

BISNIS PLAN PENGEMBANGAN USAHA "HEALTHYGLAM" DENGAN BASIS E-BISNIS

Rini Wijayaningsih, Tamam Zaidan Rizqullah, Hanifah Adilla Putri, Diani Fatimah, Risma Indah Sari, Yusron Rizki, Siti Khotimah, Muhammad Fauzan Zaen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Email: rini.wijayaningsih@dsn.ubharajaya.ac.id1, 202010325453@mhs.ubharajaya.ac.id2, 202210325193@mhs.ubharajaya.ac.id3, 202210325169@mhs.ubharajaya.ac.id4, 202210325178@mhs.ubharajaya.ac.id5, 202210325177@mhs.ubharajaya.ac.id6, 202210325182@mhs.ubharajaya.ac.id7, 202210325404@mhs.ubharajaya.ac.id8

Submitted: 1 June 2024

Accepted: 10 June 2024

Published: 11 June 2024

ABSTRAK

HealthyGlam adalah usaha yang memproduksi dan menjual makanan sehat, menargetkan generasi Milenial dan Gen Z yang menjalani gaya hidup sehat. Usaha ini menggunakan sistem pre-order dan dipromosikan melalui media sosial untuk memastikan kualitas dan kebersihan produk. Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan HealthyGlam dalam menawarkan makanan rendah kalori dengan harga terjangkau, serta peluang dari meningkatnya kesadaran akan kesehatan. Rencana pengembangan mencakup peningkatan promosi digital, diversifikasi produk, optimalisasi operasional, dan ekspansi pasar melalui kemitraan dan pembukaan outlet fisik. Strategi ini diharapkan dapat menjadikan HealthyGlam pemimpin di industri makanan sehat.

Kata kunci: Healthy Glam, Makanan sehat, Gaya hidup sehat, Harga terjangkau.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman membawa perubahan signifikan dalam industri makanan dan minuman, khususnya dalam hal ide dan kreasi produk. Munculnya berbagai makanan baru dengan nama yang unik dan inovatif mendorong persaingan antar produsen untuk menghadirkan produk yang kompetitif dan memenuhi kebutuhan konsumen. Salah satu tren yang menonjol adalah meningkatnya permintaan akan makanan sehat, yang masih terbilang langka di pasaran.

Di era modern ini, isu kesehatan menjadi perhatian utama bagi banyak orang. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap informasi seputar kesehatan, seperti yang ditunjukkan oleh berita-berita yang marak diperbincangkan. Kesadaran ini mendorong munculnya kebutuhan akan solusi yang dapat menunjang gaya hidup sehat, termasuk dalam hal konsumsi makanan.

Makanan sendiri merupakan kebutuhan pokok manusia untuk kelangsungan hidup dan sumber energi dalam aktivitas sehari-hari. Seiring perkembangan zaman, pola konsumsi manusia pun mengalami transformasi. Berbeda dengan zaman dulu yang mengonsumsi makanan sederhana, manusia modern disuguhkan dengan beragam pilihan makanan baru dengan cita rasa unik dan pengolahan inovatif.

Menyikapi tren ini, banyak usaha kuliner bermunculan menawarkan berbagai jenis makanan sehat, seperti salad buah dan sayur serta minuman detoksifikasi. Makanan sehat didefinisikan sebagai makanan yang terbuat dari bahan alami pilihan, mengandung gizi seimbang untuk kebutuhan energi manusia.

Melihat tren ini, bisnis makanan sehat menawarkan peluang yang menjanjikan. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan telah membuka pasar baru bagi produk-produk makanan sehat. Hal ini membuka peluang bagi para pengusaha untuk memasuki pasar ini dan menawarkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

HealthyGlam merupakan salah satu usaha yang memproduksi dan menjual makanan sehat dengan kandungan karbohidrat, protein, lemak, dan vitamin yang seimbang untuk

memenuhi kebutuhan nutrisi tubuh. Diolah dari bahan berkualitas tinggi, dimasak dengan memperhatikan kebersihan dan kesehatan, rendah gula dan lemak, HealthyGlam menjadi pilihan tepat bagi konsumen yang ingin menjalani pola hidup sehat.

