



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PLASTIK DAN
PACKAGING BERBASIS *BIODEGRADABLE* PADA
TOKO OTOY PLASTIK DI DEPOK**

LAPORAN BISNIS

Wulandari Hermini

1602025097

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
JAKARTA
2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **"STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PLASTIK DAN *PACKAGING* BERBASIS *BIODEGRADABLE* PADA TOKO OTOY PLASTIK DI DEPOK"** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan baha-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 20 Agustus 2020
Yang Menyatakan,



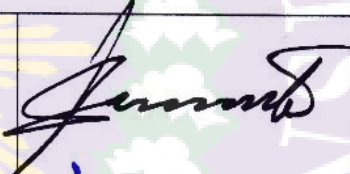
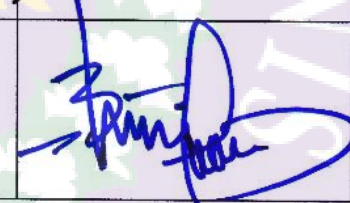
(Wulandari Hermini)
NIM 1602025097

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
PLASTIK DAN *PACKAGING* BERBASIS
BIODEGRADABLE PADA TOKO OTOY
PLASTIK DI DEPOK

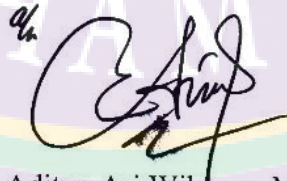
NAMA : Wulandari Hermini
NIM : 1602025097
PROGRAM STRUDI : Manajemen
TAHUN AKADEMIK : 2020

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi:

Pembimbing I	Dr. Sunarta, M.M.	
Pembimbing II	Emaridial Ulza., S.E, MA.	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA


Dr. Adityo Ari Wibowo, M.M

PENGESAHAN LAPORAN BISNIS

Laporan Bisnis dengan judul :

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PLASTIK DAN PACKAGING BERBASIS BIODEGRADABLE PADA TOKO OTOY PLASTIK DI DEPOK

Yang disusun oleh :
Wulandari Hermini
1602025097

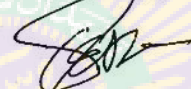
telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Prof. DR. HAMKA

Pada tanggal : 27 Agustus 2020

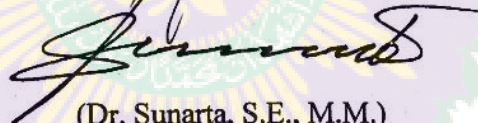
Tim Penguji

Ketua, merangkap anggota :



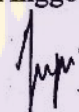
(Dr. Andi Sessu., M.Si)

Sekretaris, merangkap anggota :



(Dr. Sunarta, S.E., M.M.)

Anggota :




(Tuti Setyowati, S.E., M.M.)


Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA



Dr. Adityo Ari Wibowo, M.M.



Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M.

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

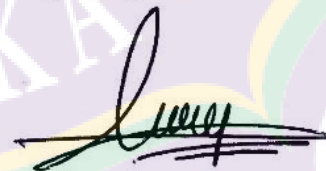
Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wulandari Hermeni
NIM : 1602025097
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis Karya : Laporan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PLASTIK DAN PACKAGING BERBASIS BIODEGRADABLE PADA TOKO OTOY PLASTIK DI DEPOK”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : Agustus 2020
Yang Menyatakan



(Wulandari Hermeni)

ABSTRAK

WULANDARI HERMINI (1602025097)

“ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PLASTIK DAN PACKAGING BERBASIS BIODEGRADABLE PADA TOKO OTOY PLASTIK DI DEPOK”.

Laporan Bisnis. Program Strata Satu Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2020. Jakarta.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Toko Otoy Plastik, Rencana Bisnis

