



BOOK CHAPTER

IDE BISNIS

DAN

KEWIRAUSAHAAN



Erilia Kesumahati, Antony S., Ivone, Amanda Rosetia, Yongkie, Aviany Yanti, Delfi Aurelia K., Edo Clarita, Erni, Cicillia Chandra Putri, Tjang Fang Fang, Abue, Mely Sisca, Yvonny, Saffian, Wahyu Leonardi, Antony, Steven Shui, Kian Richardoegan, Melvin, Rico Winardo, Wishly Wijaya

**Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta**

1. **Setiap Orang** yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Book Chapter

IDE BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN

Erilia Kesumahati || Antony S || Ivone || Amanda Rosetia ||
Yongkie || Aviany Yanti || Delfi Aurelia K || Edo Clarita ||
Erni || Cicillia Chandra Putri || Tjang Fang Fang || Abue ||
Mely Sisca || Yvonny || Saffian || Wahyu Leonardi ||
Antony || Steven Shui || Kian Richardoegan || Melvin ||
Rico Winardo || Wishly Wijaya



Book Chapter
IDE BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN

Diterbitkan pertama kali oleh CV Amerta Media
Hak cipta dilindungi oleh undang-undang *All Rights Reserved*
Hak penerbitan pada Penerbit Amerta Media
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa seizin tertulis dari Penerbit

Anggota IKAPI

Cetakan Pertama: Oktober 2021

15 cm x 23 cm

ISBN:

978-623-5510-49-1

Penulis:

Erilia Kesumahati || Antony S || Ivone || Amanda Rosetia ||
Yongkie || Aviany Yanti || Delfi Aurelia K || Edo Clarita ||
Erni || Cicillia Chandra Putri || Tjang Fang Fang || Abue ||
Mely Sisca || Yvonny || Saffian || Wahyu Leonardi ||
Antony || Steven Shui || Kian Richardoegan || Melvin ||
Rico Winardo || Wishly Wijaya

Desain Cover:

Moushawi Almahi

Tata Letak:

Ladifa Nanda

Diterbitkan Oleh:

CV. Amerta Media

NIB. 0220002381476

Jl. Raya Sidakangen, RT 001 RW 003, Kel, Kebanggan, Kec. Sumbang,
Banyumas 53183, Jawa Tengah. Telp. 081-356-3333-24

Email: mediaamerta@gmail.com

Website: www.penerbitbuku.id

Whatsapp: 081-356-3333-24

Isi di luar tanggung jawab penerbit Amerta Media

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kami panjatkan kehadirat Tuhan YME, para dosen pengampu, dan para mahasiswa mata kuliah Kepemimpinan dan Kewirausahaan Universitas Internasional Batam atas terbitnya buku pertama ini.

Kewirausahaan telah menjadi salah satu solusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan, mengembangkan kemampuan dan kreativitas, menciptakan inovasi serta nilai tambah dari suatu barang atau jasa. Generasi muda sebagai agen perubahan sudah seharusnya menjadi tumpuan dalam mengembangkan kewirausahaan di masa depan.

Buku ini berisi ide-ide bisnis kewirausahaan dari para mahasiswa Universitas Internasional Batam yang disusun sebagai proyek kelompok dalam mata kuliah Kepemimpinan dan Kewirausahaan selama 2 semester. Ide bisnis ini dikembangkan dengan metode yang berasal dari program Wadhwani *Entrepreneurship* (WE) yang komprehensif. Program ini memberikan pengetahuan mengenai *entrepreneurial mindset*, cara mengasah kemampuan bisnis dalam meningkatkan prospek kerja, cara mengembangkan ide bisnis yang kreatif dan inovatif serta validasinya, cara mengembangkan kemampuan *intrapreneurship*, dan bagaimana mempersiapkan diri menjadi seorang *entrepreneur*.

Buku ini ditujukan kepada semua pihak yang berminat dalam mempelajari dan mengembangkan kewirausahaan sebagai peluang usaha dan penciptaan lapangan pekerjaan yang menjanjikan di masa depan. Semoga buku ini dapat bermanfaat dan memberikan inspirasi bagi semua pembaca.

“It’s not about ideas. It’s about making ideas happen” -Scott Belsky
(Co-founder of Behance).

Tim Penulis,
Batam, Oktober 2021

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL -----	i
TENTANG BUKU -----	iv
KATA PENGANTAR -----	v
DAFTAR ISI -----	vii

COOLCLAY

Saffian, Wahyu Leonardi, Antony, Amanda Rosetia, S.Ars., MLA.-----	1
- Ringkasan Eksekutif-----	3
- Gambaran Perusahaan-----	4
- Produk-----	5
- Pain Relievers-----	6
- Gain Creator-----	6
- Struktur Pasar-----	7
- Target Market-----	7
- Struktur Organisasi-----	8
- Operasi dan Pemasaran-----	9
- Analisis Resiko-----	11
- Anggaran dan Perencanaan Keuangan-----	12

HOTLINE LEGAL HELP

Yongkie, Aviany Yanti, Delfi Aurelia K, Edo Clarita, Erni, Erilia Kesumahati, S.Si., MM., Apt.-----	17
- Ringkasan Eksekutif-----	19
- Gambaran Perusahaan-----	19
- Struktur Pasar-----	20
- Struktur Organisasi-----	23
- Operasi Dan Pemasaran-----	24
- Analisis Risiko-----	25

- Anggaran dan Perencanaan Keuangan-----	26
- Kesimpulan -----	27

**FROZEN SPOON: INOVASI ES KRIM
SEHAT BERBAHAN DASAR SAYURAN**

Cicillia Chandra Putri, Tjang Fang Fang, Abue, Mely Sisca, Yvonny, Ivone, SE., MM -----	31
- Ringkasan Eksekutif-----	33
- Gambaran Perusahaan -----	34
- Struktur Pasar-----	38
- Struktur Organisasi -----	40
- Operasi dan Pemasaran -----	41
- Analisis Risiko -----	42
- Anggaran dan Perencanaan Keuangan-----	43
- Kesimpulan -----	43

RI_COFFEE

Steven Shui, Kian Richardoegan, Melvin, Rico Winardo, Wishly Wijaya, Dr. Antony S -----	47
- Pendahuluan -----	49
- Gambaran Umum Rencana Usaha-----	51
- Metode Pelaksanaan -----	54
- Biaya dan Jadwal Kegiatan -----	56

Coolclay

Saffian, Wahyu Leonardi, Antony,
Amanda Rosetia, S.Ars., MLA.

RINGKASAN EKSEKUTIF

Kami adalah perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan berbagai jenis rumput laut. Walaupun Indonesia merupakan produsen rumput laut terbesar di dunia, namun konsumsi akan rumput laut masih kurang dan potensi SDA dari Indonesia sendiri untuk budidaya rumput laut masih sangat banyak. Hal ini dikarenakan banyaknya pebisnis yang terlalu memfokuskan usahanya pada daratan. Hal ini mengajarkan kami untuk mendorong dan mulai memasarkan rumput laut secara progresif ke Batam sebagai langkah awal. Setelah itu kami ingin melakukan Industrialisasi terhadap Industri Rumput laut melalui proposal bisnis ini dengan mencari penanam modal pada startup kami. Proposal ini berisi keterangan tentang investasi dan return dari usaha Industrialisasi Rumput Laut di Kecamatan Siantan Timur di 7 (tujuh) pulau yaitu pulau Bajau, Pulau Memperuk, Pulau Batu Belah, Pulau Noko, Pulau Mentalak, dan Pulau Siantan. Proposal ini ditujukan kepada Investor-Investor Usaha.



Beranjak dari research kami tentang potensi industri pada Kabupaten Kepulauan Anambas yang mana kami melakukan riset ke 6 kelurahan yaitu Kelurahan Air Putih, Kelurahan Batu Belah, Kelurahan Munjan, Kelurahan Nyamuk, Kelurahan Serat, dan

Kelurahan Temburun. Kecamatan Siantan Timur memiliki luas 88, 92 km². Kondisi kegiatan perekonomian yang ada di Kecamatan Siantan Timur saat ini, masyarakat sebagian besar bekerja dari hasil laut. Dengan segala keterbatasan yang ada membuat perekonomian yang ada di kecamatan ini pun lebih lambat berkembang dibandingkan dengan daerah lainnya. Dengan sumber daya yang terbatas penduduk hanya mencari nafkah dengan penangkapan ikan, budidaya perikanan dan pengolahan ikan sangat terbatas pula. Melihat kondisi diatas dapat disimpulkan dengan keterbatasan yang ada, maka bisnis yang sesuai adalah dengan membuka Industri Budidaya dan Pengolahan Rumput Laut. Alasan untuk fokus kepada industri ini adalah mengingat permintaan pasar yang sangat tinggi. Target pasar yang akan dituju adalah negara – negara maju yang ada di salah satu negara di Asia. Negara yang menjadi target adalah Hongkong, Tiongkok, Filipina, Jepang dan Eropa. Untuk ekspor produksi rumput laut ke Tiongkok mencapai 169.000 ton rumput laut kering. Sehingga dengan besarnya permintaan yang ada terhadap rumput laut dan ikan kerapu bebek ini maka industri ini sangat cocok untuk dibuka demi meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Namun untuk memulai, kami akan melakukan suplai rumput laut ke Batam, Kami menargetkan pasar kuliner yang berkembang pesat di Batam. Hal ini kami lakukan sebagai rencana awal dalam melakukan Industrialisasi. Karena hanya menggunakan supply chain dan media promosi online, maupun door to door (langsung ke pengusaha kuliner) kami anggap sebagai startup yang bagus dimana kami hanya perlu memulai dengan modal yang relatif kecil.

