



BAB I

PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Ide Bisnis

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan ataupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro (Kompas.com, 2022). Pada tahun 2009 hingga tahun 2016 terdapat lebih dari 59.000.000 unit UMKM yang meningkat 100% setiap tahunnya. Salah satu UMKM yang terdapat di Indonesia adalah UMKM *food and beverage* yang pada tahun 2020 mencapai 555.000.000 unit yang diprediksikan akan meningkat pada tahun 2021 sebesar 5% sampai 7%. Salah satu UMKM dalam bidang *food and beverage* di Indonesia adalah Dodol Beko (Pojokkita.com, 2020).

Dodol Beko bergerak di industry food and beverage yang menjual makanan khas Betawi yaitu dodol. Dodol adalah camilan yang terbuat dari campuran santan kelapa yang ditambahkan tepung ketan dan gula aren yang dapat ditemukan di pesta pernikahan dan juga perayaan hari besar umat muslim seperti bulan ramadhan, idul fitri dan idul adha.

Awal mula membuat usaha Dodol Beko dimulai dari pemilik Dodol Beko mengikuti perlombaan konsep design produk pada tahun 2016. Dalam perlombaan tersebut pemilik tidak memenangkan perlombaan tetapi konsep design yang telah mereka buat dijadikan peluang untuk membangun usaha, akhirnya pada tanggal 30 November 2016 didirikan bisnis yang diberikan nama Dodol Beko.

Dodol Beko pada awalnya hanya menjual di Shopee, Tokopedia dan Instagram. Perlahan Dodol Beko berkembang dan Dodol Beko diperjualbelikan di beberapa hotel di Jakarta. Dodol Beko juga rutin mengikuti event – event bazar yang berada

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



di daerah Jakarta. Pada Desember 2019 Dodol Beko pernah membuka booth di MRT tetapi harus tutup karena terdampak pandemi dan operasional MRT ditutup selama 3 bulan. Saat ini Dodol Beko kembali berjualan melalui Shopee, Tokopedia dan Instagram saja.

Dodol Beko saat ini ingin melakukan pengembangan terhadap usahanya dengan didukung kondisi di Indonesia yang sudah mulai pulih. Pengembangan usaha Dodol Beko dimulai dengan berinovasi membuat varian produk Betawi yang baru diberi nama Kembang Goyang. Dengan terus melakukan inovasi – inovasi yang berbeda dibandingkan dengan penjual dodol lainnya Dodol Beko memiliki keunikan tersendiri dengan memasukkan produk jajanan Betawi lainnya.

Dodol Beko melakukan *re-branding* usahanya dengan memperbarui sistem danemasannya agar lebih menarik perhatian konsumen. Dodol Beko dari awal mulanya menjual dodol varian produk saja karena dinamakan Dodol Beko hingga menjadi sebuah *brand* yang menjadi pusat oleh-oleh jajanan nusantara yang tetap konsisten menjual produk-produk jajanan Betawi agar ciri khas dari suatu *brand* tidak hilang.

B. Gambaran Usaha

1. Bidang Usaha

Dodol Beko adalah UMKM yang menjual berbagai macam jenis dodol, mulai dari dodol original, dodol almond dan dodol wijen. Dodol Beko sudah berdiri sejak 2016 dan akan terus mengembangkan bisnisnya hingga masuk ke pasar luar negeri. Dodol adalah camilan yang terbuat dari campuran santan kelapa yang ditambahkan tepung ketan dan gula aren. Dodol pasti disajikan pada saat pesta pernikahan adat Betawi, tetapi saat ini dodol bisa ditemukan dan didapatkan dengan mudah tidak hanya dalam pesta pernikahan saja (Picnicdodolgarut.com, 2022).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Visi

Disaat kita mendirikan suatu usaha/bisnis sangatlah penting mempunyai cita-cita kedepannya akan seperti apa jika suatu usaha dijalankan kemudian terus berkembang atas jerih payah & semangat juang yang telah dilakukan. Visi adalah tujuan yang ingin perusahaan capai, termasuk impian, serta cita-cita perusahaan di masa depan (Wiyanto *et. al.*, 2023:84). Visi dari Dodol Beko, yaitu:

“Mewujudkan jajanan khas betawi dengan cita rasa *authentic* dan nikmat”.

3. Misi

Misi adalah langkah-langkah atau tindakan yang nyata demi untuk mewujudkan visi itu sendiri. Misi bisa menjadi suatu pedoman suatu usaha/bisnis dalam melakukan aktivitas bisnisnya (Wiyanto *et. al.*, 2023:84-85). Misi dari Dodol Beko meliputi:

- a. Memiliki rasa dodol yang unik dan terus berinovasi.
- b. Memberikan pelayanan terbaik dan profesional.
- c. Memperkenalkan jajanan kuliner Betawi hingga kancah internasional.

4. Tujuan Perusahaan

a. Tujuan Jangka Pendek

Tujuan jangka pendek (*short term goals*) merupakan bagian turunan dari visi perusahaan, yang berupa sasaran/target yang harus dicapai dalam-kurun waktu yang pendek, biasanya diantara satu sampai tiga tahun kedepan.

