL NINO sebagai berikut :

1) Bawang Merah Bima yang beralamatkan di Perum, Jl. Sendang Siwani No. B86-87, Matah, Singodutan, Kec. Selogiri, Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah 57652.
2) Grosir Bawang Merah Super Slogohimo yang beralamatkan di Kecik, Karang, Kec. Slogohimo, Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah 57694.

Harga bawang merah bervariasi tergantung pada musim dan kualitas. Rata-rata, El Nino membeli bawang merah dengan harga Rp. 25.000 sampai Rp. 45.000 per kilogram. Bawang Goreng EL Nino selalu memilih bawang merah dengan kualitas terbaik, yaitu bawang merah yang segar, tidak busuk, dan tidak berlubang.

b. Proses produksi produk

Setelah melakukan pembelian bahan baku, selanjutnya ke tahap proses produksi. Bawang Goreng El NINO menghadirkan cita rasa gurih renyah yang khas dari olahan bawang merah pilihan. Kami berkomitmen untuk memberikan produk berkualitas tinggi kepada pelanggan dengan menerapkan proses produksi yang higienis dan terkontrol. Tahap produksi pertama yaitu *prepare* alat-alat dan bahan-bahan yang akan diproduksi. Penggunaan alat dan bahan yang akan digunakan sebagai berikut:

1) Alat:
    a) Pisau dapur dan pemotong bawang.
    b) Talenan.
    c) Tampah.
    d) Baskom ukuran sedang.
    e) Saringan.
    f) Spatula.
    g) Wadah penyimpanan.
2) Bahan:

a) Bawang merah pilihan.
b) Minyak kelapa murni.
c) Garam secukupnya.

Urutan proses produksi bawang Goreng El NINO sebagai berikut:

a) Persiapan Bahan Baku.

Bawang merah dibersihkan kulit luarnya , diiris tipis, dan dicuci kembali. Setelah Bawang yang dipotong sudah bersih lalu direndam menggunakan air garam.

b) Penggorengan/Pemanggangan.

Untuk produk bawang goreng memiliki dua tahap penggorengan. Penggorengan pertama, potongan bawang yang telah direndam menggunakan air garam digoreng menggunakan minyak panas untuk menghilangkan kadar air agar tekstur bawang renyah. Penggorengan kedua digunakan untuk mendapatkan warna keemasan dan bawang benar-benar matang merata.

Pada proses pemanggangan ada beberapa tahap yang dilakukan yang pertama memanaskan oven hingga mendapat suhu yang diinginkan (sekitar 150 – 200 celcius). Tahap kedua menyusun bawang yang telah diiris kedalam loyang yang telah dilapisi alumunium foil, Tahap ketiga memasukan loyang yang sudah terisi bawang kedalam oven selama 15 menit, setelah 15 menit lalu dibalik agar matang merata dan dipanggang lagi selama 20 menit.

c) Pendinginan dan pengemasan

Setelah bawang sudah matang lalu di dinginkan dalam suhu ruang. Dirasa bawang yang dimasak sudah dingin, lalu bawang dikemas ke dalam toples kedap udara dan diberi label yang lengkap.

Lay out alat dan ruang produksi dari Bawang Goreng EL NINO dirancang dengan memperhatikan aspek kebersihan dan keamanan pangan. Ruangan produksi tersebut diatur menjadi tiga area yang sesuai dengan urutan proses produksi. Urutan proses produksi tersebut yaitu, persiapan bahan baku yang akan diolah, penggorengan/pemanggangan, dan pendinginan serta pengemasan produk.

Pada area persiapan digunakan untuk membersihkan bawang, mengiris bawang, dan mencuci bawang yang telah di iris. Untuk produk bawang goreng area penggorengan/pemanggangan digunakan untuk memasak bawang dengan minyak kelapa murni hingga berwarna kuning keemasan dan renyah, sedangkan untuk produk bawang oven sebagai area untuk memasak bawang dengan cara di panggang. Untuk area pendinginan dan pengemasan digunakan untuk mendinginkan bawang yang telah di masak, serta pengemasan produk yang sudah jadi dikemas ke dalam toples kedap udara dengan label yang lengkap.

Proses produksi Bawang Goreng EL NINO membutuhkan estimasi waktu 7-8 jam untuk setiap pesanan. Berikut estimasi *timeline* produksi dari Bawang Goreng EL NINO:

Tabel 3. 1 Timeline Produksi Bawang Goreng EL NINO

No	**Aktivitas**	**Waktu**
1.	Proses persiapan	3jam
2.	Penggorengan/pemanggangan	1-2jam
3.	Pendinginan	2jam
4.	Pengemasan	1jam
Total Waktu Produksi		**7/8jam**

Timeline tersebut terbilang lumayan lama karena, Bawang Goreng EL NINO masih menggunakan alat-alat yang sederhana yang mengakibatkan waktu terbuang cukup lama. Bawang Goreng El Nino juga menerapkan metode pengawasan kualitas yang ketat untuk memastikan bahwa produknya selalu berkualitas tinggi. Metode pengawasan kualitas yang digunakan meliputi:

a) Pemeriksaan bahan baku: Bahan baku yang digunakan diperiksa terlebih dahulu sebelum diolah.
b) Pemeriksaan proses produksi: Proses produksi diawasi dengan ketat untuk memastikan bahwa semua prosedur dilakukan dengan benar.
c) Pemeriksaan produk akhir**:** Produk akhir diperiksa sebelum dikemas dan dijual.