GAMBARAN PERUSAHAAN

Luas wilayah yang menjadi habitat rumput laut di Indonesia mencapai 1,2 juta hektar atau terbesar di dunia (Wawa, 2005). Berdasarkan data Kementerian Kelautan dan Perikanan, Indonesia memiliki luas area untuk kegiatan budidaya rumput laut mencapai 1.110.900 ha, namun pengembangan budidaya rumput laut baru

memanfaatkan lahan seluas 222.180 ha atau hanya sekitar 20% dari luas potensial. Jenis rumput laut yang dikembangkan di Indonesia sesuai dengan permintaan yaitu *Eucheuma Denticulatum* (spinosum) dan *Gracilaria* sp. Berdasarkan informasi yang didapat dari data Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) mencatat produksi rumput laut Indonesia pada tahun 2015 yaitu mencapai 10.335.01 ton basah atau jika dikonversi yaitu sekitar 1.033.500 ton kering. Untuk permintaan impor rumput laut berdasarkan data yang dikeluarkan KKP pertahunnya, ekspor produksi rumput laut ke China sebanyak 169.000 ton rumput laut kering. Setelah China rumput laut juga di Eksport ke Filipina, Jepang dan Eropa. Untuk dalam negeri serapan terhadap rumput masih tergolong rendah yaitu hanya sekitar 87.429 ton kering. Kami sudah melakukan analisa pada pasar Internasional atas usaha Industrialisasi Rumput Laut dengan data Value Proposition yang kami peroleh sebagai berikut:

PRODUK

Produk/ Products	Rendemen (%)/ Rendement (%)	Harga/ Prices (Rp/kg)	Nilai Tambah/ Value Added (%)
Rumput Laut Kering/ <i>Dried seaweed</i>	12% dari rumput laut basah/ <i>Wet seaweed</i>	7,000	-
ATC Chips (<i>Industrial Grade</i>)	31,5% dari rumput laut kering/ <i>Dried seaweed</i>	60,000	270%
SRC (<i>Food Grade</i>)	25% dari rumput laut kering/ <i>Dried seaweed</i>	80,000	285%
RC (<i>Food Grade</i>)	23,6% dari rumput laut kering/ <i>Dried seaweed</i>	200,000	674%
Karaginan kertas/ <i>Carrageenan paper</i>	25% dari rumput laut kering/ <i>Dried seaweed</i>	95,000	339%

Sumber: Hikmah, 2016

Untuk Harga Pangan, terdapat beberapa grade dari bahan mentah sampai barang setengah jadi yang siap dipakai pada industri-industri makanan. Berdasarkan perhitungan survey kami menemukan bahwa setiap provinsi memiliki potensi produksi sebagai berikut:

Desa	Luas Perkebunan m2	Jumlah Konstruksi	Hasil Rumput Laut (Kg)	Hasil Rumput Kering (Kg)	SCM (0,31) (Kg)	Estimasi Penjualan/45 hari
Nyamuk	9.297	19	5.165	2.582	801	Rp 67.245.117
Batu Belah	114.534	229	63.630	31.815	9.863	Rp 828.465.999
Mujan	91.497	183	50.832	25.416	7.879	Rp 661.830.759
Serat	565.430	1.131	314.128	157.064	48.690	Rp 4.089.943.015
Air Putih	272.202	544	151.223	75.612	23.440	Rp 1.968.927.944
Temburun	651.722	1.303	362.068	181.034	56.120	Rp 4.714.121.020
						Rp 12.330.533.856

Sumber: Penulis (2021)

PAIN RELIEVERS

Dalam usaha ini kami menganalisis dapat memberikan dampak besar pada konsumen, adapun dampak tersebut adalah sebagai berikut:

- Pengusaha Makanan (Industri Makanan) di Indonesia tidak perlu mengimpor bahan (baik itu jadi maupun mentah) dari luar negeri
- Bisa menginisiasi penggunaan bahan dalam negeri sebagai branding produk konsumen
- Indonesia bisa menjadi pengimpor rumput laut dalam jumlah besar dan mampu memonopoli pasar dunia
- Membuka lapangan pekerjaan

GAIN CREATOR

- Harga otomatis lebih murah daripada impor dari luar negeri bagi pengusaha atau konsumen dalam negeri
- Konsumen luar negeri bisa memperoleh harga yang relatif stabil karena ketersediaan barang yang banyak

STRUKTUR PASAR

Sesuai data yang kami kumpulkan Indonesia memegang 56% produksi Rumput Laut dunia, namun mayoritas produk yang diekspor merupakan produk yang belum diolah (<http://industri.bisnis.com>, 2016). Hal ini dikarenakan petani rumput laut tidak memiliki kemampuan ekonomi dan pengetahuan yang cukup untuk mengelola dan pengepul pun melakukan hal yang sama. Sedangkan usaha yang dikatakan masih skala menengah sehingga tidak cukup besar untuk mendatangkan peralatan dan teknologi untuk memproses rumput laut tersebut.

TARGET MARKET

Target market kami adalah perusahaan makanan raksasa produsen makanan. Adapun perusahaan tersebut adalah:

1. Nestle
2. Kraft Heinz
3. Mondelez International
4. Danone

STRUKTUR ORGANISASI



Sebagai CEO dan juga Founder, Bertugas melakukan pengawasan dan manajemen untuk operasional perusahaan



Bertugas mengkoordinasikan semua bagian administrasi untuk mensupport kegiatan operasional dari HR, Finance, Purchasing, dll



Bertugas melakukan komunikasi dan promosi atas pemasaran barang yang diproduksi. Serta mengkoordinasikan prediksi domain pasar

OPERASI DAN PEMASARAN

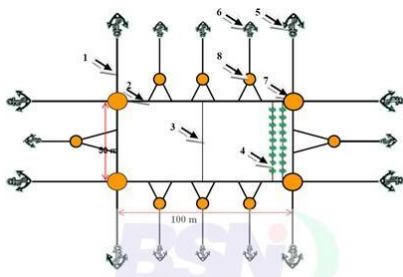
Pembibitan-Metode Kultur Jaringan

Kultur jaringan didasarkan pada teori “totipotensi” yang menyatakan bahwa sel tanaman sebagai unit terkecil dapat tumbuh dan berkembang jika dipelihara dalam kondisi yang sesuai.

Dengan menggunakan teknik kultur jaringan, bibit tanaman dalam jumlah besar dengan sifat genetic yang sama dapat diperoleh tanpa memerlukan jumlah tanaman induk yang banyak.

Produksi Rumput laut -metode long line (eupotik)

Pembudidayaan rumput laut dikolam air (eupotik) dekat dengan permukaan perairan laut dengan menggunakan tali yang dibentangkan dari satu titik lain dengan Panjang 25-30 m, dalam bentuk terangkai berbentuk segi empat dengan bantuan pelampung dan jangkar.



Sarana dan Prasarana

- Konstruksi (Jumlah Konstruksi +/- 3366)
 - Ukuran : 50 x 100
 - Pelampung Utama : 4
 - Pelampung Bantuanq : 10
 - Pelampung Ris : 500
 - Jangkar : 18
- Peralatan seperti gunting, palu, perahu, timbangan, pengukur suhu air, pengukur PH, etc.

- Oven Pengeringan
- Tenaga Kerja

Proses Pengelolaan Rumput Laut Menjadi Semi Refine Carrageenan (SRC)



Sumber: Penulis (2021)

Pada tahap pengolahan, pabrik pengolahan rumput laut yang akan mengolah rumput laut tersebut menjadi produk setengah jadi yaitu Semi Refine Carrageenan (SRC), Alkali Treated Cottonii (ATC), dan Chip (pabrik pengolahan). Sedangkan pengolahan rumput laut tradisional akan mengolah rumput laut menjadi makanan siap konsumsi seperti dodol, manisan, dan aneka kue. Kemudian rumput laut yang telah diolah siap di jual ke konsumen. (<http://supm.ladong.kkp.go.id>). Dalam perencanaan rumput laut yang ada akan kami olah menjadi Semi Refine Carrageenan (SRC) yaitu tepung rumput laut yang biasa digunakan dalam industri makanan. Dengan luas budidaya total 1.683.600 m² dan ukuran konstruksi rumput laut sebesar 500 m² (konstruksi 50x100 m) dengan mempertimbangkan kondisi pantai maka total estimasi konstruksi yang bisa dibuat sekitar 3.360 konstruksi. Satu rumpun dengan penanaman 90 cm² (30x30 cm) per rumpun menghasilkan

500 gr (pemeliharaan 45 hari) sehingga suatu konstruksi dapat menghasilkan 277 kg rumput laut basah dengan kata lain anambas bisa menghasilkan 930.720 Kg rumput laut dalam 45 hari.

Rumput laut yang dikeringkan dengan mesin akan susut sekitar 50% dari berat sebelumnya sehingga dalam 45 hari 465.360 Kg. Jika mengolah rumput laut menjadi Semi Refine Carrageenan (SRC) maka akan menghasilkan 144.977 Kg SCR, dengan harga 6 \$ US/Kg dan kurs Rp 14.000 maka akan memperoleh estimasi penjualan Rp. 12.178.000.000/ 45 hari.

ANALISIS RESIKO

STRENGTH

- Produksi dalam jumlah banyak mampu memonopoli pasar tertentu
- Produksi dengan biaya SDM dan SDA yang relatif lebih murah

WEAKNESS

- Lokasi yang belum terdapat fasilitas infrastruktur yang cukup sehingga perlu membangun sebagian besar infrastruktur yang dipakai

OPPORTUNITY

- Dapat membuat usaha produk makanan (dengan bahan dasar rumput laut)
- Dapat menjadi objek wisata

THREAT

- Berpotensi ditolak warga dengan alasan-alasan seperti wilayah adat, perusakan lingkungan dll
- Keamanan wilayah lebih rendah sehingga berpotensi terjadinya kejadian yang tidak diinginkan seperti pencurian, pembakaran, dll.