Tujuan Jangka Pendek dari pengembangan bisnis Dodol Beko:

- 1) Meningkatkan penjualan *sales* sebesar 10% - 15% per tahun.
- 2) Meraih keuntungan laba 5% dari penjualan yang didapatkan.
- 3) Luas pemasaran mencakup bidang *online* saja seperti Tokopedia, Shopee dan Instagram.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Tujuan Jangka Menengah

Tujuan jangka menengah merupakan bagian yang dirumuskan ke dalam visi suatu perusahaan, yang memiliki kurun jangka waktu tiga hingga lima tahun ke depan. Tujuan Jangka menengah dari pengembangan bisnis Dodol Beko:

- 1) Meningkatkan penjualan *sales* sebesar 20% - 25% per tahun.
- 2) Meraih keuntungan laba 10% dari penjualan yang didapatkan.
- 3) Menambah pemasaran dari *external* dengan membuka lapak tim *reseller* produk Dodol Beko.

c. Tujuan Jangka Panjang

Tujuan jangka panjang (*long term goals*) merupakan bagian yang direalisasikan ke dalam visi suatu perusahaan, yang memiliki kurun jangka waktu lebih dari lima tahun kedepan. Tujuan jangka panjang dari pengembangan bisnis Dodol Beko:

- 1) Meningkatkan penjualan *sales* sebesar 30% – 35% per tahun.
- 2) Meraih keuntungan laba 15% dari penjualan yang didapatkan.
- 3) Memiliki usaha *offline* di daerah strategis di ibukota Pusat Jakarta.

C Besarnya Peluang Bisnis

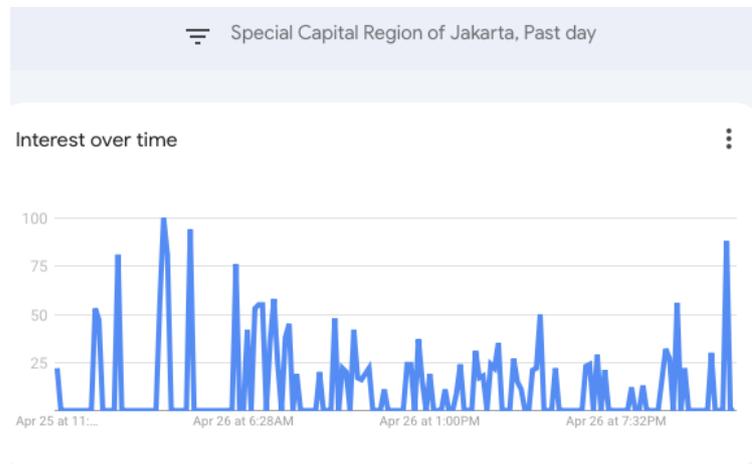
Hidangan yang memiliki nama dodol ini dibuat menggunakan tepung ketan yang sudah terkenal di seluruh dunia. Dodol sendiri memiliki tekstur yang kenyal, rasa yang manis, dan lengket. Anak – anak dan orang dewasa sama – sama menikmati dodol. Dodol memiliki banyak peminatnya karena rasa yang manis dan lembut. Dodol menjadi salah satu oleh – oleh yang sudah terkenal dan menjadi ikon di beberapa daerah di Indonesia, Betawi atau Jakarta menjadi salah satu daerah yang memiliki ikon dodol (pengusahasukses,2020).



Tidak hanya di Indonesia saja tetapi di beberapa negara lain dodol digemari, seperti di negara Malaysia, Brunei Darussalam, dan lain – lain. Semulanya dodol tidak memiliki varian rasa hanya rasa manis saja tetapi dengan perkembangan zaman dan masyarakat terus melakukan inovasi terhadap dodol saat ini dodol memiliki beragam varian rasa, salah satunya adalah varian rasa buah – buahan, seperti durian, strawberry, mangga, nagka, dan masih banyak lainnya (agrowindo.com, 2020).

Gambar 1.1

Trend Dodol di DKI Jakarta



Sumber: <https://trends.google.com>

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa dodol memiliki peminat yang besar khususnya di DKI Jakarta. Berdasarkan besarnya masyarakat yang menikmati olahan dodol telah menciptakan peluang yang besar dan sangat tinggi. Peluang bisnis dodol masih terbuka lebar terutama di Jakarta penjual dodol yang masih terbilang jarang yang membuat peluang usaha dodol masih terbuka dengan lebar.

D. Kebutuhan Dana

Disaat kita mendirikan suatu bisnis atau usaha pasti akan membutuh-kan modal awal yakni dana atau *budget* agar suatu usaha dapat direalisasikan. Dari modal dana akan digunakan menjalankan suatu usaha, pengembangan dan juga biaya operasional yang bersifat wajib. Kebutuhan dana awal Dodol Beko berasal

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

dari Pemilik. Berikut merupakan tabel rincian dana yang dibutuhkan Dodol Beko.

Tabel 1.1

Kebutuhan Dana Dodol Beko

(Rupiah)

No	Keterangan	Jumlah
1	Kas Awal	10.000.000
2	Persediaan	166.156
3	Peralatan	17.373.000
4	Biaya Bahan Baku	8.168.760
5	Biaya Pemasaran	22.700.000
6	Hak Paten	500.000
5	Biaya Renovasi	10.111.150
Total		69.019.066

Sumber: Dodol Beko, 2023

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.