

“PASARBAKUL” MEDIATOR PASAR KULINER UMAT MENYONGSONG PEREKONOMIAN UMAT MELALUI INOVASI APLIKASI ONLINE SHOP

Muhammad Ilham Aznun, Siti Meysari, Hakimee Yasing

m.ilham@gmail.com

Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun

ABSTRAK

Kemajuan era digital saat ini semakin membuka peluang bangkitnya perekonomian di suatu negara. Saat ini belanja online sedang menjadi tren tersendiri dikalangan masyarakat dunia khususnya di Indonesia. Berbagai macam barang dapat kita peroleh melalui akad transaksi online yang benar-benar memberikan kemudahan bagi penjual maupun pembeli. Namun penyediaan kebutuhan kuliner belum menjadi arus penjualan utama via online shop. Dari ribuan jenis kuliner yang ada di Indonesia dengan keanekaragamannya, ternyata 64% terdiri dari bahan dasar yang sama yaitu beras, tepung, jagung, gula, daging, minyak goreng, susu, telur, sayuran dan lain-lain. Inilah yang menyebabkan bahan dasar kuliner sebagai peluang bisnis potensial yang akan kami kembangkan melalui marketplace berbsais aplikasi online shop dengan nama pasarbakul.com.

Kata Kunci: Inovasi Aplikasi, Perekonomian Umat, PASARBAKUL.

PENDAHULUAN

Kemajuan era digital saat ini semakin membuka peluang bangkitnya perekonomian di suatu negara terutama dalam membuat inovasi bisnis digital semakin berkembang dari hari ke hari. Salah satunya penggunaan smartphone yang semakin meningkat setiap tahunnya. Adanya fitur-fitur sosial media yang mudah diakses yang ditawarkan smartphone ini tentunya semakin mempermudah kita dalam berkomunikasi dan tetap terhubung dengan teman, sahabat, bahkan kerabat yang sulit kita jumpai dalam keseharian karena padatnya rutinitas. Dengan tersedianya fasilitas sosial media yang semakin memudahkan kita, tidak hanya dalam berkomunikasi tetapi juga dalam memenuhi kebutuhan

hidup sehari-hari. Sehingga hanya dengan bermodalkan smartphone yang kita gunakan dalam keseharian ditunjang dengan fasilitas internet yang semakin luas, kita dapat mencoba suatu bentuk usaha yang dapat ditawarkan kepada konsumen melalui kemudahan transaksi via online.

Saat ini belanja online sedang menjadi tren tersendiri dikalangan masyarakat dunia khususnya di Indonesia. Berbagai macam barang dapat kita peroleh melalui akad transaksi online yang benar-benar memberikan kemudahan bagi penjual maupun pembeli. Transaksi online ini terjadi dengan adanya pasar online yang sering kita sebut dengan online shop. Dari kebutuhan primer sampai kebutuhan

sekunder bisa kita dapatkan secara mudah melalui pembelian via online.

Namun penyediaan kebutuhan kuliner belum menjadi arus penjualan utama via online shop. Sehingga membuat kami tergerak untuk manjajah peluang yang sangat prospektif ini. Terbukti dimana salah satu jenis usaha yang tidak pernah surut adalah usaha di bidang kuliner. Dengan pertumbuhan 10,45% pertahunnya menurut survei khusus ekonomi kreatif BPS dan BERKRAF 2016, yang menyebutkan sektor potensial di Indonesia didominasi oleh 3 sektor unggulan yaitu kuliner (41,69%), fashion (18,15%), kriya (15,70%). Kemudian survei ini juga memperkuat analisis sektor unggulan perdagangan Indonesia yang masih di tempati oleh bahan baku makanan sebagai posisi pertama.

Dari ribuan jenis kuliner yang ada di Indonesia dengan keanekaragamannya, ternyata 64% terdiri dari bahan dasar yang sama yaitu beras, tepung, jagung, gula, daging, minyak goreng, susu, telur, sayuran dan lain-lain. Inilah yang menyebabkan bahan dasar kuliner sebagai peluang bisnis potensial yang akan kami kembangkan melalui marketplace berbsais aplikasi online shop dengan nama pasarbakul.com.

