

BAB V

PENGEMBANGAN BISNIS

5.1 Pengembangan Usaha

Adapula beberapa langkah perencanaan pengembangan usaha yang kami lakukan demi memajukan usaha Nyambel Banget seperti :

1. Strategi Pengembangan Operasional

Sebagai langkah pengembangan bisnis untuk keberlanjutan usaha, dalam bagian Operational, Nyambel Banget perlu melakukan Pendekatan Just In Time (JIT). Pendekatan ini digunakan untuk memastikan seluruh bahan baku, proses produksi, dan alur distribusi berjalan tepat waktu tanpa pemborosan, sehingga operasional dapat berlangsung lebih cepat, efisien, dan responsif terhadap permintaan pasar.

Penerapan JIT pada Nyambel Banget dimulai dari pengelolaan persediaan bahan baku. Mengingat bahan utama seperti cabai dan bawang memiliki sifat mudah rusak, JIT membantu Nyambel Banget menekan jumlah stok berlebih dan hanya menyimpan material yang dibutuhkan untuk produksi harian. Melalui sistem pembelian yang lebih sering dalam jumlah kecil, Nyambel Banget mampu menjaga kesegaran bahan dan mengurangi biaya penyimpanan. Pola ini juga meminimalkan risiko bahan baku mengalami penurunan mutu, yang dapat memengaruhi cita rasa sambal.

Secara keseluruhan, penerapan strategi Just In Time pada Nyambel Banget membantu menciptakan sistem produksi sambal yang lebih terencana, efisien, dan berkualitas tinggi. Dengan mengurangi pemborosan dalam penyimpanan bahan baku, mempercepat alur produksi, meningkatkan pengendalian kualitas, serta memperkuat kemitraan dengan pemasok, perusahaan mampu meningkatkan daya saing sekaligus mempertahankan konsistensi rasa yang menjadi keunggulan utama produk sambal siap saji Nyambel Banget.

2. Strategi Pengembangan Marketing

Dalam upaya mendorong pertumbuhan usaha Nyambel Banget ke tahap selanjutnya, perlu adanya strategi-strategi pengembangan khususnya dalam bidang pemasaran. Platform belanja online atau *e-commerce* merupakan ladang luas untuk melakukan perluasan pasar sehingga dapat menjangkau audiens baru. Ada beberapa perencanaan pengembangan seperti :

Pertama, menawarkan produk yang lebih variatif melalui pembuatan beberapa paket bundling dan hampers untuk hari-hari besar seperti hari raya, natal dan tahun baru. Perencanaan ini bertujuan untuk menarik konsumen lebih luas selama periode permintaan yang tinggi. Hal ini menyebabkan daya Tarik terhadap konsumen untuk membeli sekaligus 1 paket dengan total 4 botol sambal siap saji, selain itu perencanaan ini dapat menarik konsumen yang memang berniat untuk membeli hampers di hari raya, sehingga brand Nyambel Banget dapat menyampaikan kesan baik di hari-hari penting para konsumen. Tentunya hal ini melakukan perhitungan dengan baik dimulai dari kemasan paket khusus hari raya dan kemasan bundling hingga perhitungan HPP.

Kedua, perencanaan pengembangan dalam memaksimalkan momentum penjualan, khususnya selama periode permintaan tinggi seperti payday sale, double date, dan kampanye belanja bulanan. Tim marketing akan merancang promo strategis dimana kami merancang strategi selama periode permintaan tinggi berupa flashsale yang lebih menarik khusus beberapa pembeli, menawarkan free gift di setiap pembelian dengan ketentuan yang berlaku, selain itu kami juga menawarkan free tester untuk varian lainnya, sehingga jika konsumen tidak memesan varian lain, konsumen tetap dapat mencoba rasa varian lain dengan tujuan konsumen tertarik dengan varian sambal lainnya.

Dengan adanya perencanaan pengembangan yang jelas, proses pengembangan usaha Nyambel Banget dapat dijalankan lebih terstruktur. Strategi pemasaran yang berfokus pada e-commerce dapat menjangkau pasar dan audiens lebih luas hal ini berdampak positif terhadap penjualan.