Produk yang dihasilkan oleh Bawang Goreng EL NINO ada dua macam yaitu, bawang goreng dan bawang oven. Jumlah produk yang dapat dihasilkan oleh Bawang Goreng EL NINO tidak dapat dihitung secara pasti, rata-rata jumlah produk yang dihasilkan sekitar 10-25 pcs toples ukuran sedang dengan berat bersih 100 gr dan 80 gr. Adapun gambar dari desain kemasan produk dan desain label Bawang Goreng EL NINO yang lengkap dengan informasi produk serta cara penyimpanan sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Label Dengan Informasi produk



Gambar 3. 2 Kemasan Produk

3.4 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Bawang Goreng EL NINO memiliki struktur organisasi yang sederhana. Terdiri dari Pemilik dan karyawan, dengan berfokus pada efisiensi dan komunikasi yang terbuka. Struktur ini membantu perusahaan untuk mencapai tujuannya dan memberikan produk berkualitas tinggi kepada pelanggan. Deskripsi pekerjaan dari struktur organisasi Bawang Goreng EL NINO sebagai berikut**:**

a. Vito sebagai *owner*: bertanggung jawab unutk mengawasi semua aspek operasi, menetepakan visi,misi perusahaan, dan melakukan strategi markerting yang baik.
b. Sri Margianti sebagai karyawan produksi: bertanggung jawab melakukan pengadaan bahan baku, dan membantu dalam proses produksi, termasuk membersihkan, mengiris, menggoreng atau memanggang bawang merah.

Sampai saat ini Bawang Goreng EL NINO masih belum merekrut karyawan baru karena keterbasan materi dan proses produksi yang belum terlalu besar. Untuk sistem perekrutan sendiri kami merekrut keluarga terdekat yang dapat membantu proses produksi. Kami yakin

dapat memproduksi produk dengan jumlah karyawan yang ada, jika suatu saat Bawang Goreng EL NINO mengalami kemajuan dapat dipastikan akan merekrut banyak karyawan guna menunjang proses produksi.

Untuk sistem pembayaran gaji dan kompensasi, kami tetap membayar/memberikan gaji kepada karyawan Bawang Goreng EL NINO dihitung dari setiap besarnya produksi yang dihasilkan. Jadi untuk sistem gaji tidak dibayarkan per bulan, melainkan per produksi yang dilakukan. Kami juga memberikan bonus 10% kepada karyawan pada saat proses produksi mengalami kenaikan pesanan dan melampaui jam yang telah ditetapkan atau lembur. Hal ini bertujuan agar karyawan semakin semangat dalam bekerja serta mendapat gaji yang sebanding dengan pekerjaan yang dilakukan.

3.5 Tinjauan Aspek Keuangan

Dalam aspek keuangan, Bawang Goreng EL NINO melakukan pecatatan perkembangan keuangan dengan bisnis yang telah berjalan selama tiga bulan bisnis.Pencatatan tersebut terdiri dari perkembangan penjualan, pengeluaran, dll. Dibawah ini penulis mencoba menguraikan perkembangan keuangan Bawang Goreng EL NINO dari bulan Maret 2024 sampai dengan awal Juni 2024.

3.5.1 Total Penjualan

No	Bulan	Keterangan	Harga Per Unit	Jumlah unit terjual	Total Penjualan
1.	Maret	Bawang goreng 140gr	Rp. 46.000	15 unit	Rp. 690.000
		Bawang goreng 80gr	Rp. 30.000		
		Bawang oven 100gr	Rp. 58.000		
2.	April	Bawang goreng 140gr	Rp. 65.000	10 unit	Rp. 650.000
		Bawang goreng 80gr	Rp. 35.000		
		Bawang oven 100gr	Rp. 58.000		
2.	Mei	Bawang goreng 140gr	Rp. 65.000	3 unit	Rp. 195.000
		Bawang goreng 80gr	Rp. 35.000	42 unit	Rp. 1.470.000
		Bawang oven 100gr	Rp. 58.000		
Total Penjualan				**70 unit**	**Rp. 3.005.000**

Tabel 3. 2 Total Penjualan Produk bulan Maret – Mei 2024

3.5.2 Total Produksi

Tabel 3. 3 Total Produksi Produk Bawang Goreng EL NINO

No.	Bulan	Keterangan	Bawang goreng 140gr	Bawang goreng 80gr	Bawang oven 100gr
1.	Maret	Unit diproduksi	15 unit		
		Persediaan akhir			

2.	April	Unit diproduksi	10 unit		
		Persediaan akhir			
3.	Mei	Unit diproduksi	3 unit	42 unit	
		Persediaan akhir			
Total unit terjual			**28 unit**	**42 unit**	