Tujuan Usaha

Tujuan kami mendirikan usaha ini, untuk memenuhi segala kebutuhan bahan-bahan dasar kuliner dengan target market

utama restoran kuliner dan ibu-ibu rumah tangga yang sulit berbelanja langsung ke pasar. Dengan aplikasi penjualan bahan dasar kuliner ini, kami berharap dapat mengefisienkan waktu pebisnis kuliner dan wirausahawan bahan dasar makanan dalam memasarkan produk mereka.

Luaran

1. Mampu memajukan perekonomian umat melalui lapak Online dengan ekonomi kreatif yang akan di isi oleh produsen dan distributor pribumi.
2. Mampu menciptakan suasana berbelanja dengan aman dan mudah.

Kegunaan Program

1. Bagi Mahasiswa
 - a. Menumbuhkan jiwa enterpreneurship dan jiwa kemandirian dalam hal finansial
 - b. Membuka peluang usaha baru
2. Bagi Produsen atau seller
 - a. Mempermudah penjual dalam memasarkan bahan baku kuliner
 - b. Meningkatkan keuntungan penjualan secara signifikan dengan menjaga efesiensi waktu.
 - c. Kami menawarkan kesempatan untuk produsen dan seller untuk memasarkan produknya secara global dengan berbasis online.
3. Bagi Konsumen
 - a. Mempermudah konsumen dalam mencari bahan baku kuliner
 - b. Menghemat waktu dalam berbelanja

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Desain Dan Spesifikasi Produk

Pasar bakul merupakan inovasi mediator pasar kuliner umat yang akan memberikan informasi tentang segala

kebutuhan bahan-bahan dasar kuliner kepada masyarakat terlebih utama pada ibu rumah tangga dan restoran-restoran.



Deskripsi Gambar

1. Merupakan fitur penjualan bahan pokok makanan atau kuliner yang terkumpul dari berbagai produsen dan seller
2. Merupakan logo dari aplikasi kami dengan sasaran untuk memberikan transparansi bagi konsumen
3. Merupakan fitur bimbingan membangun bisnis kuliner yang akan dimentoring langsung oleh Ibu Yussi (Pebisnis kuliner di bidang catering dan kue kering)
4. Merupakan fitur yang menghubungkan para pecinta masak untuk saling berbagi resep
5. Merupakan fitur umum yang bisa dimanfaatkan oleh sesama pebisnis kuliner dalam membangun network marketing muslim dan muslimah
6. Merupakan fitur yang menjamin uang kembali jika barang tidak dikirim
7. Merupakan fitur yang mengorganisir penjualan dari produsen dan seller
8. Merupakan fitur yang mengoperasikan cash on delivery dan jasa pengiriman langsung sampai.

Analisis Prospek Usaha

Prospek pengembangan usaha pasar bakul ini dapat dikaji dalam analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)

Tabel 1. Analisa SWOT

Internal	<p>Strength</p> <p>Metode : Konsep produk unik</p> <p>Market :</p> <p>1. Segmentasi pasar yang luas</p>	<p>Weakness</p> <p>Market :</p> <p>1. Belum adanya subsidi ongkir</p> <p>2. Sebagian kecil masyarakat belum terbiasa dengan jual-beli online</p>
----------	---	--

External	2. Persaingan cenderung sedikit	3. Masyarakat luas belum mengenal aplikasi ini
Oppurtunity Market : 1. memberikan kesempatan untuk masyarakat bertransaksi dengan lebih simple 2. menawarkan kesempatan untuk produsen dan seller untuk memasarkan produknya secara global dengan berbasis online	Strategi 1. iklan di beberapa media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp. 2. Kerjasama dengan produsen ber merk untuk membangun branding.	Strategi 1. Memberikan subsidi ongkir bagi pelanggan setia. 2. Mengikutsertakan brand usaha dalam beberapa event sosial masyarakat.
Threat Market : Munculnya pesaing baru yang sama produknya	Strategi 1. Terus membuat inovasi baru dalam penambahan fitur aplikasi.	Strategi 1. Ikut mengiklankan brand usaha melalui media cetak dan online.

Analisis Pasar

1. Geografis

- a. Lokasi uaha produksi berada di Bogor
- b. Bogor merupakan kota yang memiliki banyak usaha di bidang kulinernya dan terdapat banyak hotel-hotel sehingga dapat mendukung usaha ini kedepannya.
- c. Ketersediaan bahan baku yang murah dan akses yang mudah untuk pengiriman. Bogor juga memiliki sistem manajemen yang prospektif untuk berkembangnya usaha baru dan adanya daya tarik investor yang kuat.