3. Strategi Pengembangan Keuangan

Strategi keuangan dalam usaha *Nyambel Banget* berfokus pada pengelolaan sumber daya finansial secara efisien untuk memastikan operasional bisnis berjalan stabil dan berkelanjutan. Sebagai Chief Financial Officer (CFO), penulis bertanggung jawab merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi kebijakan keuangan yang mencakup aspek perencanaan, pengendalian, serta analisis kinerja finansial. Strategi keuangan yang diterapkan dimulai dari penyusunan anggaran (budgeting) yang disusun berdasarkan proyeksi penjualan, kebutuhan bahan baku, tenaga kerja, dan biaya operasional. Penyusunan anggaran ini bertujuan memberikan pedoman yang jelas agar setiap pengeluaran tetap berada dalam batas yang wajar dan tidak menimbulkan pemborosan. Selanjutnya, pengendalian biaya (cost control) dilakukan melalui pemantauan realisasi biaya dari berbagai komponen produksi dan operasional. Perbandingan antara anggaran dan realisasi digunakan untuk mengidentifikasi penyimpangan sehingga penulis dapat menentukan langkah korektif, misalnya penyesuaian jumlah pembelian bahan baku atau optimalisasi penggunaan sumber daya.

Dalam menjaga keberlangsungan kegiatan operasional, manajemen arus kas (cash flow management) menjadi aspek strategis yang sangat penting. Penulis mencatat seluruh arus kas masuk dan keluar secara sistematis untuk memastikan likuiditas perusahaan tetap terjaga dan usaha tidak mengalami kekurangan dana operasional. Selain itu, evaluasi kinerja dilakukan melalui analisis laporan laba rugi yang disusun secara berkala. Analisis ini digunakan untuk memahami tingkat profitabilitas, margin kontribusi, serta beban usaha yang paling dominan. Informasi tersebut menjadi dasar bagi pengambilan keputusan strategis, seperti penyesuaian harga produk, efisiensi produksi, atau peningkatan volume penjualan. Strategi efisiensi biaya juga diterapkan melalui pengelolaan pembelian bahan baku secara optimal, minimisasi waste, serta penerapan sistem produksi berbasis permintaan (demand-based production). Pendekatan ini membantu mengurangi risiko bahan baku rusak serta menekan biaya penyimpanan yang tidak diperlukan.

Selain mengelola biaya operasional, penulis juga melakukan evaluasi terhadap setiap keputusan pengeluaran dan investasi jangka panjang melalui

analisis biaya-manfaat (cost-benefit analysis). Setiap keputusan pembelian peralatan, pengembangan kapasitas produksi, hingga penambahan sumber daya dipertimbangkan secara cermat agar memberikan dampak positif terhadap efisiensi dan keuntungan perusahaan. Melalui penerapan strategi keuangan yang komprehensif ini, *Nyambel Banget* mampu menjaga stabilitas finansial, meningkatkan efisiensi operasional, serta mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

4. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia

Sebagai langkah pengembangan bisnis untuk keberlanjutan usaha, dalam bagian sumber daya manusia, *Nyambel Banget* perlu melakukan penambahan atau perekrutan sumber daya manusia yang akan difokuskan ke dalam divisi produksi. Hal ini dilakukan untuk mendukung peningkatan kapasitas produksi sesuai dengan target yang sudah ditentukan. Untuk mencapai target penjualan atau pendapatan, perlu adanya peningkatan dalam segi kapasitas produksi. Kebutuhan tenaga kerja tambahan menjadi faktor utama yang perlu dilihat agar proses produksi dapat berjalan dengan stabil dan tidak membebani serta mengganggu anggota tim divisi lain. Proses penambahan SDM ini perlu kita seimbangi dengan penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang detail, kuat dan terstruktur. Hal ini dilakukan dengan upaya menjaga alur kerja produksi, mulai dari persiapan bahan baku, teknik memasak, proses pengemasan dan kontrol kualitas yang dilakukan oleh tenaga kerja baru. Dalam prosesnya tentu tenaga kerja baru mendapatkan pelatihan intensif oleh anggota tim dan kepala produksi untuk memastikan tenaga kerja baru memahami standar kualitas dan budaya kerja *Nyambel Banget*. Dengan strategi pengembangan ini, *Nyambel Banget* mampu meningkatkan kapasitas produksi dengan efisien dan signifikan serta menjaga kualitas produk tetap terbaik dan dapat memenuhi permintaan pasar dengan baik yang lebih besar.