Namun, jika kita melihat persaingan bisnis pada industry makanan sehat saat ini, kemungkinan eskalasinya cukup tinggi. Hal tersebut merupakan sebuah tantangan bagi HealthyGlam untuk bisa bersaing dengan competitor lain. HealthyGlam juga dituntut untuk bisa menemukan strategi yang tepat guna memenangkan persaingan bisnis makanan sehat.

Tujuan Penyediaan Rencana Usaha

Bisnis Plan Pengembangan Usaha yang dapat dilakukan oleh HealthyGlam melalui penerapan strategi E-Business berdasarkan dengan analisis SWOT. Juga memberikan contoh tentang rencana bisnis yang sesuai dengan aplikasi teori yang diterapkan pada perusahaan Makanan Sehat.

KONSEP BISNIS

Profil Bisnis

HealthyGlam Adalah sebuah usaha yang memproduksi dan menjual makanan sehat yang memiliki kandungan karbohidrat, protein, lemak, dan vitamin untuk nutrisi yang dibutuhkan oleh tubuh karena diolah dari bahan berkualitas, lalu dimasak dengan diperhatikan kebersihan dan kesehatannya, rendah gula dan rendah lemak, sehingga sangat baik untuk dikonsumsi.

Usaha ini adalah usaha buatan tangan sendiri (Homemade) yang kemudian dipromosikan melalui media sosial (Instagram, WhatsApp dan lainnya). HealthyGlam dan seperti makanan sehat lainnya sudah sangat di gemari oleh masyarakat zaman modern seperti generasi Milenial dan Gen Z. HealthyGlam juga sangat cocok untuk mendukung program diet dan pola hidup sehat, sehingga targetnya adalah orang-orang yang sedang menjalani pola hidup sehat dan menjalani program diet. Tentu saja produk ini hadir dengan harga yang sangat pas untuk kantong pelajar ataupun yang sudah bekerja.

Proses Bisnis

Proses bisnis Melawati beberapa tahap sebagai berikut:

1. Membuat iklan dan pre-order melalui social media.
2. Merekap jumlah pesanan
3. Membeli bahan baku dan kebutuhan memasak
4. Proses produksi
5. Mendistribusikan pesanan yang telah siap saji

Produk

Kami menawarkan produk makanan sehat buatan tangan sendiri (Homemade) dengan sistem open PO (Pre Order). Sehingga kualitas dan kebersihannya sangat terjamin karena kami baru akan membuat produk makanan setelah konsumen atau pembeli melakukan transaksi kepada produk yang kami tawarkan. HealthyGlam sangatlah cocok untuk mendukung program diet maupun masyarakat yang ingin menjalani pola hidup sehat karena kesehatan itu harganya sangatlah mahal. Kebanyakan makanan sehat diluar sana dijual sangat mahal, untuk itu HealthyGlam hadir dengan harga yang ramah untuk para pelajar maupun pekerja diluar sana yang sangat ingin mencoba seperti apa sih makanan sehat.

Sumber Daya

Untuk Bahan-bahan yang kami gunakan, sebagai berikut:

1. Dada ayam fillet
2. Sayur-sayuran, seperti : selada, kubis merah dan baby tomato.
3. Roti Panggang kering
4. Secret Sauce

Untuk ketersediaan bahan baku kami membelinya di supermarket karena produk kami bertepatan makanan sehat, jadi kami harus membeli bahan baku di tempat yang mutunya sudah terjamin karena pasti kualitas dan kebersihannya sudah paling terbaik.

Untuk Alat-alat yang kami gunakan, sebagai berikut:

1. Pisau
2. Talenan
3. Oven
4. Sarung Tangan
5. Food Tongs (Penjepit Makanan)

Perlengkapan lainnya, sebagai berikut:

1. Mika (Pembungkus makanan)
2. Sticker atau Label Brand

Tim kami mempunyai semangat berjualan yang luar biasa. Oleh karena itu kerjasama tim kami sangat baik dan mempunyai visi-misi yang jelas.

Peluang

Di era modern, isu kesehatan menjadi perhatian utama bagi banyak orang. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap informasi seputar kesehatan, seperti yang ditunjukkan oleh berita-berita yang marak diperbincangkan. Kesadaran ini mendorong munculnya kebutuhan akan solusi yang dapat menunjang gaya hidup sehat, termasuk dalam hal konsumsi makanan.