2. Demografis

- a. Segmen pasar yang dibidik adalah ibu rumah tangga, Pembantu rumah tangga,

dan koki restoran atau hotel. Melalui aplikasi ibu rumah tangga, pembantu rumah tangga, dan koki restoran atau hotel dapat dengan mudah untuk memesan kebutuhan-kebutuhan dapur seperti sayuran, rempah-rempah dan bumbu dapur lainnya.

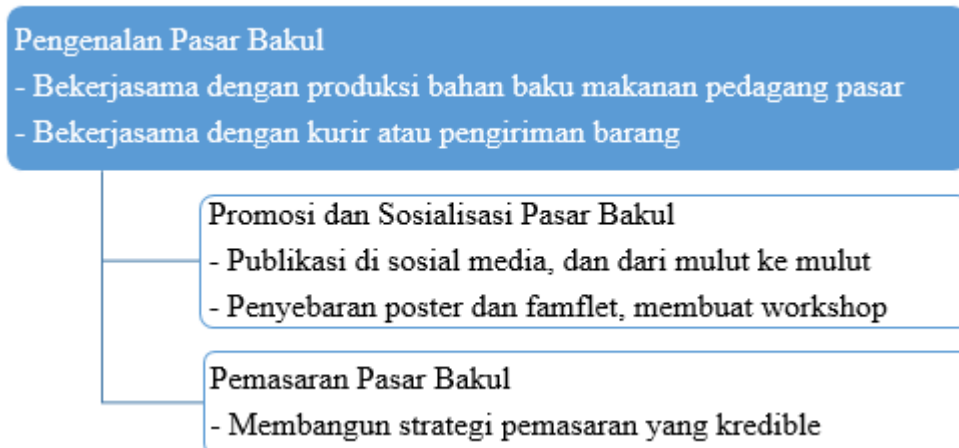
Analisis Pesaing

Dalam usaha ini terdapat pesaing, yaitu sebagai berikut :

1. Badan usaha yang menjual produk serupa dengan harga yang lebih rendah
2. Badan usaha yang menjual produk yang lebih kreatif dan inovatif

Rencana dan Strategi Pemasaran

1. Rencana Pemasaran



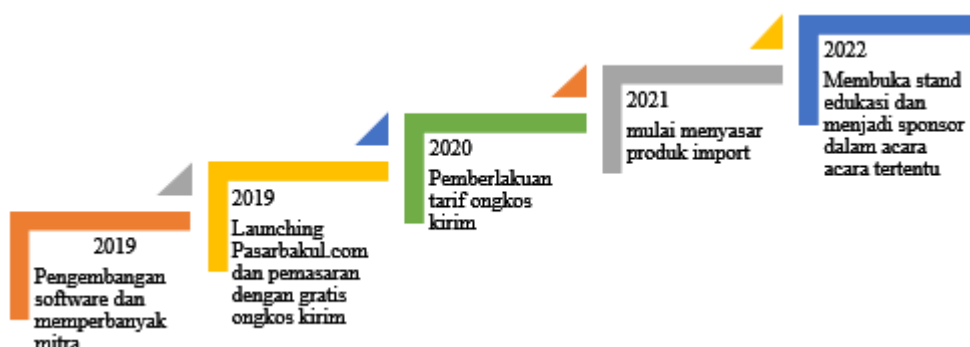
2. Strategi Pemasaran (Marketing Strategy)

- Membangun kerjasama dengan produsen yang sudah punya nama di masyarakat.
- Menggunakan fitur Augmented Reality.
- Adanya fitur klaim barang berguna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
- Adanya fitur bayar di tempat yang berfungsi untuk menghindari

ketidakpuasan pelanggan terhadap barang apabila barang tidak sesuai.

- Promotion Strategy.
- Pencantuman merk merk ternama. Bertujuan untuk menarik perhatian dari pelanggan. Merk tersebut akan di pasang di dalam depan dari website dan aplikasi.
- Price Strategy

Keberlanjutan Usaha



1. Pada tahun 2019 PasarBakul.com akan berfokus pada pengembangan Software, perbaikan server, dan pencarian mitra kerja
2. Pada tahun 2019 juga PasarBakul.com akan launching dan menjalankan proses bebas ongkos kirim, pembebasan biaya kirim ini dianggap paling tepat

untuk promosi terhadap segala segment yang biasanya terbebani oleh biaya pengiriman barang.