5.2 Pengembangan Pemasaran Melalui E-Commerce

Dalam strategi pengembangan usaha *Nyambel Banget* melalui platform e-commerce, khususnya platform e-commerce Shopee, dan perusahaan menetapkan

pendekatan terstruktur dan berbasis data untuk memaksimalkan efektivitas iklan serta meningkatkan penjualan. Salahsatu strategi penulis unntuk mengembangkan adalah dengan mengadakan live streaming dengan minimal 4 sesi per hari dengan masing masing 2 jam live streaming per sesi,



Gambar 5. 1 Modal Minimum Iklan Shopee

Berikut merupakan jumlah minimal penggunaan iklan dalam platform iklan live streaming shopee dimana penggunaan iklan minimal di Rp25.000 sampai dengan Rp10.000.000.

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

The screenshot shows a configuration screen for a live streaming session. At the top, there's a 'Durasi' (Duration) section with a help icon. Below it are buttons for 'Sepanjang H...' (As long as H...), '30 Menit' (30 Minutes), '1 Jam' (1 Hour), '2 Jam' (2 Hours - highlighted in red), '4 Jam' (4 Hours), and 'Atur sendiri' (Set manually). Below this is a 'Modal' (Budget) section showing 'Rp25.000' with a right arrow. Underneath is a box for 'Estimasi Penonton' (Estimated Audience) displaying '578 - 962' in red. At the bottom is a large red button labeled 'Aktifkan Iklan' (Activate Ad).

Gambar 5. 2 Estimasi Penonton dengan Modal Iklan Minimum

Dengan mengalokasikan maximal Rp50.000 perhari dengan perhitungan Rp25.000 per 2 sesi live streaming. Iklan dan live ini ditunjukan guna untuk mendorong exposure dan memperluas jangkauan pasar dengan membantu potensi transaksi secara real time, dengan gambaran estimasi 578-962 penonton dalam 2 jam live streaming memberikan sedikit gambaran terhadap keberhasilan penggunaan iklan. Pada tahap awal implementasi penulis menetapkan target realistis namun terukur, yaitu memperoleh minimal 5 orderan dalam 1 sesi live, atau minimal 20 order dalam satu hari live selling perhitungan ini didapatkan dalam perhitungan rata-rata keuntungan Rp11.000per produk dengan target pemenuhan 20 produk terjual sehari maka keuntungan rata rata 1 hari Rp220.000 dikurangi Rp50.000 iklan maka keuntungan minimal bersih dari promosi iklan live selling Rp170.000 per harinya. Target ini ditetapkan sebagai indikator awal sebelum memutuskan untuk menaikkan anggaran iklan dan memperluas skala promosi.

Selain menggunakan Live selling dalam Langkah pengembangan pada Nyambel Banget untuk kedepannya, penulis ingin mengembangkan juga Afiliiasi atau kerjasama antar penjual untuk mempromosikan Produk nyambel Banget, dengan memberikan sejumlah sample dan contoh produk untuk dijualkan dalam

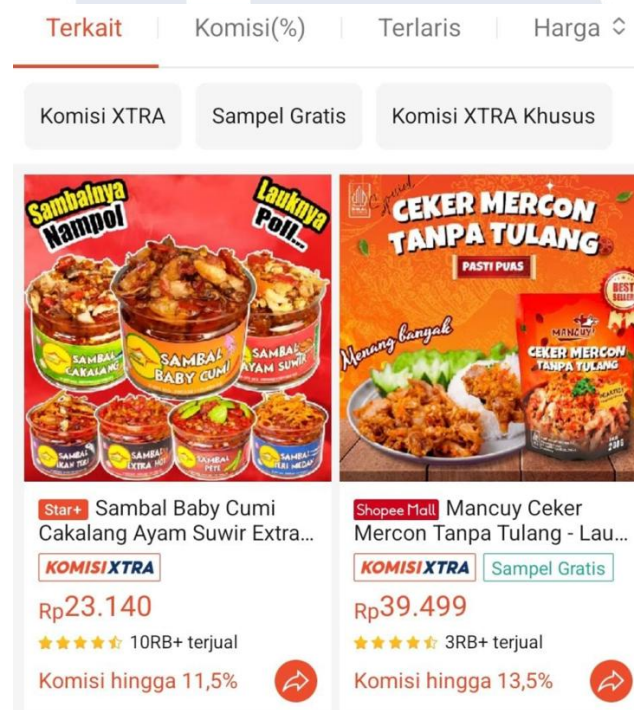
keranjang affiliator guna menaikkan jangkauan yang lebih luas dengan sistem komisi yang dapat disesuaikan, sistem afiliasi membantu mengurangi biaya iklan toko tetapi menaikkan jumlah jangkauan produk dengan promosi terbuka oleh affiliator dengan mencantumkan produk Nyambel Banget pada setiap toko atau keranjangnya, dengan bentuk Kerjasama afiliasi membantu para affiliator dalam menghasilkan tanpa harus stocking barang karena setiap orderan yang masuk di proses oleh tim Nyambel banget tanpa campur tangan affiliator.