Laporan bisnis ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan usaha Toko Otoy Plastik yang dijalankan dan mengetahui strategi yang terbaik serta prospek keuntungan atau kerugian dari usaha *packaging* tersebut. Dalam laporan bisnis ini penulis juga bertindak sebagai pemilik usaha Toko Otoy Plastik. Penulisan ini berbentuk *business plan* atau rencana bisnis atas usaha yang digambarkan melalui bisnis model kanvas (*Value Propotion, Customer Segment, Channel, Customer Relationship, Key Activities, Key Resources, Key Partners, Cost Structure dan Revenue Stream*). Disamping itu, Penulis menggunakan metode Analisis SWOT, PENCILS dan Matriks Ansoff yang dilengkapi dengan sumber referensi representatif lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Toko Otoy Plastik dari aspek *profit* dan investasi mempunyai kelayakan usaha yang baik, dilihat dari hasil *break event point*. Dari aspek pasar juga mempunyai kelayakan yang baik, karena dari sisi harga dapat terjangkau oleh berbagai kalangan di masyarakat khususnya masyarakat Depok dan sekitarnya. Waktu dan tepat usaha Toko Otoy Plastik juga memiliki waktu yang tepat meskipun ruang lingkungnya terbatas. dari aspek pemasaran dan promosi masih banyak memiliki kekurangan terutama dalam memasarkan produk. Banyak hal-hal yang belum dilakukan yang berkaitan dengan pemasaran. Dalam hal pengembangan jasa usaha Toko Otoy Plastik telah melakukan beberapa inovasi dari segi potongan harga, mendapatkan promo, dan mendapatkan layanan yang ramah dari karyawan kami. Hal ini direspon baik oleh konsumen terbukti usaha ini mampu mendapatkan konsumen yang ingin membuka usaha. Sehingga, memberi kepuasan tersendiri kepada para konsumen. Oleh karena itu sebagai masukan diperlukan adanya kreatifitas dalam pengembangan usaha. Selain itu pemasaran yang dijalankan perlu ditingkatkan malalui pemanfaatan teknologi yang ada, perlu ditingkatkan pengelolaan keuangan dan promosi yang komprehensif dan penambahan aspek- aspek lainnya dalam rangka memajukan tempat destinasi dengan tetap berorientasi pada kepuasan pelanggan atau konsumen.

ABSTRACT

WULANDARI HERMINI (1602025097)

“STRATEGY ANALYSIS OF PLASTIC AND PACKAGING BUSINESS DEVELOPMENT BASED ON BIODEGRADABLE IN OTOY PLASTIC STORE IN DEPOK”.

The business plan of bachelor degree program. Management Major. Faculty of Economics and Business of Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA University. 2019. Jakarta

Kata Kunci: *Business Development Strategy, Toko Otoy Plastik, Business Plan*

Prospects of profit or loss from the in Otoy Plastic business. In this business report, the writer also acts as the in Otoy Plastic business owner. This writing takes the form of a business plan or business plan for the business described through the business model canvas (Value Proposition, Customer Segments, Channels, Customer Relationship, Key Activities, Key Resources, Key Partners, Cost Structure and Revenue Stream. In addition, the author uses the Analysis method SWOT, PENCILS and Ansoff Matrix which are equipped with other representative reference sources The results show that the Otoy Plastic effort from the aspect of profit and investment has a good business feasibility, seen from the results of the break event point. From the aspect of the market also has a good feasibility, because in terms of prices can be affordable by various groups in the product, especially Depok society. Time and appropriate business in otoy plastic also has the right time even though its scope is limited. from the marketing and promotion aspects, there are still many especially in marketing their services. Many things have not been done related to marketing. In terms of business development, Otoy Plastik has made several innovations in terms of price discounts, get a goody bag, and get friendly service from a tour guide. This has been responded well by consumers proven this business can get tourists who want a vacation. Thus, giving satisfaction to consumers. Therefore, as input, creativity is needed in business development. Also, marketing needs to be improved through the use of existing technology, comprehensive financial management and promotion need to be improved and the addition of other aspects to advance the destination by staying oriented to a customer or consumer satisfaction.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Toko Otoy Plastik di Depok”**.

Shalawat dan salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang membawa umat manusia dari zaman yang gelap hingga terang menderang.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

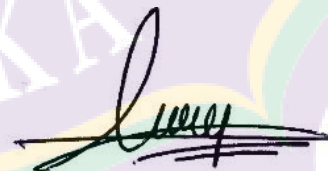
1. Bapak Prof. Dr. Gunawan Suryoputro, M.Hum., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Bapak Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Zulpahmi, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Bapak Dr. Sunarta, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
5. Bapak Tohirin, S.Th.I., M.Pd.I., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

6. Bapak Dr. Adityo Ari Wibowo, S.E, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Prof. DR. HAMKA.
7. Bapak Heri Purwanto, Mamah Siti Amini, Anisa Purwanti, Adnan Rafan yang selalu memberikan semangat serta doa yang tiada hentinya selama peneliti menyusun Laporan Bisnis hingga selesai dalam menempuh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi manajemen.
8. Arif Muntaha yang telah memberikan semangat cinta serta kasih sayang kepada penulis.
9. dslow, halimah, syintia, rekan kerja dan organisasi yang telah memberikan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan Laporan bisnis ini.
10. Semua pihak yang membantu peneliti dalam menyelesaikan Laporan bisnis.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan kepada pembaca untuk kepentingan dan pengembangan ilmu pengetahuan, serta saya mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tercapainya penulisan yang lebih baik lagi. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, 20 Agustus 2020