3. Pada tahun 2020 diharapkan PasarBakul.com sudah mendapatkan banyak pelanggan sehingga biaya pengiriman dapat diberlakukan

4. Pada tahun 2021 diharapkan pasarbakul.com mulai menyasar pasar international menjadi sponsor agar banyak masyarakat yang lebih mengenal PasarBakul.com
5. Pada tahun 2022 kami berharap bisa ikut serta dalam event event tertentu dan

Analisis Kelayakan Usaha

1. Perhitungan Jumlah Produk yang Dihasilkan Tiap Kali Produksi

Tabel 2. Perhitungan Proyeksi Produksi

Hari	Penjualan	Proyeksi
1.	100	
2.	102	
3.	105	$\frac{100 + 102 + 105}{3} = 102,33$
4.	103	$\frac{102 + 105 + 103}{3} = 103,33$
5.	105	$\frac{105 + 103 + 105}{3} = 104,33$
6.	106	$\frac{103 + 105 + 106}{3} = 104,67$
7.	106	$\frac{105 + 106 + 106}{3} = 105,67$
8.	108	$\frac{106 + 106 + 108}{3} = 106,67$
9.	110	$\frac{106 + 108 + 110}{3} = 108$

Keterangan :

Perhitungan menggunakan moving average atau rata-rata bergerak sehingga hari ke tujuh proyeksinya 61,67, karena kami menghitung dengan proyeksi mingguan.

Tabel 3. Perhitungan Proyeksi Penjualan

Hari	Produksi x Penjualan	Penjualan
1.	105 x 100.000	Rp.10.500.000
2.	103 x 100.000	Rp.10.300.000
3.	105 x 100.000	Rp.10.500.000
4.	106 x 100.000	Rp.10.600.000
5.	106 x 100.000	Rp.10.600.000
6.	108 x 100.000	Rp.10.800.000
7.	110 x 100.000	Rp.11.000.000
Total		Rp.74.300.000

Keterangan :

Kami menghitung proyeksi penjualan ini per satu minggu yang totalnya sebesar Rp.41.500.000. Jika dihitung perbulan maka $Rp.41.500.000 \times 4 = 166.000.000$

Tabel 4. Perhitungan Proyeksi Laba Rugi

Hari	Produksi x Penjualan	Penjualan
1.	105 x 23.500	Rp.2.467.500
2.	103 x 23.500	Rp.2.420.500
3.	105 x 23.500	Rp.2.467.500
4.	106 x 23.500	Rp.2.491.000
5.	106 x 23.500	Rp.2.491.000
6.	108 x 23.500	Rp.2.538.000
7.	110 x 23.500	Rp.2.585.000
Total		Rp.17.460.500

Keterangan :

Kami menghitung proyeksi penjualan ini per satu minggu yang totalnya sebesar Rp.17.460.500. Jika dihitung perbulan maka $Rp.17.460.500 \times 4 = Rp.69.842.000$

2.Perhitungan Penganggaran Modal

a.Permodalan

1)Pembelian bahan baku sebesar $Rp. 4.800.000 \times 30 = 144.000.000$

2)Perlengkapan Rp. 10.750.000

Total Modal = 154.750.000

b.Biaya Operasional

Tabel 5. Fixed Cost (Biaya Tetap)

No.	Keterangan	Jumlah Biaya
1.	Biaya Pemasaran	1.600.000
2.	Biaya Perlengkapan	800.000
3.	Biaya Tenaga Kerja	450.000
Total Fixed Cost		Rp. 2.850.000

Tabel 6. Variabel Cost (Biaya Variabel)

No.	Nama Barang	Harga Satuan	Quantity	Jumlah Harga
1.	Aplikasi	3.000.000	1 Buah	3.000.000
2.	Hosting	500.000	1 Buah	500.000
3.	Domain	500.000	1 Buah	500.000
4.	Desain Website	800.000	1 Buah	800.000
Total Variabel Cost				Rp.4.800.000

3. Analisis Titik Impas (Break Event Point)

Tabel 7. Break Event Point

Perhitungan Harga Jual Per Satuan		
Harga Jual	$\frac{2.850.000 + 4.800.000}{100 \text{ Buah}}$ =76.500/ Buah	Harga Jual 100 x 100.000 = 10.000.000
Harga Produksi	100 x 76.500 = 7.650.000	
Laba Usaha	100.000 - 76.500 = 23.500	10.000.000 - 7.650.000 = 2.350.000
Harga Jual Per Buah	76.500 + 23.500 = 100.000	
Harga Jual Perbuah Rp.100.000		