3.5.3 Pembelian Bahan Baku

Tabel 3. 4 Tabel Total Pembelian Bahan Baku

No.	Bulan	Keterangan	Rincian	Sub total	Total
1	Maret	Bawang Merah	10 kg	250.000	Rp. 351.500
		Minyak goreng	6 liter	96.000	
		Garam	1 pcs	5.500	
2.	April	Bawang merah	11 kg	385.000	Rp. 449.000
		Minyak goreng	4 liter	64.000	
3.	Mei	Bawang merah	8 kg	280.000	Rp. 344.000
		Minyak goreng	4 liter	64.000	
Total Biaya Pembelian Bahan Baku					**Rp. 1.141.500**

3.5.4 Biaya Operasi

Tabel Total Biaya Operasi

No.	Bulan	Keterangan	Biaya	Total biaya
1.	Maret	Gaji karyawan	350.000	Rp. 460.000
		Listrik dan air	50.000	
		BBM	40.000	
		Gas	20.000	
2.	April	Gaji karyawan	50.000	Rp. 100.000
		Listik dan air	50.000	
3.	Mei	Gaji karyawan	450.000	Rp. 615.000
		Listrik,air, internet	100.000	

		Canva premium	25.000	
		Gas	20.000	
		BBM	20.000	
Total Biaya Operasi				**Rp 1.175.000**

3.5.5 Biaya Overhead

Tabel 3. 5 Total Biaya Overhead

No.	Bulan	Keterangan	Harga	Jumlah unit	Total harga
1.	Maret	Toples hexagonal	2.800	25 unit	Rp. 70.000
		Plastik segel	300	50 unit	Rp. 15.000
		Stiker label kemasan	880	25 unit	Rp. 22.000
2.	April	Toples ukuran sedang	2.240	25 unit	Rp. 56.000
3.	Mei	Toples ukuran sedang	2.240	25 unit	Rp. 56.000
		Stiker label kemasan	880	25 unit	Rp. 22.000
Total Overhead					**Rp. 241.000**

3.5.6 Biaya Investasi

Tabel 3. 6 Total Biaya Investasi

Nama Alat	Jumlah		Harga Satuan	Total
Kompor dua tungku	1	Unit	Rp. 318.000	Rp. 318.000
Tabung gas 3 kg	1	Unit	Rp. 150.000	Rp. 150.000
Wajan penggorengan	2	Unit	Rp. 25.000	Rp. 50.000
Baskom	3	Unit	Rp. 10.000	Rp. 30.000
Toples jumbo	2	Unit	Rp. 35.000	Rp. 70.000
Ember	1	Unit	Rp. 20.000	Rp. 20.000
Spatula	2	Unit	Rp. 5.000	Rp. 10.000
Tampah/nampan bambu	2	Unit	Rp. 30.000	Rp. 60.000
Pemotong bawang	2	Unit	Rp. 50.500	Rp. 101.000

Serok penggorengan	2	Unit	Rp. 10.000	Rp. 20.000
Oven kompor	1	Unit	Rp. 120.000	Rp. 120.000
Total Biaya Investasi				**Rp. 949.000**

3.5.7 Harga Pokok Produk (HPP)

Tabel 3. 7 Harga Pokok Produk

Keterangan	**Nominal**
Total biaya pembelian bahan baku	Rp. 1.141.500
Total biaya overhead	Rp. 241.000
Total Harga Pokok Produk (HPP) yang siap dijual (70 unit)	Rp. 1.382.000

3.5.8 Laporan Laba/Rugi

Tabel 3. 8 Laporan Laba/Rugi Pada 3 bulan Bisnis Berjalan

Laporan Laba Rugi Bulan Maret – Mei 2024	
Penjualan	Rp. 3.005.000
Harga Pokok Produk	Rp. 1.382.000
Laba Kotor	**Rp. 1.623.000**
Biaya Operasi	Rp. 1.175.000
Laba Bersih	**Rp. 448.000**

3.5.9 Laporan Arus Kas

Tabel 3. 9 Arus Kas 3 Bulan Usaha Berjalan

Rincian	**Maret (Rp)**	**April (Rp)**	**Mei (Rp)**
Beginning	1.500.000	322.000	367.000
Cash Sales	690.000	650.000	1.665.000

Cash Out	1.867.500	605.000	1.037.000
Cash Available	322.000	367.000	995.000
Cash Flow Total	**322.000**	**367.000**	**995.000**

Tabel 3. 10 Laporan Arus Kas

Bawang Goreng EL NINO **Laporan Arus Kas** **Periode yang berakhir pada 2 Juni 2024**		
Arus kas dari aktivitas operasi		
Kas diterima dari pelanggan	3.005.000	
Dikurangi pembelian beban bahan baku dan biaya operasi	2.316.500	
Arus kas bersih dari aktivitas operasi		688.500
Arus kas dari aktivitas investasi		
Pembayaran kas untuk pembelian alat		949.000
Arus kas bersih dari aktivitas Investasi		-260.500
Arus kas dari aktivitas pendanaan		
Pemberian modal oleh pemilik	1.500.000	
Dikurangi kas oleh pemilik		688.500
Arus kas bersih dari aktivitas pendanaan		-
Arus kas bersih dan saldo kas		**551.000**