(Wulandari Hermini)
NIM. 1602025097

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN LAPORAN BISNIS	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	8
<i>1.2.1 Identifikasi Masalah</i>	8
<i>1.2.2 Pembatasan Masalah</i>	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PENGALAMAN BISNIS	
2.1 Gambaran Wirausaha Sukses	11
2.2 Bidang Usaha	13
<i>2.2.1 Persamaan dan Perbedaan</i>	20
<i>2.2.1.1 Persamaan Penelitian Wirausaha Sukses</i>	20
<i>2.2.1.2 Perbedaan Penelitian Wirausaha Sukses</i>	21
2.3 Telaah Pustaka	21

2.3.1 Kewirausahaan	21
2.3.1.1 Definisi Kewirausahaan	21
2.3.1.2 Faktor-Faktor Keberhasilan Wirausaha	22
2.3.2 UMKM	25
2.3.2.1 Definisi UMKM	25
2.3.3 Strategi	26
2.3.3.1 Definisi Strategi	26
2.3.3.2 Fungsi dan Strategi	27
2.3.3.3 Unsur-Unsur Strategi	28
2.3.4 Pengembangan Usahal	29
2.3.4.1 Definisi Pengembangan Usaha	29
2.3.4.1 Tahapan Pengembangan Usaha.....	30
2.3.5 Pemasaran	23
2.3.5.1 Definisi Pemasaran	29
2.3.6 Kelayakan Bisnis.....	33
2.3.6.1 Definisi Kelayakan Bisnis.....	33
2.3.6.2 Tujuan Studi Kelayakan Bisnis.....	34
2.3 Kerangka Konsep Business Plan.....	16
BAB III METODOLOGI	
3.1 Kerangka Bisnis	48
3.2 Company Summary.....	41
3.3 Bisnis Model Kanvas	43
3.4 Analisis SWOT	47
3.4.1 Kekuatan (<i>Strength</i>)	48
3.4.2 Kelemahan (<i>Weaknesss</i>)	48
3.4.3 Peluang (<i>Opportunities</i>)	49
3.4.3 Ancaman (<i>Threats</i>).....	49
3.5 Public Relation Mix (PENCILS)	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Kerangka Bisnis	53
4.1.1 Ringkasan (<i>Executive Summary</i>)	53

4.1.1.1 Tujuan (<i>Objective</i>).....	56
4.1.1.2 Visi dan Misi (<i>Vision and Mision</i>).....	57
4.1.1.3 Kunci Sukses (<i>Keys to Succes</i>).....	57
4.1.2 Tujuan Perusahaan (<i>Company Summary</i>).....	58
4.1.2.1 Kepemilikan Perusahaan.....	58
4.1.2.2 Lokasi dan Fasilitas Perusahaan	59
4.1.2.3 Ringkasan Pemula (<i>Start-up Summary</i>)	61
4.1.3 Pelayanan Kompetitif (<i>Services Competitive</i>)	61
4.1.3.1 Pelayanan (<i>Services</i>)	61
4.1.3.2 Deskripsi Pelayanan (<i>Service Description</i>)	61
4.1.3.3 Perbandingan Kompetitif (<i>Competitive Comparison</i>).....	62
4.1.3.4 Pemenuhan (<i>Fullfilment</i>).....	62
4.1.4 Analisis Ringkasan Pemasaran (<i>Marketing Analysis</i> <i>Summary</i>).....	63
4.1.4.1 Segmentasi Pasar (<i>Market Segmentation</i>)	63
4.1.4.2 Analisa Pesaing (<i>Competitor Analysis</i>)	63
4.1.5 Ringkasan Strategi dan Implementasi (<i>Strategi and</i> <i>Implementation Summary</i>).....	64
4.1.5.1 Strategi Pemasaran (<i>Marketing Strategy</i>).....	65
4.1.5.2 Strategi Harga (<i>Princing Strategy</i>)	66
4.1.5.3 Strategi Promosi (<i>Promotion Strategy</i>).....	66
4.1.6 Ringkasan Manajemen (<i>Management Summary</i>)	66
4.1.6.1 Struktur Organisasi (<i>Organizational Structure</i>)	67
4.1.6.2 Tim Management (<i>Management Team</i>).....	68
4.1.6.3 Kesenjangan Tim Manajemen (<i>Management</i> <i>Team Gaps</i>).....	68
4.1.6.4 Rencana Pribadi (<i>Personal Plan</i>)	69
4.1.7 Rencana Keuangan (<i>Financial Plan</i>)	69
4.1.7.1 Indikator Keuangan Utama (<i>Key Financial Indicators</i>)	70
4.1.7.2 Break Event Point.....	70