Gambar 5. 3 Contoh Pesan Pengajuan Afiliasi

Strategi pemasaran melalui media afiliasi yang penulis rancang akan membawa dampak signifikan terhadap penjualan dan pengenalan brand Nyambel Banget. Dengan kolaborasi ini, akan meningkatkan dan memperluas jangkauan pasar. Program afiliasi yang direncanakan untuk Nyambel Banget merupakan salah satu strategi pemasaran jangka menengah hingga Panjang yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan sekaligus memperluas jangkauan pasar melalui

Kerjasama dengan pihak lain yang sering disebut affliator. Ketertarikan para affliator terhadap produk Nyambel Banget menjadi sebuah peluang dalam pengembangan usaha, karena sistem affliasi memungkinkan produk dipromosikan secara lebih luas melalui konten promosi yang dibuat oleh affliator. Namun implementasi program affliator ini tidak dapat dilakukan secara langsung tanpa perencanaan yang matang, dilihat dari resiko untuk keberlangsungan usaha yang harus dipersiapkan secara matang.



Gambar 5. 4 Contoh Komisi Affiliasi Produk Sambal Siap Saji

Salah satu faktor utama adalah penentuan besaran komisi affliasi yang harus dihitung secara matang, sehingga jika tidak ditentukan secara tepat dapat menurunkan tingkat keuntungan bahkan berpotensi menyebabkan kerugian dan untuk affliator selain dari biaya komisi yang dikeluarkan juga memerlukan pemilihan terhadap pihak affliator yang meminta sample produk secara Cuma-Cuma yang akan digunakan untuk promosi. Contoh diatas menunjukkan estimasi

untuk komisi afiliasi pada produk serupa sambal siap saji dimana rata-rata komisi yang diberikan oleh penjual kepada afiliasi sebesar 11%-13.5% dimana hal tersebut merupakan nilai yang besar mengingat jumlah Harga Pokok Penjualan dan margin yang akan semakin kecil jika menawarkan jumlah komisi sebesar tersebut. Namun hal tersebut bisa ditanggulangi dengan mengurangi anggaran iklan toko dimana afiliasi juga berperan dalam mengiklankan produk dan Nyambel Banget dapat mengurangi anggaran iklan dengan memberikan komisi yang sesuai sehingga komisi tersebut bisa dianggap bentuk iklan secara tidak langsung, dan para afiliasi yang akan berusaha mencapai penjualan guna mendapatkan komisi yang telah disepakati sehingga jika adanya penjualan kepada afiliasi maka hal tersebut juga berdampak keuntungan kepada Nyambel Banget.

Selain aspek keuangan, faktor produksi dan ketersediaan stok juga menjadi aspek yang sangat penting dalam perencanaan program afiliasi. Aktivitas promosi yang dilakukan afiliasi berpotensi meningkatkan permintaan secara signifikan dalam waktu singkat, sehingga Nyambel Banget harus memastikan bahwa kapasitas produksi mampu memenuhi lonjakan permintaan tersebut. Perencanaan skala produksi menjadi hal yang wajib diperhitungkan, mulai dari ketersediaan bahan baku dan kapasitas produksi. Manajemen stok yang kurang optimal dapat menyebabkan kurangnya ketersediaan stok yang berpotensi menurunkan kepercayaan afiliasi dan konsumen.

Berdasarkan strategi pengembangan usaha Nyambel Banget yang telah dirancang, dapat disimpulkan bahwa pendekatan pemasaran Nyambel Banget melalui e-commerce Shopee, strategi live streaming dengan dukungan iklan berbayar menjadi sarana utama dalam meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, serta mendukung penjualan secara real time. Penetapan target dan perhitungan yang pasti dan serta batas anggaran iklan menunjukan bahwa strategi ini tidak hanya meningkatkan exposure, tetapi juga menjaga efisiensi biaya promosi agar memberi keuntungan yang optimal. Selain itu, Strategi pemasaran melalui program afiliasi memerlukan perencanaan yang matang, khususnya dalam penentuan komisi, pengelolaan biaya promosi, serta produksi dan kesediaan stok.