KETERANGAN:

- Y : Laba
 c : HargaJual
 X : Jumlahproduk yang dijual
 b : Biayavariabel per satuan
 a : Biayatetap total
 cx : Hasilpenjualan
 bx : Biayavariabel total

Jadi Break Event Pointnya adalah :

- X BEP dalam unit = $\frac{a}{(c-b)} = \frac{2.850.000}{(100.000-76.500)} = \frac{2.850.000}{23.500} = 121,27\text{Buah}$
- X BEP dalam rupiah = $\frac{a}{1-b/c} = \frac{2.850.000}{1-76.500/100.000} = \frac{2.850.000}{0,986} = \text{Rp. } 2.890.466,53$
- Kontribusi Margin = 3,6%

4. Laporan Arus Kas

Tabel 8. Arus Kas

Penjualan	100 x 100.000	= Rp.10.000.000
<u>Biaya-biaya :</u>		
Biaya pemasaran	1.600.000	
Biaya perlengkapan	800.000	
Biaya tenaga kerja	450.000	
Biaya bahan baku	4.800.000	
Total biaya		= <u>(Rp. 7.650.000)</u>
Laba bersih		= Rp. 2.350.000

5.Neraca

Tabel 9. Neraca

AKTIVA		PASSIVA	
<u>Aktiva Lancar</u>		<u>Passiva Lancar</u>	
Kas	4.800.000	Hutangdagang	-
Piutang	-		
Perlengkapan	<u>10.750.000 +</u>		
Total Aktiva Lancar	15.550.000		
<u>Aktiva Tetap</u>		<u>Passiva Tetap</u>	
Peralatan	-	Modal sendiri	15.550.000
Total Aktiva	15.550.000	Total Passiva	15.550.000

6.Proyeksi Laporan Laba Rugi

Tabel 10. Laporan Laba Rugi

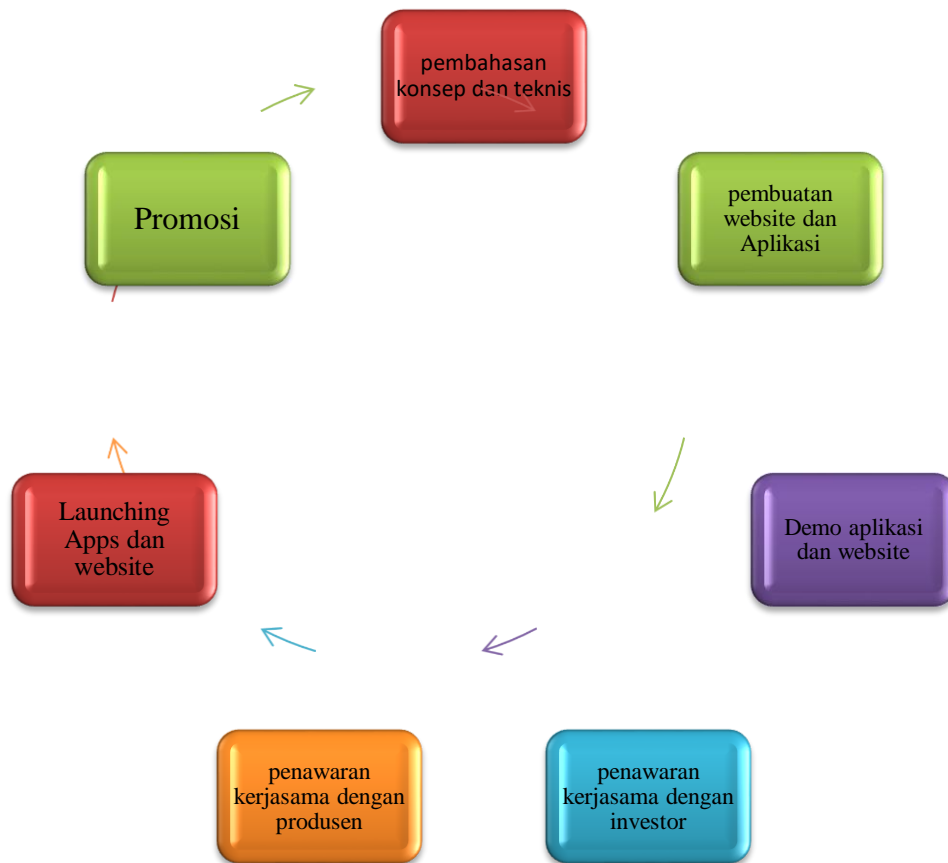
Penjualan	100 x 100.000 x 30 hari	= Rp. 300.000.000
HPP	100 x 76.500 x 30 hari	= <u>Rp. 229.500.000 -</u>
Laba kotor/margin		= Rp. 70.500.000
<u>Biaya-biaya :</u>		
Biaya pemasaran	1.600.000	
Biaya perlengkapan	800.000	
Biaya tenaga kerja	<u>450.000</u>	
Total biaya tetap		2.850.000
Biaya bahan baku	4.800.000 x 4 = <u>19.200.000</u>	
Total biaya variabel		19.200.000
Total biaya		Rp(22.050.000)
Laba Bersih		Rp. 48.450.000