4.1.7.3 Investasi (<i>Investation</i>)	70
4.2 Business Model Canva	75
4.2.1 Proposisi Nilai (<i>Value Propotion</i>)	75
4.2.2 Segmentasi Pasar (<i>Customer Segmen</i>)	75
4.2.3 Jaringan atau Saluran (<i>Channels</i>)	75
4.2.4 Hubungan Dengan Pelanggan (<i>Customers Relationship</i>).....	76
4.2.5 Kegiatan Utama (<i>Key Activities</i>)	76
4.2.6 Sumber Daya (<i>Key Resources</i>)	76
4.2.7 Kemitraan Kunci (<i>Key Partners</i>)	77
4.2.8 Komposisi Biaya (<i>Cost Structure</i>)	77
4.2.9 Aliran Dana (<i>Revenue</i>)	77
4.3 Analisis SWOT	79
4.3.1 Kekuatan (<i>Strength</i>)	79
4.3.2 Kelemahan (<i>Weakness</i>)	79
4.3.3 Peluang (<i>oppuurtunities</i>)	80
4.3.4 Ancaman (<i>Threats</i>).....	80
4.4 Public Relation Mix	80
4.4.1 Publikasi dan Publisitas (<i>Publication and Publicity</i>).....	80
4.4.2 Penyusunan Program Acara (<i>Event</i>)	81
4.4.3 Menciptakan Berita (<i>News</i>)	81
4.4.4 Kepedulian pada Komunitas (<i>Community Involvement</i>)	82
4.4.5 Memberitahukan atau Meraih Citra (<i>Inform or Image</i>).....	82
4.4.6 Pendekatan dan Bernegosiasi (<i>Lobbying and Negotiating</i>)	83
4.4.7 Investasi Sosial (<i>Social Investment</i>).....	83
4.5 Rencana Bisnis Kedepan Dengan Matriks Ansof (<i>Ansof Matrix</i>)	83
4.5.1 Matriks Ansoff.....	83
4.5.2 Rencana Bisnis Masa Depan	85
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Penelitian Wirausaha Sukses	17
2.	Anggaran Biaya Start-Up Toko Otoy Plastik	60
3.	Anggaran Modal Kerja Start-Up Toko Otoy Plastik	61
4.	Biaya Upah Manajemen Tim dan Karyawan	69
5.	Total Penjualan Toko Otoy Plastik Selama 1 Bulan	70
6.	Proyeksi Kenaikan Penjualan	72
7.	Proyeksi Penjualan Setelah Kenaikan Harga	72
8.	Proyeksi Biaya Gaji Karyawan	73
9.	Proyeksi Biaya Promosi, Transportasi, Sampah, Telepon	74
10.	Biaya Operasi Perbulan	74

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Faktor-Faktor Keberhasilan Wirausaha	25
2.	Tahapan Pengembangan Usaha	32
3.	Tujuan Asli Kelayakan Bisnis	36
4.	Kerangka Konsep <i>Business Plan</i>	37
5.	Bussiness Model Canvas (Kanvas Model)	47
6.	Matrik Analysis SWOT (Analisis SWOT)	50
7.	Tata Letak Toko Otoy Plastik	59
8.	Struktur Organisasi Toko Otoy Plastik	68

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Dokumentasi Laporan Bisnis.....	1/16
2.	Surat Tugas	13/16
3.	Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing I	14/16
4.	Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing II	15/16
5.	Daftar Riwayat Hidup.....	16/16