ANGGARAN DAN PERENCANAAN KEUANGAN

PHASE I

	Total Cost	Keterangan
Supplay Barang	15,000,000.00	
Biaya Promosi	5,000,000.00	pasang ikan online
Oprational	5,000,000.00	
Lain-Lain	5,000,000.00	
Total Cost	30,000,000.00	

Sumber: Penulis (2021)

Dengan asumsi bahwa kami sebagai founder melakukan semuanya sendiri untuk dapat memulai bisnis ini, kami tidak memerlukan banyak biaya dalam melakukan operasional. Selain itu kami juga menggunakan resource sendiri seperti gudang yang sudah dimiliki anggota kelompok sehingga tidak perlu modal besar dalam memulai. Namun untuk melakukan industrialisasi kami perlu mencari investor-investor yang mana bisa membiayai industrialisasi usaha ini. Adapun Cost Estimation yang dapat kami rincikan adalah sebagai berikut:

PHASE II

Rumput Laut	Unit	Estimasi Biaya
- Pembibitan		
- Truk Kontainer	2	400,000,000.00
- Pembuatan Gudang	1	50,000,000.00
- Pembuatan Fasilitas Perawatan Outdoor	1	40,000,000.00
- Serba-Serbi Peralatan		100,000,000.00
- Budidaya		
- Konstruksi	3366	5,049,000,000.00
- Pajak dan tanah	3366	1,683,000,000.00
- Serba-Serbi Peralatan		400,000,000.00
- Pengolahan Menjadi SCM		
- Pembuatan Gudang	1	200,000,000.00
- Serba-Serbi Peralatan		500,000,000.00
Serba Serbi (legal, transportasi, dll)		600,000,000.00
Modal Kerja		4,000,000,000.00
Total Estimasi Investasi Industri Rumput Laut		13,022,000,000.00

Sumber: Penulis (2021)

Untuk Harga Pangan, terdapat beberapa grade dari bahan mentah sampai barang setengah jadi yang siap dipakai pada industri-industri makanan. Berdasarkan perhitungan survey kami menemukan bahwa setiap provinsi memiliki potensi produksi sebagai berikut:

Desa	Luas Perkebunan m2	Jumlah Konstruksi	Hasil Rumput Laut (Kg)	Hasil Rumput Kering (Kg)	SCM (0,31) (Kg)	Estimasi Penjualan/45 hari
Nyamuk	9.297	19	5.165	2.582	801	Rp 67.245.117
Batu Belah	114.534	229	63.630	31.815	9.863	Rp 828.465.999
Mujan	91.497	183	50.832	25.416	7.879	Rp 661.830.759
Serat	565.430	1.131	314.128	157.064	48.690	Rp 4.089.943.015
Air Putih	272.202	544	151.223	75.612	23.440	Rp 1.968.927.944
Temburun	651.722	1.303	362.068	181.034	56.120	Rp 4.714.121.020
						Rp 12.330.533.856

Sumber: Penulis (2021)

Dari kedua tabel diatas dapat kita simpulkan bahwa pada panen ke-2 (3 bulan) kita sudah memperoleh BEP (Break Event Point) serta sudah memperoleh Profit dari usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Nugroho, Estu, dan Endhay Kusnendar. 2015. *Agribisnis Rumput Laut*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Situs Resmi Pemerintah Daerah Kabupaten Kepulauan Anambas. 16 November 2017. <http://www.anambaskab.go.id>.
- Wikipedia Ensiklopedia Bebas. “Kabupaten Kepulauan Anambas”. 16 November 2017. https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Kepulauan_Anambas.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kepulauan Anambas (2017). *Kecamatan Siantan Timur Dalam Angka 2017*. Kabupaten Kepulauan Anambas.
- Sunyoto, Pramu (1994). *Pembesaran Ikan Kerapu dalam Keramba Jaring Apung*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- BatamToday.com. “Infrastruktur Jalan di Kecamatan Siantan Timur Mendesak”. 17 November 2017. <http://m.batamtoday.com/berita77092-Infrastruktur-Jalan-di-Kecamatan-Siantan-Timur-Mendesak.html>.
- KKP News. “KKP Sasar Rumput Laut sebagai Komoditas Unggulan Budidaya”. 22 November 2017. <http://news.kkp.go.id/index.php/kkp-sasar-rumput-laut-sebagai-komoditas-unggulan-budidaya>.
- Bisnis UKM. “Usaha Budidaya Ikan Kerapu Kini Semakin Laku”. 25 November 2017 <https://bisnisukm.com/usaha-budidaya-ikan-kerapu-kini-semakin-laku.html>.

Hotline Legal Help

Yongkie, Aviany Yanti, Delfi Aurelia K, Edo Clarita, Erni,
Erilia Kesumahati, S.Si., MM., Apt.

RINGKASAN EKSEKUTIF

Datang dari asas *Equality before the law* sebagai asas persamaan dihadapan hukum dan adanya korelasi antara masyarakat dan hukum, *Hotline Bling* memberikan opsi kepada masyarakat terkhusus bagi mereka yang kurang mampu untuk tetap dapat menikmati pelayanan hukum yang mudah dan terjangkau sebagai suatu hal yang diamanahkan oleh konstitusi negara. *Hotline Legal Help* mengarah pada kepentingan sosial dan membantu masyarakat dalam menghadapi permasalahan hukum. Masyarakat cukup menghubungi *botline* kami dan memberitahukan apa kendala dan permasalahan hukum yang mereka miliki. Kemudian dari informasi tersebut, *call center hotline* kami akan menghubungi setiap mahasiswa fakultas hukum yang tergabung ke dalam bisnis ini untuk ditindaklanjuti terkait bantuan dan nasihat hukum sesuai permasalahan yang dihadapi masyarakat. Jika hal tersebut tidak mampu terselesaikan oleh mahasiswa, kami akan mendampingi masyarakat dan meneruskannya kepada Lembaga Bantuan Hukum terdekat.

GAMBARAN PERUSAHAAN

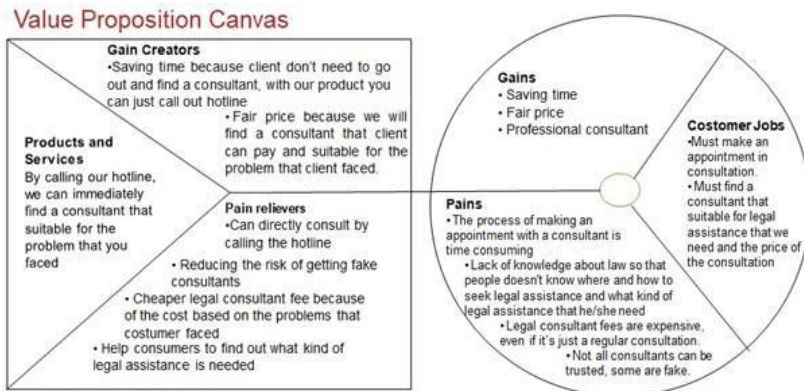
Produk



Gambar 1: Logo Produk *Hotline Legal Help*

Hotline Legal Help merupakan jasa yang bergerak dengan tujuan utama untuk kepentingan sosial, sehingga selaras dengan teori *Bottom of Pyramid* yang dimana jasa kami akan membantu para masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah dan kurang mengerti tentang hukum agar tetap dapat menikmati dan mempertahankan hak-hak hukumnya. Dana dari *Hotline Legal Help* berasal dari keuangan pribadi setiap internal anggota kelompok *Hotline Bling*. Dana lainnya berasal dari pendapatan dan keuntungan masa depan yang didapatkan dari jasa yang kami tawarkan, kemudian akan diputar kembali pendapatan tersebut menjadi dana operasional jasa kami.

Value Proposition



Gambar 2 : *Value Proposition Canvas*

STRUKTUR PASAR

Target Pasar

Hotline Legal Help nantinya akan berdomisili dan mengabdikan jasa kepada masyarakat di Kota Batam. Sejauh ini, terdapat puluhan lembaga bantuan hukum dan lebih dari dua puluh kantor hukum juga yang menyediakan jasa hukumnya kepada masyarakat di Kota Batam, serta terdapat juga jasa-jasa lainnya baik dari pihak swasta

maupun pemerintah yang juga bergerak di ranah hukum sebagai upaya bantuan terhadap hak-hak hukum masyarakat Kota Batam.

Walaupun telah banyak jasa bantuan hukum yang tersedia di Kota Batam, tidak kesemuanya tercukupi dan menjadi pilihan masyarakat di Kota Batam. Terlebih karena dibutuhkannya biaya untuk menikmati jasa-jasa yang tersedia dan juga diperlukan waktu yang lama dengan segala prosedurnya. Apalagi ketersediaan jasa hukum yang secara cuma-cuma tidak sebanding dengan banyaknya masyarakat yang ingin menikmatinya juga, sehingga menimbulkan ‘antrian panjang’ untuk menikmati jasa bantuan hukum secara cepat, sederhana, dan biaya murah

Target kami adalah kepada mereka para masyarakat yang kurang beruntung karena memiliki penghasilan rendah dengan kemampuan pemahaman hukum yang masih kurang. Masyarakat akan tetap dapat menikmati hak hukumnya melalui jasa kami dengan biaya yang murah dan bahkan secara cuma-cuma serta dapat mengaksesnya dengan mudah hanya melalui satu panggilan telepon tanpa harus menunggu antrian yang lama.