3.5.10 Laporan Neraca

Tabel 3. 11 Laporan Neraca

LAPORAN NERACA BAWANG GORENG EL NINO Per Juni 2024			
AKTIVA		**PASIVA**	
Aktiva Lancar		**Kewajiban**	
Kas	Rp. 551.000	Hutang Usaha	-
Total Aktiva lancar	Rp. 551.000	Total Kewajiban	-
Aktiva tetap		**Ekuitas**	
Peralatan	Rp. 949.000	Modal	Rp. 1.500.000
Total Aktiva Tetap	Rp. 949.000	Total Ekuitas	Rp. 1.500.000
TOTAL AKTIVA	**Rp. 1.500.000**	**TOTAL PASIVA**	**Rp. 1.500.000**

3.6 Aspek Teknologi Digital

Bawang Goreng EL NINO sebagai usaha yang bergerak di bidang produksi dan penjualan bawang goreng, telah melangkah maju dengan memanfaatkan teknologi digital untuk menunjang proses bisnisnya. Pemanfaatan teknologi yang digunakan oleh Bawang Goreng EL NINO antara lain, seperti penggunaan *gadget,* aplikasi *e-commerce*, aplikasi media sosial, dan aplikasi desain. Adapun dari penjelasan pengunaan teknologi yang telah diterapkan Bawang Goreng EL NINO sebagai berikut:

a. Penggunaan *Gadget*

Smartphone dan laptop menjadi sahabat setia Bawang Goreng EL NINO dalam menjalankan berbagai aspek bisnis. Mulai dari komunikasi internal/eksternal, pemesanan bahan baku, hingga pencatatan keuangan, semua dimudahkan dengan perangkat digital ini. Untuk berkomunikasi dengan karyawan, pemasok, dan pelanggan secara efektif dan efisien, Bawang EL NINO menggunakan aplikasi pesan instan (SMS, Whatsapp) serta email. Bawang Goreng EL NINO memanfaatkan aplikasi e-commerce untuk pemesanan bahan baku jika, bahan baku dari pemasok langgangan mengalami kekosongan stok. Selain itu, Bawang Goreng EL NINO menggunakan aplikasi pencatatan keuangan seperti, *Spreadsheet* untuk mencatat transaksi penjualan dan pengeluaran dengan rapi dan akurat.

b. Penggunaan aplikasi *e-commerce*

Dunia digital telah membuka gerbang baru bagi Bawang Goreng EL NINO. Melalui *platform e-commerce*, Bawang Goreng EL NINO dapat menjangkau *customer* di seluruh Indonesia. Dengan jangkauan yang luas dapat memungkinkan Bawang Goreng EL NINO meningkatkan peluang penjualan. Aplikasi e-commerce juga memudahkan pelanggan untuk mencari, memilih, dan membeli produk dari Bawang Goreng EL NINO secara online dan

mempunyai sistem pembayaran online yang aman. Aplikasi e-commerce yang digunakan oleh Bawang Goreng EL NINO ada dua yaitu, Shopee dan Facebook *Marketplace*.

c. Penggunaan aplikasi media sosial

Media sosial menjadi platform penting bagi Bawang Goreng EL NINO untuk membangun *brand awareness,* menjalin hubungan dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan menarik pelanggan baru. Selain itu Bawang Goreng EL NINO mempromosikan produk melalui media sosial untuk menarik calon pelanggan dan meningkatkan penjualan. Media sosial yang digunakan Bawang Goreng EL NINO yakni, media sosial Instagram *Business* karena mudah untuk digunakan dan banyak pengguna media sosial ini di Indonesia.

d. Penggunaan aplikasi desain

Bawang Goreng EL NINO juga memanfaatkan lain untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam berbagai aspek bisnis salah satunya, penggunaan aplikasi desain. Bawang Goreng EL NINO menggunakan aplikasi desain seperti, Canva dan Affinity Desainer untuk membuat materi promosi yang menarik dan profesional, seperti label kemasan, dan konten media sosial. Penerapan teknologi digital telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi Bawang Goreng EL NINO. Teknologi ini membantu meningkatkan jangakauan bisnis, sehingga Bawang Goreng EL NINO dapat bersaing di pasar yang kompetitif dan mencapai kesuksesan yang berkelanjutan.

BAB IV

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

4.1 Identifikasi Masalah

Setiap bisnis, baik yang baru berdiri maupun yang sudah lama beroperasi, pasti menghadapi berbagai tantangan dan hambatan yang perlu diatasi untuk mencapai kesuksesan. Seperti halnya bisnis Bawang Goreng EL NINO, yang memiliki banyak permasalahan pada saat bisnis ini dilakukan. Dalam dunia bisnis yang dinamis dan kompetitif, identifikasi masalah merupakan langkah awal yang sangat penting. Proses ini membantu bisnis untuk memahami isu-isu yang dihadapi dan merumuskan strategi yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut. Untuk memberikan gambaran yang lebih baik, penulis akan menjelaskan beberapa masalah yang muncul selama operasi bisnis bawang goreng EL NINO:

4.1.1 Bidang Pemasaran

Dalam bidang pemasaran terdapat beberapa masalah yang dihadapi. Pada awal usaha ini terbentuk, lumayan kesulitan untuk menentukan bagaimana strategi pemasaran yang akan dilakukan. Mengingat usaha bawang goreng ini memiliki tingkat persaingan yang tinggi antar produsen. Banyaknya produsen dengan olahan bawang goreng baik skala kecil maupun besar membuat Bawang Goreng EL NINO harus bekerja keras untuk melakukan *branding* agar menonjol dari kompetitor lain dan dapat menjangkau pasar yang luas. Maka dari itu Bawang Goreng EL NINO lumayan kesulitan untuk melakukan branding bisnis ini kepada calon pelanggan.