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam persaingan dunia usaha yang semakin pesat sekarang kita di haruskan untuk dapat mengembangkan usaha yang kita miliki agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya dan menjadi pengusaha yang sukses. Pengembangan usaha yang baik di mulai dari kita sendiri. Dalam menghadapi berbagai masalah dalam dunia usaha, maka dibutuhkan berbagai macam strategi untuk mengembangkan usaha tersebut, agar dapat bertahan lama dan terhindar dari kebangkrutan. Merintis usaha dapat dilakukan oleh siapapun terutama dapat dilakukan oleh mahasiswa sekalipun yang terpenting adalah keyakinan dan nilai yang kuat untuk usaha mandiri karena kemauan dan kemampuan yang kuat untuk melaksanakan usaha tersebut. Hal lain yang perlu di perkuat untuk menjadi wirausaha yaitu keberanian dalam menghadapi masalah, mampu melihat peluang dan berinovasi tinggi. Kemudian menghindari rasa skeptis tanpa dasar dan data, menurut Sam Walton pendiri Walmart yaitu seorang retailer terbesar di Amerika telah mengisahkan tentang kunci sukses menjalankan suatu usaha dalam bukunya yaitu *The Ten Commandments of business*, yaitu komitmen dengan suatu usaha tersebut dan memotivasi mitra yang dimiliki dan senantiasa melampaui harapan pelanggan.

Menurut Frank Knight (1921) wirausaha mencoba untuk memprediksi dan menyikapi perubahan pasar. Definisi ini menekankan pada peranan wirausaha dalam menghadapi ketidakpastian pada dinamika pasar. Seorang wirausahawan disyaratkan untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajerial mendasar seperti pengarahan dan pengawasan.

Dalam berwirausaha akan selalu ada berbagai macam permasalahan, secara lebih detail masalah dasar yang akan di hadapi pengusaha kecil antara lain yaitu kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar, kelemahan dalam struktur pemodal dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan, kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia. Keterbatasan jaringan usaha kerjasama atau pengusaha kecil (sistem informasi pemasaran), iklim usaha yang kurang kondusif karena persaingan yang saling mematikan, serta pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil (Atika dkk, 2017)

Berbicara mengenai tantangan maka akan banyak sekali yang akan di ungkapkan, namun jangan lupa bahwa menjadi seorang wirausahawan, tantangan adalah salah satu hal menarik untuk dipecahkan. Perasaan ragu atau was-was merupakan salah satu sikap yang kadang bila terlalu berlebihan hanya menyebabkan hilangnya kesempatan terbaik yang hadir dalam kehidupan, ingat bahwa kesempatan tidak selalu datang, jika cermat dan bijak menyikapinya maka anda akan mampu merubah suatu tantangan menjadi jembatan bisnis yang sukses.

Carilah informasi bagaimana membangun suatu bisnis dan cerita sukses sebanyak mungkin

Dalam mengembangkan usaha di lingkungan depok memiliki berbagai masalah terutama masalah persoalan kompetitor yang jaraknya berdekatan dan lingkungan yang mempunyai daya beli yang rendah. Pangsa pasar yang terbatas menurut pengusaha harus mengembangkan usahanya, salah satunya dengan cara memberikan inovasi terhadap produk yang di tawarkan, dan saat ini Indonesia sedang berlomba- lomba membuat produk yang berkemasan ramah lingkungan seperti di beberapa supermarket contohnya, mereka sudah tidak menggunakan plastik kantong belanja dan diganti dengan tas bahan. Menurut Hadiyati (2011) Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan keinginan dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya.

Inovasi pada produk makanan harus dilakukan pengusaha ditengah pangsa pasar tersebut supaya konsumen yang jumlahnya terbatas tetap loyal dan mendapatkan profit yang baik. Inovasi harus di kembangkan dalam diri wirausaha demi perkembangan dan kesuksesan sebuah usaha. Pengembangan usaha sangatlah membutuhkan inovasi untuk menghadapi tantangan dalam dunia wirausaha khususnya untuk menemukan produk yang diminati konsumen. Banyak produk yang di kembangkan dalam usaha.

Plastik, kertas, alumunium dan lain lain yang kami jual merupakan produk yang sering di gunakan untuk para pengembang industri makanan yang ada di lingkungan sekitar lokasi usaha, dan kami juga menyediakan bahan kemasan yang berbasis *Biodegradable* contohnya seperti kantong bioplastik yang terbuat dari serat singkong dan tas bahan yang sering digunakan super market pada umumnya. Para penjual sejatinya membutuhkan kemasan untuk produknya, oleh karena itu usaha plastik dan kemasan ini sangat menggiurkan jika di tekuni sejak dini, permasalahan yang kini terjadi adalah berbongong bongong masyarakat melakukan diet plastik dan menggantinya dengan kertas atau yang lainnya yang ramah lingkungan tidak kehabisan akal, seorang wirausahawan harus terus berinovasi untuk terus mempertahankan dan mengembangkan usahanya agar tetap bisa bersaing. Kami mengganti beberapa produk plastik yang sulit terurai dengan plastik yang mudah terurai seperti plastik yang terbuat dari serat singkong atau umbi lainnya yang lebih ramah lingkungan. Karena selain menjual kemasan berbahan plastik kami juga menjual kemasan berbahan kertas, bambu, alumunium, dan *sterofom* dan tetap menjual plastik yang pada umumnya beredar di karenakan masih banyak konsumen atau pedagang yang membutuhkan kemasan yang *lowbudget*. Karena bahan plastik yang ramah lingkungan memiliki harga yang terbilang lebih mahal dari bahan plastik yang sulit terurai.