Analisis Pesaing

Biodegradable pot yang lebih terjangkau, ramah lingkungan dan mudah digunakan. BioNature dalam menjalankan usahanya akan memenuhi semua persyaratan yang ditujukan kepada UMKM.

Lembaga Bantuan Hukum (LBH)	Pengacara	Hukum Online
Bantuan hukum gratis	Profesional dan ahli.	Literasi hukum gratis dari internet
Bantuan hukum Sukarela dan gratis, tetapi tidak efisien karena banyak orang yang mengantri juga (memakan waktu)	Bantuan hukum Dari para ahli yang memahami hukum secara praktis di lapangan	Literasi hukum. Ditulis oleh sumber yang kredibel dan ada pula yang gratis untuk diakses

Lembaga Bantuan Hukum (LBH)	Pengacara	Hukum Online
Gratis	Biaya mahal.	Gratis, tergantung kuota. Tapi topik tertentu membutuhkan biaya mulai dari rp.149.000 / topik
Cukup terkenal	Diketahui oleh semua orang, beberapa memiliki nama dan kredibilitas yang hebat masyarakat menengah ke atas	Nama yang cukup besar, tetapi tidak diketahui oleh orang-orang non-teknologi. Masyarakat melek teknologi.
Seluruh lapisan masyarakat		

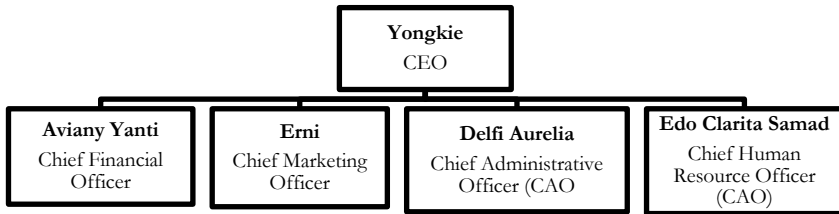
Tabel 1 : Analisis Pesaing Produk *Hotline Legal Help*

Namun sejauh ini jasa yang kami sediakan cukup menjawab dari semua kebutuhan masyarakat terutama bagi mereka masyarakat menengah kebawah jika dibandingkan dengan alternatif yang tersedia. *Hotline Legal Help* mudah diakses hanya dengan panggilan telepon tanpa harus menunggu lama, biaya yang terjangkau dengan menawarkan bantuan yang murah dan bahkan secara cuma-cuma, dan ramah terhadap seluruh lapisan dan strata masyarakat. Namun masih diperlukan sosialisasi serta promosi karena branding jasa kami masih belum diketahui masyarakat.

STRUKTUR ORGANISASI

Struktur Organisasi *Hotline Legal Help*

Berikut ini merupakan struktur organisasi dari *Hotline Legal Help* adalah sebagai berikut.



Gambar 3 : Struktur Organisasi dari *Hotline Legal Help*

- a. *Chief Executive Officer* (CEO)
Dapat memimpin dan mengatur orang serta membuka pembicaraan tentang kerjasama dan negosiasi bisnis.
- b. *Chief Financial Officer* (CFO)
Bertanggung jawab untuk membantu perencanaan bisnis dan pengambilan keputusan dengan memberi nasihat keuangan yang sesuai dengan kondisi perusahaan. Posisi ini diisi oleh Riksen karena dinilai lebih mampu dalam mengurus, mengelola serta merencanakan keuangan usaha
- c. *Chief Marketing Officer* (CMO)
Menguasai teknik promosi dan bersosialisasi dengan orang lain serta pandai menggunakan media sosial
- d. *Chief Administrative Officer* (CAO)
Memiliki keterampilan dalam mengatur hal administrasi organisasi, komunikasi, dan interpersonal yang baik
- e. *Chief Human Resource Officer* (CHRO)
Dapat memastikan keberhasilan organisasi melalui rekrutmen dan pemilihan mitra

Mitra Usaha

Untuk menggerakkan mesin operasional *Hotline Legal Help*, kami akan bermitra dengan mereka yang masih aktif menjadi mahasiswa fakultas ilmu hukum dan juga para lulusan sarjana ilmu hukum yang masih baru untuk dapat menjadi relawan yang merupakan bagian dari jasa kami. *Hotline Legal Help* akan saling terkoneksi dan berketerkaitan nantinya dengan Lembaga Bantuan Hukum yang bersedia berkolaborasi. Jika masyarakat ingin lebih jauh dalam menyelesaikan permasalahan hukumnya. Lembaga Bantuan Hukum yang bekerjasama dengan *Hotline Legal Help* akan membantu meneruskannya.

OPERASI DAN PEMASARAN

Analisis Pemasaran dan Target Pasar

a. Analisis Market

Masyarakat secara keseluruhan terlepas dari latar belakang dan strata ekonominya selalu berhubungan dengan hukum. (Cicero :”ubi societatis ibi ius” , dimana ada masyarakat disitu ada hukum). Sebanyak 70% berasal dari latar belakang masyarakat dengan pendapatan menengah ke bawah. Sisanya adalah masyarakat menengah keatas yang tidak membutuhkan jasa bantuan hukum karena telah memiliki pengacara pribadi ataupun telah sanggup menggunakan jasa pengacara. Data didapatkan dari hasil kuesioner google form terhadap lebih dari 50 responden di Kota Batam.

b. Strategi Usaha

Untuk masyarakat menengah ke bawah, *Hotline Legal Help* merupakan layanan bantuan hukum yang ramah biaya dan mudah diakses. Hal tersebut memberikan alternatif dan kemudahan baru, sehingga dapat melindungi hak konstitusional sebagai warga negara, karena *Hotline Legal Help* bertujuan utama untuk kepentingan sosial dan melayani masyarakat.

1. Promosi mulut ke mulut dan melalui social media dan juga ke tetangga dan kenalan.

2. Menggunakan platform media sosial
3. Menggunakan flyer atau poster

c. Lokasi Penjualan

Dalam pemasaran, produk Biodegradable Pot akan menggunakan *platform ecommerve*. Hal ini dikarenakan platform ini merupakan salah satu segmentasi pasar yang mudah untuk dimasuki dan mempunyai margin yang tinggi. Selain itu, produk Biodegradable Pot juga akan dijual di toko ritel atau toko yang florist lainnya, yang dapat dijadikan sebagai tempat untuk mendistribusikan produk Biodegradable Pot.

ANALISIS RISIKO

Analisis SWOT

Analisis dan penerapan strategi SWOT pada ide bisnis Hotline Legal digambarkan dalam tabel berikut ini :

<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)	Opportunities (Peluang)	<i>Threats</i> (Ancaman)
Merupakan satu-satunya inovasi jasa yang memberikan kemudahan bagi masyarakat terutama masyarakat menengah kebawah baik dari segi kemudahan mengakses	Masih belum dikenal luas oleh seluruh lapisan masyarakat dan belum mendapat kepercayaan sebagai suatu jasa yang dapat dijadikan alternatif baru bagi masyarakat	Peluang kami masih sangat besar di Kota Batam. Dapat bersaing dengan competitor yang ada dengan keunikan yang kami miliki, yaitu hanya melewati satu panggilan telepon	Ancamannya adalah terhadap jasa bantuan hukum serupa yang berinovasi dengan kemudahan akses yang lebih baik dan harga yang lebih terjangkau serta kualitas dan kredibilitasnya.

<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)	Opportunities (Peluang)	<i>Threats</i> (Ancaman)
dan kemudahan biaya.	(kredibilitas dan popularitas)	dengan biaya jasa yang terjangkau dan bahkan cuma-cuma.	

Tabel 1 : Analisis SWOT

ANGGARAN DAN PERENCANAAN KEUANGAN

Anggaran dan Perencanaan

Berikut adalah analisis ekonomi usaha *Hotline Legal Help*. Analisis ini terdiri dari Perhitungan Rincian Bahan Baku, Proyeksi Laba Rugi, Analisis BEP, NPV, Payback, dan Use of Funds.

No	Jenis Biaya	Biaya (Rp)
1.	Sewa tempat/ lokasi Pembuatan	Rp1.000.000
2.	Hotline Telepon	Rp1.500.000
3.	Laptop	Rp400.000
4.	Meja, kursi dan ATK	Rp4.000.000
5.	Biaya promosi	Rp1.560.000
6.	Transportasi Listrik	Rp2.000.000
Biaya Tetap (Untuk Sebulan)		Rp10.460.000

Tabel 2 : Anggaran Permulaan *Hotline Legal Help*

No	Jenis Biaya	Biaya (Rp)
1.	Transportasi Listrik	Rp250.000
2.	Transportasi Air	Rp150.000
3.	Sewa tempat /lokasi WIFI	Rp1.000.000
4.	Kertas HVS	Rp80.000
5.	Transportasi	Rp1.560.000
Biaya Variabel		Rp1.680.000

Tabel 3 : Rincian Biaya Variabel

No	Jenis Biaya	Biaya (Rp)
1.	Jumlah Pelanggan Per Unit	90
2.	Harga per unit (rata2) Frekuensi pelanggan	Rp60.000
3.	Total penjualan dalam unit Total pendapatan penjualan	Rp5.400.000
Total Pendapatan		Rp5.400.000

Tabel 4 : Rincian Biaya Pendapatan (1 bulan)