Dengan perencanaan yang tepat, kombinasi live selling dan afiliasi diharapkan mampu meningkatkan penjualan, memperkuat brand awareness Nyambel Banget.

Dan untuk pengembangan selanjutnya akan dilakukan bundling hari raya seperti lebaran, tahun baru, natal, waisak, dan kemerdekaan guna memberikan dorongan lebih terhadap konsumen guna mendorong pembeli membeli lebih dari 1 produk karna harga lebih murah, dan juga pastinya program bundling sangat memberikan manfaat bagi Nyambel banget dimana memberikan bundling selain memberikan kesempatan pembeli merasakan lebih dari 1 varian sambal, juga memberikan manfaat bagi penjual dimana program bundling berpengaruh terhadap pengurangan stok tidak terjual atau yang kurang diminati, dan program bundling juga menghematkan biaya promosi dimana memberikan kesan menonjol lebih dibandingkan promo lainnya, dan juga mendukung tema-tema hari besar yang relevan.



Gambar 5. 5 Perencanaan Alat Pengemasan Baru



Gambar 5. 6 Perencanaan Kemasan Baru

Dari permasalahan packaging atau kemasan yang digunakan, PET can atau kemasan berbentuk seal kaleng sangat memungkinkan, dimana untuk pengiriman E-commerce penggunaan PET can memberikan proteksi lebih untuk menghindari tumpah atau bocor, dalam pengembangan packaging kedepannya biaya mesin diawal dengan rata rata di Rp3.000.000 dimana dari angka tersebut memerlukan modal pembelian awal yang lumayan besar, dengan modal PET can di Rp3.500, dengan ini perencanaan penggunaan packaging atau kemasan yang sesuai dapat memberikan kemudahan dalam penyimpanan hingga pengiriman dengan mengurangi resiko kerusakan kontaminasi udara dan kerusakan dalam pengiriman.

Pre-Order

☐ Tidak ☒ Ya

Saya memerlukan hari kerja untuk mengemas paket (atur durasi antara 3-30 hari)

Gambar 5. 7 Opsi Pre Order

Selain perencanaan secara online, juga terdapat pengembangan realistis akan dilakukan guna menunjang keberlanjutan usaha, dimana akan dilakukan bazar dan pameran produk Nyambel Banget dan akan membuka Pre Order saat bazar, jadi pembeli akan melakukan transaksi melalui E-commerce untuk pemesanan diantar

lansung ke rumah dengan potongan lebih menarik, untuk yang bukan pengguna E-commerce khususnya Shopee bisa melakukan pembelian lansung tanpa promo dengan pembelian harga normal. Dan pembukaan Pre Order kedepannya juga tidak akan melalui Google Form tetapi lansung direct melalui E-commerce guna mempermudah pembukuan dan tracking orderan tanpa harus mengisi banyak data, dengan fitur Pre Order pada Shopee mempermudah Nyambel Banget dalam mengatur rentang waktu produksi, pengemasan, hingga pengiriman ke konsumen dengan lebih tertata.



Gambar 5. 8 Time Line Promosi Nyambel Banget

Slanjutnya merupakan susunan acara promo yang akan diadakan selama periode setengah tahun terhitung Januari 2026-Juli 2026, untuk bulan Januari akan diadakan New Year Sale dimana akan diberikan diskon khusus tepatnya pada 1 Januari pembelian all varian akan mendapatkan disc 26% pada pembelian selanjutnya, selanjutnya pada bulan Februari akan diadakan bundling atau diskon Valentine dengan packaging menarik bertema Valentine, Pada bulan Maret akan diadakan Ramadhan Sale atau lebaran dimana akan diadakan bunding berbentuk hampers untuk diberikan sebagai hadiah atau hampers masa lebaran, pada bulan April akan diadakan payday sale yang akan dilakukan pada tanggal 11 April awal

bulan, pada bulan Mei akan diadakan promo Hari Buruh dengan rangkaian promo diskon untuk pembelian korporasi. Pembelian pada bulan Juni akan mendapatkan paket bundling Pancasila day, dan untuk bulan Juli akan diadakan promo Mid Year Sale dimana akan diadakan diskon 7% all item menandakan bulan Juli adalah bulan ke-7.