Analisis terdahulu memiliki perbedaan antara hasil analisis satu dengan analisis yang lain, analisis yang dilakukan Selsha Amelia dan Maria Praptiningsih (2013) menunjukkan hasil bahwa pengelolaan fungsi bisnis dalam perusahaan sudah berjalan dengan efektif kecuali sumber daya manusia hal itu dikarenakan

masih banyak pegawai yang tidak loyal terhadap perusahaan sementara untuk analisis lingkungan eksternal menggunakan Porter's Fine Focus, menunjukkan adanya ancaman persaingan perusahaan sejenis. Peluang ada pada kekuatan tawar menawar pembeli dan tidak ada substitusi kelemahan perusahaan adalah tidak ada pemasok oleh karena itu strategi yang digunakan untuk pengembangan bisnis adalah dalam bentuk pengembangan pasar.

Analisis yang dilakukan oleh Eric Adom Asante dan Emmanuel Affum (2019) meneliti bahwa kemampuan individu untuk mengenali peluang wirausaha adalah faktor penentu dalam keputusan mereka untuk mengejar kewirausahaan sebagai karir. Oleh karena itu tujuan dari analisis ini untuk menyelidiki peran *Locus Of Control* pada pengakuan peluang di antara calon pengusaha.

Sedangkan analisis yang dilakukan oleh Rintan Saragih (2017) meneliti bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif, jeli melihat peluang dan selalu terbuka untuk setiap masukan dan perubahan yang positif yang mampu membawa bisnis terus bertumbuh. Bisnis sebaiknya memiliki nilai dan bermanfaat dimana hal ini bisa dilakukan melalui penerapan konsep kewirausahaan sosial. Berbagai kalangan mulai memperbincangkan konsep kewirausahaan sosial sebagai solusi inovatif dalam menyelesaikan permasalahan sosial.

Lalu analisis yang dilakukan Reni Shinta Dewi (2013) meneliti bahwa pengaruh modal psikologis *entrepreneur*, manajemen sumber daya manusia, inovasi, karakteristik dari *entrepreneur*, dan karakteristik usaha itu sendiri terhadap perkembangan usaha. Manajemen sumber daya manusia dan

karakteristik UKM baik secara parsial maupun simultan mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha pasar tradisional peteronan.

Setelah itu analisis yang dilakukan oleh Dea Tio Maretha dan Shofia Nur (2011) meneliti bahwa ada beberapa teknik pengemasan diantaranya teknik pengemasan biasa, pengemasan vacum dan kemasan bertekanan. Permeabilitas merupakan kemampuan uap air untuk melewati suatu bidang tertentu pada suhu dan kelembapan tertentu pula. Permeabilitas uap air plastic PP lebih rendah dari plastic PE, sehingga jumlah uap air yang dapat melewati kemasan plastic PE lebih besar dari kemasan PP.

Begitu pula analisis yang dilakukan oleh Fathul Wahid dan Lizda Iswari (2007) meneliti bahwa 146 UKM di Yogyakarta yang bergerak dalam berbagai sektor industri ini menemukan bahwa secara umum adopsi teknologi informasi (TI) oleh UKM masih rendah. Banyak proses bisnis dan kurangnya dukungan finansial. UKM yang menggunakan TI pun masih pada tataran operasional atau oportunistik, dan belum sampai pada tingkatan strategis.

Kemudian analisis yang dilakukan oleh Andre Kurniawan dan Ratih Indriyani (2016) meneliti bahwa perkembangan zaman menunjukkan semakin beragamnya kebutuhan masyarakat terhadap berbagai produk. Hal ini yang kemudian menuntut para pengusaha dan pebisnis untuk kreatif dan inovatif dalam mempertahankan produknya agar tetap bisa memenuhi kebutuhan konsumen dan dapat bersaing di dunia bisnis. Salah satu cara untuk mewujudkannya yaitu dengan menyusun dan menerapkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang

sebenarnya diterapkan adalah pengembangan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan teknologi terbaru.