KESIMPULAN

Dengan adanya *Hotline Legal Help* yang merupakan jasa dengan tujuan utamanya yaitu untuk kepentingan sosial, yang dimana jasa ini akan membantu para masyarakat yang memiliki penghasilan menengah ke bawah dan kurang mengerti tentang hukum agar tetap dapat menikmati dan mempertahankan hak-hak hukumnya serta mengerti prosedur hukum yang berlaku saat ini. Dana dari *Hotline Legal Help* berasal dari keuangan pribadi setiap internal anggota kelompok Hotline Bling. Dana lainnya berasal dari pendapatan dan keuntungan masa depan yang didapatkan dari jasa yang kami tawarkan, kemudian akan diputar kembali pendapatan tersebut

menjadi dana operasional jasa kami. Masyarakat cukup menghubungi hotline kami dan memberitahukan apa kendala dan permasalahan hukum yang mereka miliki. Kemudian dari informasi tersebut, call center hotline kami akan menghubungi setiap mahasiswa fakultas hukum yang tergabung ke dalam bisnis ini untuk ditindaklanjuti terkait bantuan dan nasihat hukum sesuai permasalahan yang dihadapi masyarakat. Jika hal tersebut tidak mampu terselesaikan oleh mahasiswa, kami akan mendampingi masyarakat dan meneruskannya kepada Lembaga Bantuan Hukum terdekat.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Kesehatan RI. (1999). Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 829/MENKES/SK/VII/1999. Retrieved from <https://covid19.go.id/p/regulasi/keputusan-menteri-kesehatan-nomor-hk0107menkes3822020>
- Freepik Company S.L. (2020). Free Vectors, Stock Photos & PSD Downloads Freepik. <https://www.freepik.com/>
- LearnWISE. (n.d.). Retrieved April 26, 2021, from <https://lms.learnwise.wfglobal.org>
- Market Analysis Template | Easy to Edit | Download Now. (n.d.). Retrieved April 28, 2021, from <https://powerslides.com/powerpoint-business/business-analysis-templates/market-analysis-template/>
- Seitz-Davis, M. (2019). How to write a brand positioning statement. Lucidpress.Com, September. <https://www.ebaqdesign.com/blog/positioning-statement>

Rozen Spoon: Inovasi Es Krim Sehat Berbahan Dasar Sayuran

Cicillia Chandra Putri, Tjang Fang Fang, Abue , Mely
Sisca, Yvonny, Ivone, SE., MM

RINGKASAN EKSEKUTIF

Akibat tingginya tingkat konsumsi dessert di Indonesia, banyak pengusaha yang berpikir untuk mulai mengoperasikan bisnis dessert. Umumnya, bisnis dessert sendiri memiliki beragam variasi, diantaranya ada yang berbentuk makanan dan ada juga yang berbentuk minuman, tergantung selera daripada konsumen yang menginginkan dessert yang seperti apa. Pada umumnya, orang Indonesia mengkonsumsi dessert setiap saat. Bisa pada saat sebelum makan, sesudah makan, ataupun pada saat bosan. Seperti yang dapat kita lihat pada saat ini, perkembangan zaman yang semakin maju serta, semakin tingginya permintaan masyarakat menjadikan usaha dessert semakin berkembang di kalangan masyarakat. Bukan hanya inovasi rasa baru yang dicari, tetapi pastinya juga bentuk, tampilan yang menarik dan yang tidak kalah penting adalah manfaat kesehatan yang dihasilkan dari produk itu sendiri.

Seiring berkembangnya zaman banyak bahan pengawet, pemanis buatan serta pewarna makanan yang tidak baik untuk tubuh jika dikonsumsi secara terus menerus. Meskipun begitu, masih banyak masyarakat yang tidak terlalu menghiraukan hal tersebut. Selain itu, dapat kita lihat masih banyak dessert yang menggunakan komposisi yang kurang baik seperti pengawet, pewarna makanan dan lain-lain. Oleh karena itu, kelompok kami terinspirasi untuk mengembangkan sebuah produk dessert yang tidak membahayakan kesehatan dan tentunya memiliki keunikan dari segi rasa dan juga bahan baku pembuatan produk itu sendiri. Nama dari Brand kami sendiri adalah “Frozen Spoon” atau artinya sendok dingin, dimana kami memfokuskan pada produk es krim dan kami juga berencana untuk mengenalkan produk kami sebagai makanan penutup atau dessert yang sehat, unik, serta dengan harga yang bersahabat dan ramah di kantong agar dapat dikonsumsi oleh seluruh kalangan. Di samping itu, kami juga akan menggunakan packaging yang ramah lingkungan dan kami juga menyediakan berbagai jenis topping yang dapat dipilih oleh para konsumen sesuai dengan selera mereka masing-masing.

Selain itu, seperti yang kita ketahui di Kota Batam sendiri masih sangat jarang atau bahkan belum pernah kita temui es krim sehat berbahan baku sayuran. Untuk itu, kami menginginkan masuk ke pasar laut biru yang dimana produk kami akan mudah dikenal oleh masyarakat. Faktor pendukung lain yang membuat kelompok kami bertekad untuk membuat produk ini, yaitu karena kondisi pandemi COVID-19 seperti saat ini yang dimana masyarakat lebih tertarik untuk mengkonsumsi sesuatu yang lebih sehat serta ingin menjaga pola hidup sehat agar tidak mudah terserang penyakit dan juga untuk meningkatkan imun tubuh.

GAMBARAN PERUSAHAAN

Produk



Gambar 1 : Logo Produk Frozen Spoon

Nama produk kami ialah Frozen Spoon. Kami menciptakan produk es krim sayur ini bertujuan untuk mengubah pola pikir anak-anak tentang sayuran. Sebenarnya sayur mayur tidak seburuk yang mereka kira. Banyak anak yang benci makan sayur, karena bau sayur yang terlalu menyengat. Tidak hanya untuk anak-anak, kami juga menasar orang dewasa yang ingin menjaga pola hidup sehatnya. Mengapa produk kami sangat sehat untuk dikonsumsi? karena terbuat dari sayuran dan tidak menggunakan bahan pengawet dan pewarna makanan buatan. Produk kami menggunakan rasa manis alami dari madu. Kami memiliki 2 jenis rasa dan 2 jenis topping.

Rasa produk kami terbuat dari bayam dan dibuat dari campuran labu siam dengan wortel. Kemudian topping pertama kami adalah “Healthy Topping” yang terbuat dari granola dan topping kedua adalah “Cheat Day Topping” yang berisi chocochips, marshmallow. Alasan mengapa pelanggan harus membeli produk kami adalah, produk kami terbuat dari sayuran dan juga terbuat dari madu. Jadi, berbeda dengan es krim lain pada umumnya.

Jadi kami dari PV (practice venture) FIVETASTIC yang bergerak dibidang Food and Beverage dimana produk yang kami produksi untuk saat ini adalah Eskrim Sayur dengan berbagai macam topping pilihan. Produk kami ditargetkan untuk anak-anak dan orang yang kurang bisa mengkonsumsi sayuran dikarenakan bau dari sayuran tersebut, tetapi masih ingin hidup sehat dan mengkonsumsi vitamin dari sayuran.

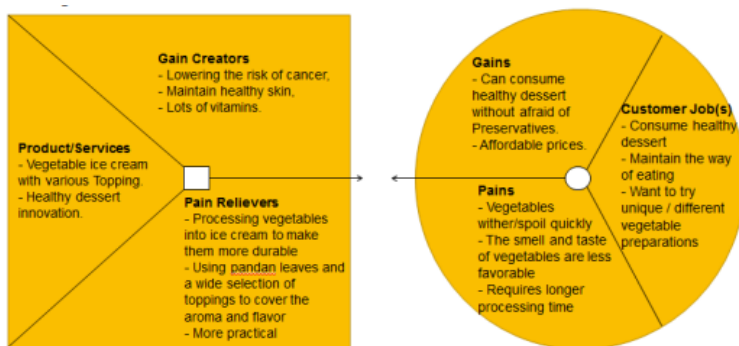
Untuk produk yang kami produksi akan kami jual dengan harga Rp7.000 di luar harga topping. Untuk Modal yang kami tentukan di awal adalah sebesar Rp3.522.000,- dan kami ingin mengajukan permintaan dana sebesar Rp5.000.000,- dimana sisa dari 1.478.000,- adalah pengeluaran diluar perhitungan modal PV kami. Besar harapan kami untuk bapak/ibu menghubungi dan memberikan kami kesempatan, sekian terima kasih.

No	Keterangan Pengeluaran	Biaya
1.	Blender	Rp 140.000.,
2.	Wadah	Rp 50.000.,
3.	Kompor	Rp 130.000.,
4.	Panci	Rp 78.000.,
5.	Mixer	Rp 159.000.,
6.	Spatula	Rp 40.000.,
7.	Freezer bekas	Rp 1.000.000.,
8.	Penyaring	Rp 140.000.,
9.	Gas	Rp 20.000.,
10.	Bahan Baku	Rp 25.000.,
11.	Cup Es Krim	Rp 144.000.,
12.	Sendok Kayu	Rp 6.000.,
13.	Plastik	Rp 20.000.,
14.	Stiker dan Kartu	Rp 50.000.,

No	Keterangan Pengeluaran	Biaya
15.	Biaya Pemasaran	Rp 200.000.,
16.	Biaya Listrik	Rp 200.000.,
17.	Biaya Internet	Rp 100.000.,
18.	Gaji Karyawan	Rp 500.000.,
TOTAL BIAYA		Rp 3.522.000.,

Tabel 1 : Pengeluaran

Value Proposition



Gambar 2 : Value Proposition Canvas

Value Proposition Canvas “*Customer Segment*” dan “*Product Segment*”