Melihat tren ini, bisnis makanan sehat menawarkan peluang yang menjanjikan. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan telah membuka pasar baru bagi produk-produk makanan sehat. Hal ini membuka peluang bagi para pengusaha untuk memasuki pasar ini dan menawarkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Pesaing

Untuk makanan sehat, pesaing yang dimiliki masih sedikit, yaitu antara lain:

1. SaladStop!

SaladStop! sendiri merupakan brand waralaba penyaji makanan sehat pertama sekaligus terbesar di Asia.

2. Yellow Fit Kitchen

Yellow Fit Kitchen merupakan layanan catering untuk makanan sehat dan diet yang telah berdiri sejak Oktober 2017.

3. Health's Kitchen.

Health's Kitchen menyediakan makanan sehat yang seimbang seperti sup sayur, sandwich, salad, oatmeals, dan sebagainya. Yellow Fit Kitchen sendiri menawarkan berbagai program diet seperti program menurunkan berat badan, menurunkan kadar kolesterol, menurunkan gula darah, dan sebagainya.

4. The Good Habit.

The Good Habit merupakan tenant Grab Kitchen, menawarkan berbagai jenis pilihan makanan rendah kalori berimbang. Menu makanan sehatnya antara lain seperti healthy mixed bowls, healthy salads, chicken, dan vegetarian.

5. Burgreens.

Merupakan penyaji makanan sehat plant based seperti burger, rendang, bibimbap, dan sebagainya yang semuanya merupakan plant based.

6. Mini Calore

Merupakan bisnis yang menawarkan makanan sehat dengan rasa yang nikmat seperti nasi padang, ayam bakar, dan sebagainya.

METODE PERENCANAAN BISNIS

Analisis SWOT Terhadap HealthyGlam

Analisis SWOT adalah metode analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi lingkungan internal dan eksternal perusahaan untuk tujuan bisnis tertentu. SWOT merupakan akronim dari kata strength, weakness, opportunity, dan threat. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk mengembangkan rencana strategis bisnis.

Pembentukan Bisnis Model Canvas

Bisnis Model Canvas (BMC) adalah sebuah kerangka manajemen yang digunakan untuk merancang strategi bisnis. BMC merupakan sebuah alat dalam strategi manajemen yang berguna untuk menerjemahkan konsep, konsumen, infrastruktur, dan keuangan perusahaan dalam bentuk elemen visual. BMC berbentuk dokumen satu halaman yang bekerja melalui elemen fundamental bisnis atau produk, serta menyusun ide dengan cara yang koheren.

Rencana Pengembangan Bisnis

Rencana pengembangan bisnis, atau development business plan, adalah dokumen tertulis yang menjelaskan tujuan bisnis, baik jangka panjang maupun jangka pendek, dan cara mencapainya. Rencana ini biasanya mengacu pada fungsi pemasaran dan penjualan, dan dapat dibuat untuk individu atau organisasi.

ANALISIS DATA

Analisis SWOT

<p>Strength</p> <ol style="list-style-type: none"> Merupakan makanan sehat yang rendah kalori dan lemak, serta tinggi protein dan serat. Harga terjangkau dengan rasa enak. 	<p>Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none"> Kemajuan teknologi dan internet Kebutuhan akan makanan sehat
<p>Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> Tidak adanya toko fisik Pemesanan hanya bisa PO 	<p>Threats</p> <ol style="list-style-type: none"> Kedepannya persaingan industry sejenis semakin meningkat. Keterbatasan jarak distribusi

Pembentukan Bisnis Model Canvas

Key Partner	Key Activities	Value Propositions	Costumer Relationships	Customer Segment
--------------------	-----------------------	---------------------------	-------------------------------	-------------------------

<ul style="list-style-type: none"> • Supplier Ayam • Supplier Sayuran • Seller 	<ul style="list-style-type: none"> • Proses Produksi • Pengecekan persediaan bahan • Promosi melalui social media dan expo 	HealthyGlam hadir dengan menawarkan produk yang berfokus pada makanan sehat. Sehingga masyarakat dapat menemukan solusi terbaik untuk dapat mengkonsumsi makanan- makanan sehat yang sudah terjamin kualitas dan kebersihannya	<ul style="list-style-type: none"> • Konten menarik mengenai kesehatan • Info diet 	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa • Dosen • Masyarakat yang ingin memulai hidup sehat (mulai dari usia muda hingga tua) 	
	Key Resources				Channel
	<ul style="list-style-type: none"> • SDM: <ul style="list-style-type: none"> o Divisi Produksi o Divisi distribusi o Divisi Administrasi o Divisi kreatif 				<ul style="list-style-type: none"> • Media Sosial • EXPO
	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan • Alat • Stiker Merek 				
Cost Structure		Revenue Strem			
<ul style="list-style-type: none"> • Biaya produksi • Biaya overhead • Biaya Distribusi 		<ul style="list-style-type: none"> • Modal awal pribadi • Pendapatan penjualan 			

RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS

Untuk mengembangkan bisnis HealthyGlam, beberapa strategi utama akan diterapkan. Strategi-strategi ini didasarkan pada analisis SWOT dan perencanaan strategis yang terstruktur.

Peningkatan Promosi Pemasaran

- Digital Marketing: Meningkatkan kehadiran online melalui kampanye pemasaran



digital di platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Konten yang menarik dan informatif mengenai manfaat makanan sehat akan diproduksi untuk menarik perhatian target pasar.

- Influencer Marketing: Bekerja sama dengan influencer kesehatan dan kebugaran untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran merek.

Diversifikasi Produk

- Menambahkan variasi menu baru yang tetap fokus pada makanan sehat tetapi dengan cita rasa dan bahan-bahan yang lebih beragam untuk menarik lebih banyak konsumen.
- Mengembangkan produk snack sehat yang mudah dibawa dan dikonsumsi di mana saja.

Optimalisasi Proses Operasional

- Digital Marketing: Meningkatkan kehadiran online melalui kampanye pemasaran digital di platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Konten yang menarik dan informatif mengenai manfaat makanan sehat akan diproduksi untuk menarik perhatian target pasar.
- Influencer Marketing: Bekerja sama dengan influencer kesehatan dan kebugaran untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran merek.

Ekspansi Pasar Peningkatan Kualitas

- Kemitraan: Menjalin kemitraan dengan gym, pusat kebugaran, dan komunitas kesehatan untuk memasarkan produk HealthyGlam secara lebih luas.
- Outlet Fisik: Membuka outlet fisik di lokasi strategis untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan memberikan pengalaman langsung dalam mencoba produk.

Rencana Keuangan

Keterangan	Harga satuan	Total
Biaya Produksi:		
Ayam (Dada) (10 Porsi)	8,000.00	80,000.00
Selada (1 ikat)	5,000.00	5,000.00
Kubis Merah (1 buah)	5,000.00	5,000.00
Baby Tomat (1 pack)	20,000.00	20,000.00
Saus Salad (1 botol)	20,000.00	20,000.00
Bumbu-bumbu (rahasia dapur)	15,000.00	15,000.00
Packaging	3,000.00	30,000.00
Biaya Team	10.000	80.000
Biaya Overhead:		
Gas	20.000	20.000

Total		275.000
HPP		27.500
Harga Penjualan/pcs		38.000
Keuntungan		10.500 x 10 = 105.000

KESIMPULAN

HealthyGlam memiliki peluang besar untuk berkembang di industri makanan sehat yang semakin diminati oleh masyarakat modern. Dengan strategi pemasaran yang tepat, diversifikasi produk, dan optimalisasi operasional, HealthyGlam dapat meningkatkan daya saing dan mencapai pertumbuhan yang signifikan. Analisis SWOT telah memberikan pandangan yang jelas mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh HealthyGlam, yang dapat dijadikan dasar dalam perencanaan strategi bisnis yang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Herdiansah, A., Nurnaningsih, D., & Rusdianto, H. (2022). Pemanfaatan Flutter Pada Pengembangan Aplikasi Mobile EBisnis Penyediaan Bahan Baku Bisnis Katering. *Jurnal Teknoinfo*, 16(2), 291-303.
- Indrajaya, T., Primasyah, D., Yulianti, S., Rosmiati, E., & Sova, M. (2022). Peran E-Bisnis Dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Economina*, 1(2), 239-247.
- Subekti, M. (2014). Pengembangan Model E-Bisnis di Indonesia. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 925-938.
- Sudarso, A., Purba, B., Ardiana, D. P. Y., Manullang, S. O., Karim, A., Purba, P. B., ... & Septarini, R. S. (2020). Konsep e-bisnis.