Lalu analisis yang dilakukan oleh Sri Wayuningsih (2018) menganalisis bahwa Usaha Kecil dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang banyak diminati setelah terjadinya krisis ekonomi yang berdampak pada PHK pada perusahaan-perusahaan besar. Dukungan faktor UKM memberikan peluang kesempatan kerja bagi yang tidak tertampung di dunia kerja pemerintahan maupun perusahaan-perusahaan menengah dan besar.

Kemudian analisis yang dilakukan oleh Ricarda Bouncken, Martin Ratzmann, dan Robin Pesch (2018) meneliti bahwa solusi perusahaan jasa memiliki aset dan informasi yang kaya dan tidak berwujud, menggabungkan proses pengembangan yang fleksibel dan interaktif dengan pelanggan (Vargi & Lusch, 2004). Perusahaan jasa dapat mengakses sumber daya dan kemampuan eksternal lebih mudah dari pada produsen.

Begitupun analisis yang dilakukan oleh Jaidan Jauhari (2010) menganalisis bahwa Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini dikarenakan daya serap UKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil. Tetapi UKM yang ada di Indonesia masih menghadapi berbagai masalah antara lain masalah promosi pemasaran dan penjualan penjualan produk yang di hasilkan. Seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, maka ia juga telah di manfaatkan untuk pemasaran dan penjualan produk-produk melalui dunia maya yang sering disebut *E-commerce*.

Penjualan dan pemasaran produk melalui dunia maya mempunyai banyak keuntungan, yaitu cakupan yang luas, tidak mengenal ruang dan waktu, dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Oleh karena itu *E-commerce* patut dicoba untuk membantu mengembangkan UKM yang ada di Indonesia.

Dari penjelasan dan *research* diatas penulis tertarik untuk membuat laporan bisnis usaha Toko Plastik dan Bahan kue di daerah Depok tepatnya di jalan Kapitan Raya sehingga penulis memilih untuk membuat laporan akhir dengan judul **“Analisa Strategi Pengembangan Usaha Plastik dan *Packaging* Berbasis *Biodegradable* Pada ”Toko Otoy Plastik” di Depok.”**

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang usaha, maka masalah yang dapat diidentifikasi dalam usaha ini adalah sebagai berikut:

1. Adanya peluang usaha “Toko Otoy Plastik” di Depok
2. Pengelolaan “Toko Otoy Plastik” yang inovatif
3. Pengembangan usaha menggunakan media sosial dan aplikasi jual online dan memperkenalkan branding “Toko Otoy Plastik”
4. Persaingan dengan UMKM *packaging* lainnya
5. Menghadapi kebutuhan unit konsumen yang berbeda-beda karena keadaan pasar yang kini sedang berjuang untuk diet plastik

1.2.2 *Pembatasan Masalah*

Pembatasan ruang lingkup usaha agar dalam laporan bisnis nanti terfokus pada permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan tujuan nanti tidak menyimpang dari sasarannya. Ruang lingkup dilakukan terbatas pada bagaimana strategi pengembangan usaha pada usaha *packaging* “ Toko Otoy Plastik” Depok.

1.3 Tujuan Usaha

Dari rumusan masalah diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam laporan bisnis ini adalah :

1. Untuk mengetahui alasan memilih usaha “Toko Otoy Plastik” dan mengetahui pengembangan usaha *packaging*.
2. Untuk mengetahui strategi terbaik dalam mengelola usaha “Toko Otoy Plastik”.
3. Untuk mengetahui peluang usaha dan faktor kendala dalam usaha “ Toko Otoy Plastik”.
4. Untuk mengetahui potensi- potensi yang ada dalam pengembangan usaha “Toko Otoy Plastik”.

1.4 *Manfaat Usaha*

Penulis berharap dari penulisan ini dapat memberikan manfaat pada banyak pihak yaitu antara lain:

1. Manfaat Ekonomi

Usaha “Toko Otoy Plastik” ini cukup menjajikan karena *profit* yang didapatkan sangat baik dan memuaskan. Mengetahui dan mempelajari tentang

bisnis di bidang *packaging* agar meningkatkan ekonomi dengan membuat usaha ini diharapkan dapat menambah penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari membantu pemerintah untuk dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi pengangguran. Memberikan kemudahan bagi pelanggan dengan memberikan harga yang terjangkau.