4.1.2 Bidang produksi/operasi

Dalam proses produksi, Bawang Goreng EL NINO mengalami beberapa kendala seperti, kenaikan harga bahan baku dan waktu pengolahan yang lama. Fluktuasi harga dan ketersediaan bawang merah sebagai bahan baku utama dapat menyebabkan ketidakstabilan dalam produksi dan harga jual. Hal ini dapat berakibat pada penurunan keuntungan dan kepuasan pelanggan. Bawang Goreng EL NINO masih menerapkan proses produksi secara manual, mulai dari pengupasan, pengirisan, dan pencucian bawang merah yang dapat memakan waktu lama. Hal ini dapat menurunkan efisiensi waktu yang telah digunakan.

4.1.3 Bidang sumber daya manusia

Pada saat berlangsungnya proses produksi, Bawang Goreng EL NINO sering mengalami kendala terkait masalah SDM. Karena Bawang Goreng EL NINO hanya memiliki satu karyawan sebagai tulang punggung produksi dalam bisnis ini. Hal ini mengakibatkan kapasitas produksi yang terbatas dan memangkas waktu yang lama di setiap proses produksi.

4.1.4 Bidang keuangan

Pada awal bisnis ini sudah berjalan, Bawang Goreng EL NINO hanya melakukan pencatatan keuangan dengan menggunakan metode arus kas masuk dan arus kas keluar. Kemudian pada laporan akhir proyek bisnis tertera laporan laba/rugi. Permasalahan yang terjadi yakni, Owner bawang goreng el nino belum memiliki pengetahuan yang lebih tentang finance. Sehingga Owner hanya melakukan pencatatan keuangan sesuai dengan pemahaman Owner itu sendiri. Seiring dengan berjalannya waktu, Owner dari bisnis ini merasa perlu untuk membuat laporan keuangan yang sesuai dengan SAK (Standar Akuntansi Keuangan) pada bisnis ini.

4.2 Pemecahan Masalah

Dari berbagai permasalahan yang telah dijelaskan oleh penulis sebagaimana diatas**,** bahwasanya ada tindakan yang telah dilakukan Bawang Goreng EL NINO untuk mengurangi bahkan menangani permasalahan tersebut**.** Berikut penulis akan menjelaskan beberapa tindakan yang telah dilakukan untuk permasalahan yang dialami oleh Bawang Goreng EL NINO:

4.2.1 Bidang pemasaran

Terdapat permasalahan yang dialami oleh Bawang Goreng EL NINO dalam bidang pemasaran. Permasalahan tersebut adalah lumayan susahnya untuk membranding Bawang Goreng EL NINO kepada calon customer dan masyarakat luas. Ada beberapa hal yang dilakukan Bawang Goreng EL NINO untuk mengatasi masalah tersebut.

a. Mengembangkan identitas brand yang kuat dengan cara membuat logo yang menarik, kemasan yang menarik dan menentukan *positioning* brand yang jelas serta membuat *tagline* yang mudah diingat seperti, " Bawang renyah tanpa tepung"
b. Memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk promosi dengan cara membuat konten *marketing* ataupun konten yang berisi informasi mengenai produk, dan bekerjasama dengan *micro-influencer* untuk mempromosikan produk dari Bawang Goreng EL NINO di media sosial mereka.

4.2.2 Bagian produksi/operasi

Terdapat dua masalah yang dialami Bawang Goreng EL NINO pada bagian proses produksi. Yang pertama adalah terjadinya kenaikan harga bahan baku. Permasalahan ini dapat diminimalisir dengan cara menjalin kerjasama dengan banyak pemasok bahan baku. Hal ini dapat membantu memastikan ketersediaan bahan baku dengan harga yang stabil. Apabila

pemasok tidak mempunyai ketesediaan bahan baku, Bawang Goreng EL NINO terpaksa menghitung ulang HPP (Harga Pokok Penjualan) untuk memperhitungkan kenaikan harga jual dan mengurangi isi produk.

Kemudian untuk permasalahan yang kedua adalah lamanya waktu yang digunakan untuk proses produksi. Pada permasalahan ini Bawang Goreng EL NINO berinisiasi untuk membeli mesin pengupas dan pemotong bawang otomatis. Mesin ini dapat melakukan pekerjaan dengan lebih cepat dan efisien, sehingga dapat menghemat waktu.