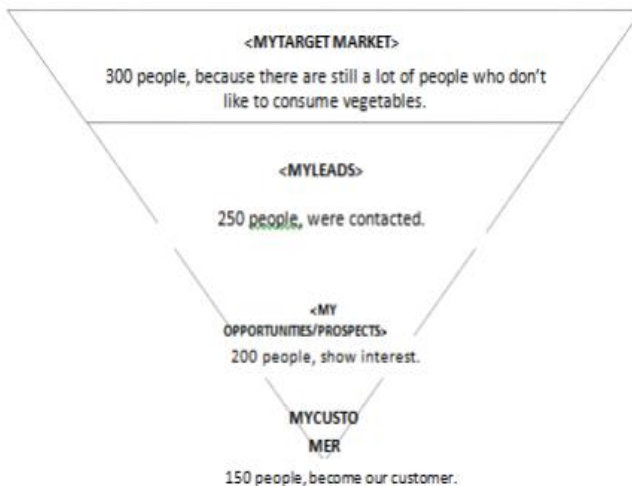
- Gain yang akan diperoleh dari *customer* kami adalah mereka dapat mengkonsumsi dessert sehat tanpa bahan pengawet. Dimana, dessert sehat kami terbuat dari Bayam dan Labu Siam. Manfaat dari sayur bayam dan juga labu siam dapat dilihat di dalam gambar *Value Proposition Canvas* “*Product Segment*” bagian *Gain Creators*.
- Pain yang dirasakan oleh customer kami adalah sebagaimana kita ketahui, sayuran cepat layu atau pun rusak apabila kita tidak menyimpan nya dengan benar. Maka dari itu, Pain Relievers ataupun solusi yang akan kami berikan adalah mengolah sayuran menjadi es krim. Tujuannya agar sayuran menjadi lebih awet. Selanjutnya, sayuran memiliki bau dan juga rasa yang khas. Untuk itu Pain Relievers atau solusi yang kami berikan adalah menambahkan daun pandan untuk mengurangi aroma dari

sayuran tersebut agar aroma tersebut tidak terlalu kuat. Karena sayuran memiliki rasa yang khas maka kami menyediakan berbagai macam pilihan topping untuk mengurangi rasa sayuran itu sendiri.

- Jobs to be done atau Customers Jobs, dimana dengan mengkonsumsi dessert kami yang merupakan salah satu bentuk inovasi dari dessert sehat, customer kami, tetap dapat menjaga atau mempertahankan pola makan ataupun pola hidup yang sehat.

Kelompok kami menawarkan sebuah produk yang merupakan bentuk inovasi dessert sehat berbahan dasar sayuran yaitu es krim sayur kepada customer-customer kami. Produk kami terdiri dari dua pilihan rasa, yaitu Spinach Flavour dan Chayote Mix Carrot Flavour. Selain itu, kami juga menyediakan berbagai macam topping yang terdiri dari 2 jenis topping yaitu Healthy Topping dan Cheat Day Topping. Disini, Healthy Topping terdiri dari Granola. Sedangkan Cheat Day Topping terdiri dari Marshmallow, Chocochips, dan lain-lain.

Triple Bottom Line (TBL)



Gambar 3 : TBL or BOP Impacts

STRUKTUR PASAR

Lingkungan Pemasaran

Pada dasarnya sayur bayam, labu siam dan juga wortel memiliki banyak sekali manfaat untuk kesehatan. Selain itu, sayur-sayuran ini sendiri sangat mudah dijumpai di Indonesia, karena merupakan negara beriklim tropis. Selain itu, masyarakat dari berbagai kalangan juga sangat menyukai es krim, karena rasanya yang manis dan dan juga menyegarkan, sehingga cocok pula dikonsumsi pada saat cuaca sedang panas. Untuk itu, kelompok kami memilih “*Blue Ocean Strategy*” atau yang lebih dikenal sebagai strategi yang menantang perusahaan untuk keluar dari samudra merah persaingan berdarah dengan cara menciptakan ruang pasar yang belum ada pesaingnya, sehingga kata kompetisi pun menjadi tidak relevan. *Blue Ocean Strategy* berfokus pada menumbuhkan permintaan dan menjauh dari kompetisi dengan menciptakan suatu nilai dan keunikan yang tidak sembarang unik, namun juga merupakan pangsa pasar menguntungkan. Dimana seperti kita ketahui, es krim yang dibuat dengan bahan dasar sayuran masih sangat jarang ditemui di pasaran dan untuk itu kelompok kami berinovasi dalam berwirausaha dengan menciptakan es krim sehat berbahan dasar sayur-sayuran.

Analisis Pesaing

Biodegradable pot yang lebih terjangkau, ramah lingkungan dan mudah digunakan. BioNature dalam menjalankan usahanya akan memenuhi semua persyaratan yang ditujukan kepada UMKM.

	Competitor 1 (Walls)	Competitor 2 (Aice)	Competitor 3 (Campina)	Competitor 4 (Glico)	Competitor 5 (Baskin Robins)	You (Frozen Spoon)
Product Benefit	Increase feelings of happiness	Increase feelings of happiness	Increase feelings of happiness	Increase feelings of happiness	Increase feelings of happiness	Healthy, Customer can choose their own toppings according to their own taste.
Product	Cometto, Magnum, etc	Cone Ice Cream, Mochi Ice Cream	Cone Ice Cream, Ribbon, Spongebob Ice cream	Cone Ice Cream, Waffle Ice Cream	Ice Cream Cake, Waffle Ice Cream	Vegetable Ice Cream
UVP	Many variants of flavour, Attractive packaging	Very first Mochi ice cream in Indonesia	Unique shape because it uses a cartoon as a reference	Delicious, Affordable, Unique Taste	Classy and Pricey	Our products are made from Natural Ingredients, also without any Preservatives
Price	From Rp.3.000-Rp. 25.000	From Rp.2.500-Rp. 10.000	From Rp. 1.000-Rp. 28.000	From Rp.2.500 - Rp.12.000	From Rp.70.000-Rp. 260.000	From Rp.5.000-Rp.8.000 (Before adding Topping)
Branding	Registered Company	Registered Company	Registered Company	Registered Company	Registered Company	Non Registered Company
Market Review	80%	70%	60%	65%	65%	<10%

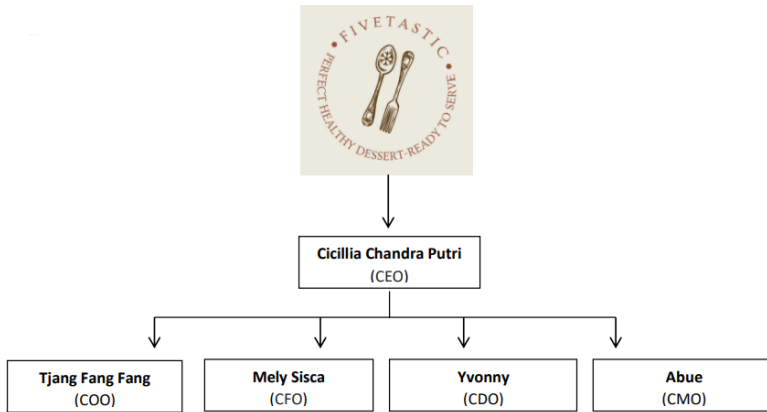
Gambar 4 : Analisis Pesaing Produk Frozen Spoon

Jadi, 2 (dua) keunggulan dari produk kami adalah sehat dan customer kami dapat memiliki topping sendiri sesuai dengan selera masing-masing, menurut kami manfaat ini akan membuat pelanggan beralih dari alternatif yang sudah ada karena produk kami dibuat dari bahan-bahan alami, tanpa bahan pengawet, pewarna makanan, pemanis buatan, dan juga terdapat berbagai pilihan topping dan yang terpenting adalah produk kami sangat terjangkau.

STRUKTUR ORGANISASI

Struktur Organisasi Frozen Spoon

Berikut ini merupakan struktur organisasi dari Frozen Spoon adalah sebagai berikut.



Gambar 1 : Struktur Organisasi dari Frozen Spoon

Sumber daya yang digunakan perusahaan kami tentunya ialah Sumber Daya Manusia (SDM) dan Sumber Daya Alam (SDA) yang digunakan dalam proses pembuatan atau produksi produk. Terkait Sumber Daya Manusia dalam perusahaan kami tentunya ialah kami sendiri sebagai pihak dalam pembuatan produk yang kami jual. Sedangkan untuk Sumber Daya Alam adalah bahan-bahan baku yang digunakan dalam pembuatan produk. Kami menggunakan bahan-bahan alami dalam pembuatan produk kami yang dimana bahan baku yang kami gunakan sangat mudah ditemukan, karena bahan baku yang dipakai sangat umum dan banyak di jual di pasaran.

a. Partner

Saat ini kami belum memiliki partner bisnis.

b. Community Engagement

Saat ini kami belum memiliki komunitas bisnis.

OPERASI DAN PEMASARAN

Analisis Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian kami mengenai Market Analysis, bahwa jenis market kedepannya yang akan kami gunakan adalah re-segmented market, karena harga produk yang kami tawarkan memiliki harga yang cukup terjangkau dan hasil wawancara dari beberapa customer kami dapat diketahui bahwa mereka membutuhkan dessert (es krim) yang sehat dengan harga yang terjangkau. Untuk itu, kami memberikan sebuah inovasi produk yang bisa merubah pandangan mereka tentang sayur-sayuran.

Target Pemasaran

Target pasar atau yang menjadi target utama kami adalah anak kecil dan orang dewasa yang tidak suka mengkonsumsi sayuran ataupun orang dewasa yang ingin mempertahankan pola hidup sehat mereka, yang dimana yang kami targetkan ialah kalangan dengan kisaran umur mulai dari 8 - 20 tahun.