2. Manfaat Sosial

Manfaat bagi pemilik adalah melatih kemandirian untuk membuka usaha sendiri. Melatih jiwa *entrepreneurship*, lalu mengasah *skill* dalam berbisnis. Dengan adanya peluang ini diharapkan usaha ini dapat berkembang dan diterima oleh masyarakat dan masyarakat menyadari cara penggunaan plastik yang baik dan benar serta menyadarkan masyarakat akan pentingnya mendaur ulang sampah plastik, usaha Toko Otoy Plastik ini sangat menjajikan pemilik dalam mendapatkan keuntungan yang baik peluang yang masih sangat luas dalam mengembangkan bisnis ini pun besar, karena masih banyak daerah-daerah yang belum dapat menikmati inovasi konsep Toko Otoy Plastik dan sebagai syarat kelulusan penulis.

3. Bagi Masyarakat

Dengan adanya usaha Toko Otoy Plastik ini diharapkan masyarakat dapat termotivasi untuk menjadi seorang *entrepreneur* di bidang *packaging*. Memberikan masyarakat kemudahan untuk membeli produk *packaging* yang tentunya *Biodegradable* kini Toko Otoy Plastik mewujudkannya dengan membuka toko di tengah-tengah padat penduduk sehingga masyarakat mudah dan dekat untuk membeli produk tidak harus pergi jauh ke pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adji Wahyu, Suwerti, Suratno. 2007. *Ekonomi Untuk SMA/MA Jilid 2*. Penerbit Erlangga
- Ardianto, N. (2016). *In the mind of Natali Ardianto*. Solo: Metagraf.
- Ardiyanti, Gunawan. 2012. *Powerful UKM: Gagalnya Perencanaan Bisnis*. Solo :PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri
- Artoko, Kentos R. 2008. *Kaya Dari Bisnis Sistem Cendol & Botol*. Jakarta: Transmedia Pustaka
- Arvini, M. (2014). *Career First*. Jakarta: Gagas Media.
- Asnte, E. A., & Affum, E. (2019). Entrepreneurship as a carrer choice: The impact of locus of control on aspiring entrepreneurs' opportunity recognition.
- Boend, B. (2018). *Young On Top*. Yogyakarta: B First.
- Dewi, R. S. (MARET 2013). PENGARUH FAKTOR MODAL PSIKOLOGIS, KARAKTERISTIK. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, VOLUME 2, NOMOR 1.
- Efendi, Syaffi. 2016. *Seni Mengatur Waktu Untuk Sukses Di Usia Muda*. Yogyakarta:WR
- Efendi, Syaffii. 2017. *Untuk Indonesia*. Jakarta : Sukses Muda Indonesia
- Entrepreneurship as a carrer choice: The impact of locus of control on aspiring entrepreneurs' opportunity recognition. (n.d.).
- Flowers, S., & Mayer , M. (17 January 2020). How can entrepreneurs benefit from user knowledge to create innovation in. *Journal of Business Research*.
- Griffiths, Andrew. 2008. *Membangun Bisnis Hebat Dengan Cara Cerdas. Mudah & Cepat*. Jakarta:PT.Tangga Pustaka
- Haming Murfidin dan Mahfud Nurnajamuddin. 2012. *Manajemen Produksi Modern : Operasi Manufaktur dan Jasa Buku 2*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Kurniawan , A., & Indriyani, R. ((2016)). STRATEGI PEMASARAN PADA CV. MEGA LESTARI PLASINDO SIDOARJO. *AGORA* Vol. 4, No. 1,.

Mareta, T. D., & A, S. N. (2011). Pengemasan Produk Sayuran Dengan Bahan Kemas Plastik. *Pengemasan Produk Sayuran* , VOL. 7. NO 1, HAL 26 - 40.

Morgan, T. (2017). *Alliances of Service Firms and Manufacturers: Relations and Configurations of Entrepreneurial Orientation and Hybrid Innovation*.

Noya, A. F. (2015). *Kisah Hisupku*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Praptiningsih, S. A. ((2013)). PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN USAHA PLASTIK. *Wulandari H, AGORA* Vol. 1, No. 1.

Saragih, R. (2017). MEMBANGUN USAHA KREATIF, INOVATIF DAN. *JURNAL KEWIRAUSAHAAN*.

Sutamo. 2012. *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Solihin, Ismail. 2007. *Memahami Business Plan*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat

Wahid, F., & Iswari, L. (16 Juni 2007). ADOPSI TEKNOLOGI INFORMASI OLEH. ISSN: 1907-5022 .

Wahyudi, Sandi. 2012. *Road Map Menjadi Entrepreneur Sejati*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Wahyuningsih, S. (2018). Peranan UKM Dalam Perekonomian Indonesia.