4.2.3 Bagian sumber daya manusia

Dalam bagian bidang SDM, hingga kini kami Bawang Goreng EL NINO hanya memiliki satu cara untuk mengatasi permasalahan yang ada. Permasalahan yang dialami Bawang Goreng EL NINO yakni kurangnya SDM ketika adanya pesanan bawang goreng yang masuk dengan jumlah yang cukup banyak. Satu-satunya cara yang dilakukan oleh Bawang Goreng EL NINO adalah dengan menarik tetangga sekitar untuk membantu proses produksi.

4.2.4 Bagian keuangan

Sebagaimana yang telah tertulis pada proposal bisnis ini, pada aspek keuangan Bawang Goreng EL NINO memiliki rancangan untuk biaya tetap, biaya variabel, biaya investasi, neraca, laba/rugi dan arus kas 3 bulan. Dan pada proses pelaksanaan bisnis ini, penulis tidak melakukan pencatatan untuk neraca disetiap bulannya, yang mana berguna untuk mengetahui kondisi perusahaan. Penulis menyadari bahwa apa yang dilakukan adalah salah, namun penulis mencoba menanganinya dengan cara memberikan pencatatan neraca selama 3 bulan pelaksanaan bisnis ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT

5.1 Kesimpulan

Bawang Goreng EL NINO merupakah bisnis yang bergerak pada pengolahan makanan ringan, khususnya olahan bawang merah. Bisnis ini dibentuk pada Tanggal 10 Maret 2024 dan sampai saat ini telah berjalan kurang lebih 3 bulan. Beberapa produk yang dihasilkan dari bisnis ini yaitu, bawang goreng dan bawang oven. Dari 3 bulan bisnis ini berjalan, Bawang Goreng EL NINO berhasil menjual 70 pcs produk bawang goreng, yang mana mengalami kenaikan dan penurunan penjualan di setiap bulannya. Di bulan pertama bisnis ini berjalan mampu menjual 15 pcs bawang goreng. Di bulan kedua mengalami penurunan penjualan yang hanya terjual 10 pcs saja. Di bulan ketiga mengalami kenaikan penjualan yang drastis dari bulan sebelumnya yakni, dapat menjual 25 pcs bawang goreng. Total keseleruhan omzet Bawang Goreng EL NINO selama 3 bulan ini kurang lebih adalah 2 juta rupiah. Keberhasilan peningkatan penjualan ini didukung oleh pemanfaatan media sosial dan bekerja sama dengan *micro-influencer*.

Terdapat beberapa masalah yang harus dihadapi Bawang Goreng EL NINO, baik dari permasalahan internal maupun eksternal, seperti persaingan yang semakin ketat, kurangnya alat-alat penunjang proses produksi, dan fluktuasi harga bahan baku. Dari permasalahan-permasalahan tersebut, Bawang Goreng EL NINO tetap berusaha untuk menyelesaikan satu persatu masalah dengan berbagai cara dan usaha.

5.2 Tindak Lanjut

Untuk terus bertahan dan berkembang, Bawang Goreng EL NINO akan melakukan beberapa rencana kedepannya. Bawang Goreng EL NINO akan melakukan diversifikasi

produk. Diversifikasi produk ini, seperti peluncuran varian bawang goreng dengan bumbu pedas, manis, atau varian rendah kalori. Dengan adanya diversifikasi produk ini, agar dapat menarik lebih banyak konsumen dan memenuhi selera konsumen. Selanjutnya memperkuat *brand* melalui strategi pemasaran yang lebih agresif dan kreatif, seperti *social media campaign, event sponsorship,* dan kolaborasi dengan influencer terkenal. Tidak sampai situ saja, Bawang Goreng EL NINO juga akan mengoptimalisasi *e-commerce* agar dapat memprerluas jangkauan pasar.

Harapan untuk kedepannya, Bawang Goreng EL NINO dapat mengembangkan bisnis dan terus tumbuh sebagai salah satu pemain utama dalam industri olahan makanan ringan ini. Dari yang awalnya karyawan Bawang Goreng EL NINO hanya memiliki satu orang, diharapkan untuk kedepannya bisa membuka lapangan pekerjaan bagi orang-orang yang membutuhkan.

5.3 Komponen Bagian Akhir

1. Catatan Aktivitas Bisnis

Tabel 5. 1 Catatan Aktivitas Bisnis

***Periode*: bulan pertama.**

Tanggal	Waktu	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
11 Maret 2024	Pagi	Membeli toples kemasan.			Owner
13 Maret 2024	Pagi	Memesan bahan baku utama (bawang merah) ke *supplier*.			Owner
14 Maret 2024	Pagi	Mengambil bahan baku yang telah di pesan di hari sebelumnya.			Owner
15 Maret 2024	Pagi	Melakukan proses produksi.			Produksi
16 Maret 2024	Pagi	Membeli plastik segel.			Produksi
	Sore	Pengemasan produk.			Produksi

Tanggal	Waktu	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
18 Maret 2024	Siang	Membuat akun WA *business*.			Owner
19 Maret 2024	Pagi	Memposting foto produk di *story* WA.			Owner
20 Maret 2024	Pagi	Menerima pesanan.			Owner