7.Laporan Proyeksi Laporan Perubahan Modal

Tabel 11. Laporan Perubahan Modal

Modal awal	= Rp. 154.750.000
Laba bersih	= <u>Rp. 48.450.000 +</u>
Modal akhir	= Rp.106.300.000

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA



Pembahasan konsep dan teknis

Mempelajari survei dan kelayakan proyek pengembangan sistem informasi, yang kemudian akan kita tuangkan dalam proposal.

Pembuatan website dan aplikasi

Diawali dengan melakukan pembelian template yang sudah terintegrasi, kemudian membuat konten provider melalui wordpress CMS. Hingga melakukan testing produk sebelum launch.

Demo aplikasi dan website

Melakukan simulasi atau Demo website dan aplikasi apakah sudah sesuai dan dapat running sesuai desain atau tidak.

Penawaran kerjasama dengan investor

Dalam kerjasama ini akan disepakati dengan penandatanganan kontrak

mengenai pembagian keuntungan dan pendanaan lainnya.

Penawaran kerjasama dengan produsen

Target produsen yang dituju dalam hal ini merupakan perusahaan dengan branding yang sudah ada. Hal ini bertujuan untuk memperoleh produsen yang terverifikasi.

Launching Apps dan website

Sebelum melakukan launching diperlukan re-design dan penambahan fitur untuk memperoleh website dan aplikasi yang optimal.

Promosi

Promosi ini bertujuan untuk mengenalkan website dan aplikasi yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan produk.

BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

Biaya Kegiatan

No.	Jenis Pengeluaran	Biaya (Rp)
1.	Peralatan Penunjang (Fixed Cost)	2.850.000
2.	Bahan habis Pakai (Variabel Cost)	4.800.000
3.	Working Capital	10.750.000
Total		18.400.000

Jadwal Kegiatan

Kegiatan	Bulan					Indikator
Persiapan						
1. Pembuatan proposal						Proposal siap
2. Pengajuan proposal pada sponsor						Proposal sampai ke donatur, dan partner
3. Perjanjian dengan tender						Kedua belah pihak sepakati kerjasama
4. Persiapan bahan baku						Bahan baku siap
5. Persiapan alat produksi						Alat produksi siap
Pelaksanaan						
1. Pembuatan desain						Melalui pembelian template yang terintegrasi dan membuat konten provider dengan menggunakan wordpress CMS
2. Demo aplikasi dan website						Re-design dan penambahan fitur sebelum launch
3. Promosi dan publikasi						Promosi produk terutama pada kalangan ibu-ibu dan media sosial
4. Menjalankan program						Memperkenalkan produk pasar bakul ke restoran-restoran
5. Evaluasi						Indikator keberhasilan program
6. Pelaporan						Laporan selesai

DAFTAR PUSTAKA

<http://m.detik.com/finance/berita-ekonomi-bisnis/d-3366011/bekraf-dan-bps-luncurkan-data-statistik-ekonomi-kreatif-2016>

Faisal Reza (2016). *Strategi Promosi Penjualan Online lazada.co.id*. Jurnal Kajian Komunikasi, Bandung.

HARIS FADHILA (2016). *Pasar Kuliner, Seni Dan Kerajinanandi Kota*

Magelang dengan penekanan arsitektur Kontemporer. Under Graduates thesis, Universitas Negeri Semarang

Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Keduabelas Terjemahan*. Jakarta: Erlangga.