Struktur Pemasaran

Strategi yang kami gunakan untuk memasarkan atau mempromosikan dan menyampaikan informasi mengenai produk kami adalah dengan menggunakan media sosial, salah satunya yaitu Instagram dengan membuat akun untuk menjual produk kami. Selain itu, kami juga menggunakan influencer untuk membantu mengenalkan dan juga mempromosikan produk kami di lingkungan masyarakat luas agar produk kami lebih dikenal banyak orang. Disamping itu, dikarenakan saat ini masih dalam keadaan pandemi COVID-19, sehingga dengan kondisi seperti itu belum mendukung dan memungkinkan kami untuk menjual produk kami secara langsung di lapangan. Maka dari itu, kami memutuskan untuk menjual produk kami secara online saja, yaitu melalui sosial media (Instagram).

ANALISIS RISIKO

Analisis SWOT

Analisa SWOT adalah sebuah bentuk analisa situasi dan juga kondisi yang bersifat deskriptif (memberi suatu gambaran). Analisa ini menempatkan situasi dan juga kondisi sebagai sebagai faktor masukan, lalu kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. Satu hal yang perlu diingat baik-baik oleh para pengguna analisa ini, bahwa analisa SWOT ini semata-mata sebagai suatu sebuah analisa yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi, dan bukan sebuah alat analisa ajaib yang mampu memberikan jalan keluar yang bagi permasalahan yang sedang dihadapi.

SWOT	Frozen Spoon : Inovasi Es Krim Sehat Berbahan Dasar Sayuran
S (Strength)	Dibuat dengan bahan dasar sayuran segar, Harga bersahabat di kantong seluruh kalangan, Menyediakan berbagai macam pilihan topping, Mengutamakan kualitas produk, rasa dan juga khasiatnya.
W (Weakness)	Rendahnya skill dalam pembuatan produk, Iklan dan promosi masih belum dilakukan.
O (Opportunity)	Indonesia merupakan negara dengan iklim tropis, sehingga menjadi sasaran pasar yang terbilang cukup luas, Pandemi Covid-19 membuat masyarakat mencari segala sesuatu yang serba sehat, Jarang dijumpai di pasaran yang menjual dessert berbahan dasar sayuran, Tingginya harga pasar lain dalam penjualan es krim.
T (Threat)	Lumayan banyak pesaing dalam lingkup yang sama tapi tak serupa, Naiknya harga bahan baku akan berefek pada harga jual produk.

Gambar 6 : AnalisisSWOT

ANGGARAN DAN PERENCANAAN KEUANGAN

Anggaran dan Perencanaan

Untuk memenuhi kebutuhan akan modal usaha ini maka kami menggunakan modal sendiri. Dan dana tersebut dialokasikan untuk memenuhi seluruh kebutuhan dana untuk kegiatan operasional jamu boba.

RENCANA KEUANGAN DASAR: TEMPLATE											
Biaya Permulaan (Start Up Cost)		IDR	Biaya Tetap (untuk sebulan)		IDR	Gaji setiap karyawan	Jumlah karyawan	Biaya Variabel (per unit)			
Kompor	IDR 130.000		Gaji	IDR 500.000	IDR 500.000			Cup Ice Cream	IDR 720	100	IDR 72.000
Wadah	IDR 50.000		Gas	IDR 25.000				Sandok wa Cream	IDR 25	100	IDR 3.000
Mixer	IDR 350.000		Akuan	IDR 200.000				Kantong Plastik Ramah Lingkungan	IDR 100	200	IDR 20.000
Panci	IDR 78.000		Internet	IDR 100.000				Sticker dan Kartu	IDR 250	100	IDR 25.000
Blender	IDR 140.000		Listrik	IDR 200.000				Tepung Maizena	IDR 180	8	IDR 18.000
Freezer Bekas	IDR 1.000.000		Total	IDR 1.625.000				Sip	IDR 480	8	IDR 48.000
Spatula	IDR 40.000							Susu Cair Low Fat	IDR 256	8	IDR 238.000
Pemering	IDR 20.000		Pelanggan (per hari)	Jumlah hari				Labu Siam	IDR 400	8	IDR 80.000
Total	IDR 1.617.000			30				Wortel	IDR 300	8	IDR 60.000
								Madu	IDR 360	4	IDR 36.000
								Total	IDR 1.071		
Pendapatan (untuk 30 hari)		IDR						Biaya Variabel (per unit)			
Jumlah pelanggan	200							Cup Ice Cream	IDR 720	100	IDR 72.000
Unit per pembelian	1							Sandok wa Cream	IDR 25	100	IDR 3.000
Harga per unit (IDR)	7000							Kantong Plastik Ramah Lingkungan	IDR 100	200	IDR 20.000
Frekuensi pembelian	1							Sticker dan Kartu	IDR 250	100	IDR 25.000
Total penjualan dalam unit (IDR)	200							Tepung Maizena	IDR 180	8	IDR 18.000
Total pendapatan penjualan (IDR)	1.400.000							Sip	IDR 480	8	IDR 48.000
								Susu Cair Low Fat	IDR 256	8	IDR 238.000
								Bayam	IDR 300	8	IDR 60.000
								Madu	IDR 360	4	IDR 36.000
								Total	IDR 2.671		
BINGKASAN											
Revenue	IDR										
Sales	1400000										
Other Revenue Sources											
Total	1400000										
Profit	1295000										
Breakeven	146.4285714										
Pay Back Period (Months)											1.33
Contribution											9928

Gambar 7 : Rencana Keuangan Dasar

KESIMPULAN

Seiring berkembangnya zaman banyak bahan pengawet, pemanis buatan serta pewarna makanan yang tidak baik untuk tubuh jika dikonsumsi secara terus menerus. Meskipun begitu, masih banyak masyarakat yang tidak terlalu menghiraukan hal tersebut. Selain itu, dapat kita lihat masih banyak dessert yang menggunakan komposisi yang kurang baik seperti pengawet, pewarna makanan dan lain-lain. Oleh karena itu, kelompok kami terinspirasi untuk

mengembangkan sebuah produk dessert yang tidak membahayakan kesehatan dan tentunya memiliki keunikan dari segi rasa dan juga bahan baku pembuatan produk itu sendiri. Nama dari Brand kami sendiri adalah “Frozen Spoon” atau artinya sendok dingin, dimana kami memfokuskan pada produk es krim dan kami juga berencana untuk mengenalkan produk kami sebagai makanan penutup atau dessert yang sehat, unik, serta dengan harga yang bersahabat dan ramah di kantong agar dapat dikonsumsi oleh seluruh kalangan. Di samping itu, kami juga akan menggunakan packaging yang ramah lingkungan dan kami juga menyediakan berbagai jenis topping yang dapat dipilih oleh para konsumen sesuai dengan selera mereka masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

Wadhvani Foundation
<https://www.wfglobal.org/>

Ri-Coffee

Steven Shui, Kian Richardoegan, Melvin, Rico Winardo,
Wishly Wijaya, Dr. Antony S

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Coffee truck merupakan sebuah ide bisnis dalam bidang food & beverage yang berbasis kendaraan yang mengikuti trend zaman sekarang. Saat ini bisnis kopi merupakan bisnis yang cukup terkenal karena bagi Sebagian orang sudah menjadikan kopi sebagai keperluan dan gaya hidup. Café berkelas yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia franchise dari luar seperti coffee bean, tealeaf dan starbuck. Café yang dari Indonesia yang dapat bersaing dengan franchise luar negeri seperti thelekseso, coffee bite, maxcoffee, coffee shop wake cup dan lain sebagainya.

Karena manusia itu setiap hari melakukan aktivitas sehingga mereka membutuhkan suatu makanan atau minuman yang dapat mendukung mereka untuk memulai aktivitas mereka pada hari tersebut. Dapat berupa minuman kopi dan makanan ringan seperti roti. Sebagian orang tidak sempat membuat sarapan sehingga mereka pergi membeli makanan di kedai-kedai maupun tempat makan lainnya. Dikarena Covid 19, banyak masyarakat takut akan pergi ke kedai karena takut terkena virus ini. Sehingga masyarakat lebih memilih membeli makanan di tempat *drive-thru*. Salah satu ide yang kami berikan adalah *coffee-truck*.

Pada coffee truck ini, kami memberikan minuman dan kopi seperti kedai kopi pada umumnya cuman dengan standard ok dan beberapa makanan ringan. Serta memiliki mobilitas yang tinggi. Pemesanan dapat dilakukan secara online sehingga tidak perlu melakukan tatap muka dan transaksi dapat dilakukan secara online maupun offline. Pada *coffee-truck* ini dapat memberikan mobilitas tinggi yaitu seperti berpindah waktu ke suatu tempat pada jangka waktu tertentu. Untuk lokasi dapat dilihat dari sosmed berupa *Instagram*.

Sekarang café tidak hanya menetap pada suatu tempat namun sudah bisa bergerak dalam bidang transportasi. Di Batam sendiri café yang berjualan kopi dapat dikatakan cukup banyak. Generasi sekarang banyak membuka coffee shop sebagai hobi dan

penghasilan tambahan. Dan di daerah batam sendiri masih belum ada coffee shop yang dapat berpindah dengan memanfaatkan transportasi sebagai medianya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dikemukakan suatu rumusan masalah yaitu “Bagaimana kegiatan Ri’Coffe sebagai media dan inovasi dalam perkembangan bisnis penjualan kopi di Batam

Luaran Kegiatan

Luaran yang diharapkan melalui program kreativitas Masyarakat adalah:

1. Menghasilkan inovasi dalam perkembangan bisnis café baru berbasis truck
2. Menghasilkan minuman dan makanan ringan yang standard kedai kopi yang berkualitas
3. Memberikan kemudahan masyarakat dalam membeli makanan dengan mudah tanpa bertransaksi secara langsung

Manfaat Kegiatan

Manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan program kreativitas masyarakat ini adalah

1. Dapat mengenal dan merasakan inovasi bisnis café berbasis truck
2. Menciptakan peluang usaha baru bagi masyarakat
3. Merangsang kreativitas dan daya inovasi untuk menghasilkan produk yang bermanfaat.