21 Maret 2024	Siang	Promosi di WA.	Belum ada yang beli.	Belum ada.	Owner

Tanggal	**Waktu**	**Aktivitas Bisnis**	**Permasalahan**	**Solusi**	**Penanggung Jawab**
25 Maret 2024	Pagi	Mengantar pesanan.			Owner
27 Maret 2024	Malam	Menerima pesanan.			Owner
28 Maret 2024	Siang	Mengantar pesanan.			Owner
29 Maret 2024	Pagi	Membeli bahan baku			Owner
31 Maret 2024	Pagi	Melakukan proses produksi.			Produksi & Owner
	Sore	Pengemasan produk.			Produksi

Tanggal	**Waktu**	**Aktivitas Bisnis**	**Permasalahan**	**Solusi**	**Penanggung Jawab**
1 April 2024	Pagi	Membuat logo produk.			Owner
2 April 2024	Siang	Memesan *sticker* logo untuk kemasan produk.			Owner
4 April 2024	Sore	Mengambil stiker yang telah di pesan.			Owner
	Pagi	Promosi produk di WA.	Belum ada yang beli.	Meminta bantuan orang terdekat untuk mempromosikan di WA.	
5 April 2024	Malam	Menerima pesanan.			
6 April 2024	Pagi	Mengantar pesanan.			

***Periode*: bulan kedua.**

Tanggal	Waktu	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
8 April 2024	Pagi	Membeli bahan baku.	Harga bahan baku naik.	Belum ada.	Owner
9 April 2024	Pagi	Melakukan proses produksi.	Mendekati hari lebaran, harga bahan baku naik.	Menaikkan harga jual.	Owner & Bagian Produksi
	Sore	Proses pengemasan produk.			Produksi
11 April 2024	Siang	Melakukan promosi di WA.	Belum ada yang tertarik.	Belum ada.	Owner
12 April 2024	Pagi	Menerima Pesanan.			Owner

Tanggal	Waktu	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
15 April 2024	Pagi	Membuat akun *marketplace* facebook.			Owner
	Siang	Melakukan foto produk untuk katalog di marketplace facebook.			Owner
	Malam	Mengedit foto produk agar lebih menarik dan mengupload di			Owner

		marketplace facebook.			
16 April 2024	Siang	Mengantar pesanan.			Owner
17 April 2024	Pagi	Menerima Pesanan.			Owner
	Sore	Mengatar pesanan.			
18 April 2024	Pagi	Melakukan promosi di WA.	Belum ada yang beli.	Belum ada.	
19 April 2024	Siang	Menerima pesanan.			
	Malam	Mengantar pesanan.			

Tanggal	**Waktu**	**Aktivitas Bisnis**	**Permasalahan**	**Solusi**	**Penanggung Jawab**
22 April 2024	Pagi	Membeli toples kemasan.	Harga toples tempat supplier naik.	Membeli toples di aplikasi *e-commerce*	Owner
23 April 2024	Pagi	Membuat akun *e-commerce* shopee,			
24 April 2024	Siang	Melakukan promosi di WA.	Belum ada yang tertarik.	Belum ada.	Owner

Tanggal	**Waktu**	**Aktivitas Bisnis**	**Permasalahan**	**Solusi**	**Penanggung Jawab**
3 Mei 2024	Pagi	Memesan bahan baku ke supplier.	Harga bahan baku masih naik.	Belum ada.	Owner
4 Mei 2024	Pagi	Mengambil bahan baku yang telah di pesan.			Owner

***Periode*: bulan ketiga.**

Tanggal	Waktu	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
6 Mei 2024	Pagi	Membuat akun media sosial Instagram Business.			Owner
	Sore	Foto produk untuk d*esign feeds* Instagram *Business.*			Owner
	Malam	Membuat *design feeds* Instagram *Business*.			Owner
7 Mei 2024	Pagi	Memposting konten *feeds* yang telah di buat di Instagram *business*.			Owner
	Siang	Membuat *design* konten (*pre-order*) untuk di upload di fitur IG story.			Owner
9 Mei 2024	Pagi	Menerima pesanan dan proses produksi.			Owner & Bagian Produksi
10 Mei 2024	Siang	Mengantar pesanan ke *customer* yang telah di *pre-order*.			

Tanggal	Waktu	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
13 Mei 2024	Pagi	*Design* label produk yang baru.			Owner
15 Mei 2024	Siang	Membeli toples kemasan ke *supplier*.			Owner
16 Mei 2024	Pagi	Membeli bahan baku	Harga masih naik.	Belum ada.	Owner
17 Mei 2024	Pagi	Foto produk untuk *marketplace* shopee.			Owner
19 Mei 2024	Malam	Membuat *design pre-order* untuk IG *story*.			Owner

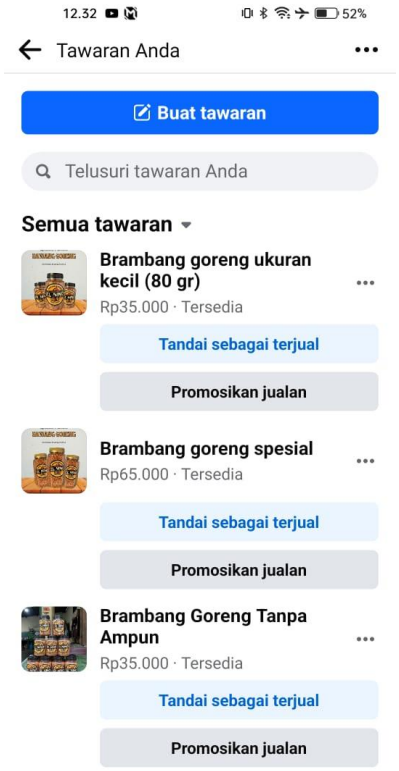
Tanggal	Waktu	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
20 Mei 2024	Pagi	Proses produksi dan mengupload konten *pre-order* di IG *story*.			Owner
	Malam	Proses pengemasan produk.			Bagian Produksi
23 Mei 2024	Siang	Membuat konten untuk promosi dan menerima pesanan.			Owner
24 Mei 2024	Siang	Mengantar pesanan.			Owner
	Sore	Membuat video dengan teman untuk promosi di upload di IG story.			Owner
25 Mei 2024	Siang	Mengupload konten di IG *story* dan menerima pesanan.			Owner
26 Mei 2024	Sore	Mengantar pesanan.			Owner

Tanggal	Waktu	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
27 Mei 2024	Pagi	Membeli bahan baku dan proses produksi.	Harga masih mahal.	Belum ada.	Owner
	Sore	Pengemasan produk			Bagian Produksi
28 Mei 2024	Pagi	Menerima pesanan			Owner
	Siang	Mengantar Pesanan			Owner
29 Mei 2024	Pagi	Membuat website			Owner
30 Mei 2024	Pagi	Menerima Pesanan			Owner
	Sore	Mengantar pesanan			Owner
	Malam	Menguoplad foto produk di IG story.			Owner
1 Juni 2024	Siang	Foto produk untuk konten IG *Business*.			Owner
	Malam	Edit foto produk untuk konten IG dan promosi.			Owner
2 Juni 2024	Pagi	Upload foto yang telah di edit di IG *story*.			Owner

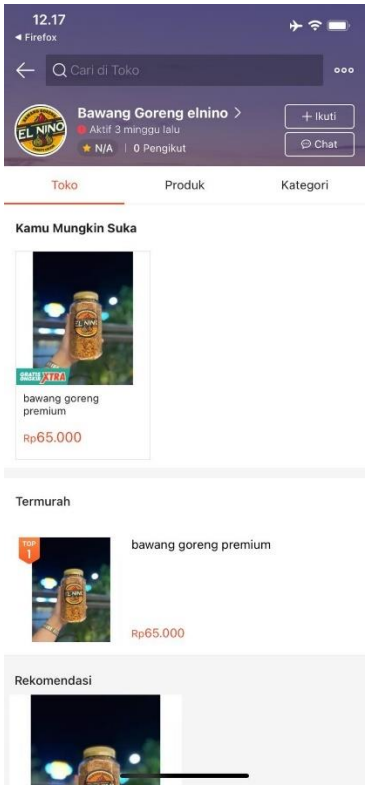
2. Dokumentasi



Gambar 5. 2 Akun Instagram Bawang Goreng EL NINO



Gambar 5. 1 Facebook Marketplace Bawang Goreng EL NINO



Gambar 5. 4 Shopee Bawang Goreng EL NINO



Gambar 5. 3 Foto Produk



Gambar 5. 5 Proses Pemotongan bawang



Gambar 5. 6 Proses Pencucian bawang



Gambar 5. 7 Pemberian Bumbu



Gambar 5. 8 Proses Penggorengan Bawang



Gambar 5. 10 Proses Pengemasan



Gambar 5. 9 Pemberian Stiker Label Kemasan



Gambar 5. 12 Konten Video Instagram



Gambar 5. 11 Konten History Instagram



Gambar 5. 14 Pemanfaatan *Micro-influencer*



Gambar 5. 13 Pemanfaatan *Micro-influencer*



Gambar 5. 16 Testimoni Customer



Gambar 5. 15 Pengantaran Pesanan Kepada Pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

Alfarisi, A. (2019). Perumusan Strategi Business Model Canvas (BMC) pada Perusahaan Sandal Toyosima Singosari. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1–14.

Kusnandar, V. B. (2022). *10 Provinsi Penghasil Bawang Merah Terbesar Nasional pada 2021*. *2021*, 1–3.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Movement, T. (2012). Business Model Generation. In *Kybernetes* (Vol. 41, Issue 5/6). https://doi.org/10.1108/03684921211261761

Pramudyatama, Y. (2020). *Pengertian dan Jenis-Jenis Influencer Marketing*.

Richardson, J. (2008). The business model: an integrative framework for strategy execution. *Strategic Change*, *17*(5–6), 133–144. https://doi.org/10.1002/jsc.821

Sunaryo, T. (2019). *Indonesia Sebagai Negara Kepulauan*. *2*(2).

Zuhriyah. (2023). *Apa Saja Potensi Sumber Daya Alam di Pulau Jawa?* Tirto.ID.