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Kondisi Umum Lingkungan Potensi Sumber Daya dan Peluang Pasar

<p>Strength</p> <p>Kualitas makanan dan minuman berkualitas dengan harga yang murah</p> <p>Aman karena tidak perlu melakukan transaksi secara offline Kostumer dapat mencari kami melalui Instagram untuk mengetahui lokasi kami Menyediakan pelayanan online</p>	<p>Weakness</p> <p>Daerah selalu berubah-berubah atau tidak menetap pada suatu lokasi</p> <p>Minim budget dalam berusaha</p>
<p>Opportunities</p> <p>Coffee truck pertama di Batam</p> <p>Tingginya peminat kopi di Batam</p>	<p>Threats</p> <p>Cukup mudah ditiru</p> <p>Bersaing dengan banyak cafe di Batam</p>

Analisis Ekonomi Usaha

No	Item	Quantity	Unit	Price/Unit	Total
2	Biji Kopi Torabika	5	Kg	IDR 250,000.00	IDR 1,250,000.00
3	Air Galon	90	Bottle	IDR 5,000.00	IDR 450,000.00
4	Susu Frisian Flag 225ML	2	box	IDR 215,000.00	IDR 430,000.00
5	Gelas	1500	cup	IDR 500.00	IDR 750,000.00
6	Pembungkus Roti	750	pcs	IDR 160.00	IDR 120,000.00
7	Mentega Blueband 4.5KG	1	pcs	IDR 140,000.00	IDR 140,000.00
8	Gula Pasir	5	Kg	IDR 12,000.00	IDR 60,000.00
9	Selai Kaya	2	Kg	IDR 20,000.00	IDR 40,000.00
10	Selai Strawberry	2	Kg	IDR 20,000.00	IDR 40,000.00
11	Selai Blueberry	2	Kg	IDR 20,000.00	IDR 40,000.00
12	Telur ayam (30pcs/papan)	25	set	IDR 45,000.00	IDR 1,125,000.00
13	Milo	2	Kg	IDR 70,000.00	IDR 140,000.00
14	Caramel 640ml	3	pcs	IDR 50,000.00	IDR 150,000.00
15	Gula Aren	3	Kg	IDR 50,000.00	IDR 150,000.00
16	Roti Tawar Morning Bakery (10Pcs)	75	pack	IDR 11,000.00	IDR 825,000.00
Total					IDR 5,710,000.00

Drink

Menu	Price
Coffee	IDR 10,000.00
Coffee with Milk	IDR 12,000.00
Coffee with Milo	IDR 15,000.00
Coffee with Caramel	IDR 15,000.00
Espresso	IDR 18,000.00
Signature Coffee	IDR 18,000.00

Bread

Menu	Price
Toast (2pcs)	IDR 5,000.00
(+) Additional	
Egg	IDR 4,000.00
Selai Kaya	IDR 3,000.00
Selai Strawberry	IDR 3,000.00
Selai Blueberry	IDR 3,000.00

Target Penjualan Minuman= 1500 cup

Target Pendapatan: Rata-Rata Harga Minuman x 1500 Cup

Rata-Rata Harga Minuman: IDR 15,000.00

Sehingga Diperoleh: **IDR 22,500,000.00**

Sales/Month

Target Penjualan Makanan= 750 pcs

Target Pendapatan; ((Harga Toast + Rata-Rata Harga Additional) x 750 pcs

Harga Toast + Rata-Rata Harga Additional: 5000+3250 IDR 8,250.00

Sehingga Diperoleh **IDR 6,187,500.00**

Kelayakan Usaha

Arus Kas		
Ri'Coffee		
Keterangan	Bulan ke 1	Bulan ke 5
Arus Kas Masuk		
Penjualan	IDR 28,687,500.00	IDR 28,687,500.00
Total Arus Kas Masuk	IDR 28,687,500.00	IDR 28,687,500.00
Total Arus Kas Masuk		
Pengeluaran Per Bulan	IDR 5,710,000.00	IDR 5,710,000.00
Gaji dan Upah	IDR 7,000,000.00	IDR 7,000,000.00
Peralatan	IDR 10,380,000.00	IDR 0.00
Perjalanan (Bensin)	IDR 1,000,000.00	IDR 1,000,000.00
Truck	IDR 50,000,000.00	
Total Arus Kas Keluar	IDR 74,090,000.00	IDR 13,710,000.00
Net Arus Kas Masuk		
	IDR - 45,402,500.00	IDR 14,977,500.00
Saldo Awal Masuk Arus Kas		
	IDR 100,000,000.00	IDR 114,037,500.00
Saldo Akhir Arus Kas	IDR 54,597,500.00	IDR 129,015,000.00

Melalui tabel arus kas di atas, dapat disimpulkan bahwa pada tahun pertama terjadi kerugian yang cukup besar dikarenakan *early investment* yang sangat besar. Tetapi mulai dari bulan ke-5 sudah

mulai mendapatkan keuntungan. Jika dilihat melalui bulan ke-5, dapat dikatakan bahwa usaha ini membutuhkan modal yang cukup besar tetapi dapat menghasilkan profit yang besar.

METODE PELAKSANAAN

Tahapan Pekerjaan

Terdapat 2 tahap dalam pembuatan kopi, yaitu persiapan alat bahan, dan pembuatan kopi. Dalam setiap tahap pembuatan kopi ketelitian selalu diutamakan, untuk menghasilkan kualitas terbaik.

Persiapan alat dan bahan :

- Espresso Gustino Machine
- Coffee Grinder N500 Espresso Coffee
- Tefal Toaster Express +LidT 3561
- GelasBiji kopi
- Air galon
- Susu frisian flag
- Gula pasir
- Milo
- Caramel
- Gula aren



Setelah bahan-bahan sudah disiapkan kopi cafe sudah mulai bisa untuk dibuat dengan langkah-langkah seperti :

1. Pertama ambil bubuk kopi dari mesin coffee grinder,
2. Selanjutnya bubuk kopinya dirapikan, dipress dan dimasukkan ke mesin espresso gustino untuk diekstrak kopinya ke 2 gelas kecil,
3. Masukkan susu kental ke gelas yang akan disuguhkan kemudian tuangkan 1 gelas ekstrak kopi tersebut ke gelas yang akan disuguhkan,



4. kemudian gelas yang sudah diisi kopi dan susu diaduk secara merata kemudian dimasukkan es batu,
5. Selanjutnya, kopi yang sudah diaduk merata ditambahkan susu frisian flag,
6. Terakhir, sisa 1 gelas kecil kopi ekstrak tersebut dituangkan ke gelas yang akan disajikan
7. Kopi Cafe sudah dapat dihidangkan.



BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

Anggaran Biaya

Tabel 3 Rekapitulasi Rencana Anggaran Biaya

No	Jenis Pengeluaran	Biaya (Rp)
1	Pengeluaran yang diperlukan	IDR 5,710,000.00
2	Bahan Habis Pakai	IDR 7,000,000.00
3	Perjalanan dalam kota	IDR 1,000,000.00
4	Lain-lain	IDR 60,380,000.00
Jumlah		IDR 74,090,000.00

Jadwal Kegiatan

Tabel 4 Jadwal kegiatan PKM-K

No	Jenis Kegiatan	Bulan			Person Penanggung-jawab
		1	2	3	
1	Survey Tingkat Minat	X			Steven Shui, Melvin, Kian Richardoegan
2	Pencarian Supplier	x			Rico Winardo, Wishly Wijaya
3	Kegiatan Promosi		X		Steven Shui, Melvin, Kian Richardoegan, Rico Winardo, Wishly Wijaya
4	Pemberian Sampel		X		Rico Winardo, Kian Richardoegan, Wishly Wijaya
5	Evaluasi			x	Steven Shui, Melvin, Kian Richardoegan, Rico Winardo, Wishly Wijaya

DAFTAR PUSTAKA

(Menggunakan perangkat lunak manajemen referensi Mendeley yang dikembangkan oleh Elsevier)

Menggunakan *system Harvard (author-date style)* dan alamat internet ditulis *italic*. Jarak 1 spasi

Urutan abjad nama pengarang. Tahun. Judul tulisan. Sumber

O'Brien, J.A. dan Marakas, J.M. 2011. *Management Information Systems*. Edisi ke-10. McGraw-Hill. New York. USA. **(Buku*)**

Cartlidge, J. 2012. Crossing boundaries: Using fact and fiction in adult learning. *The Journal of Artistic and Creative Education*. 6 (1):94-111. **(Artikel atau Jurnal*)**

Michael, R. 2011. Integrating innovation into enterprise architecture management.

Proceeding on Tenth International Conference on Wirt-schafts Informatik.16-18

February 2011, Zurich, Swiss. pp.776-786. **(Prosiding Seminar atau Konferensi*)**

Soegandhi. 2009. Aplikasi model kebangkrutan pada perusahaan daerah di Jawa Timur. *Tesis*. Fakultas Ekonomi Universitas Joyonegoro, Surabaya. **(Tesis*)**

Ahmed, S. dan Zlate, A. 2012. *Capital flows to emerging market economies: A brave new world* *Hyperlink reference not valid*. URL: <https://newworld/234/paper>. Diakses tanggal 3 Februari 2021. **(Website*)**