

## Pengembangan Perencanaan Jaringan Bisnis Yang Efektif Makanan Cepat Saji Pada Produk Harumaki Beef

Resya Dwi Marselina<sup>1</sup>, Alya Meisya Ichwanda<sup>2</sup>, Demila Eva Yulianti<sup>3</sup>, Eros Rosdiana<sup>4</sup>,  
Radiyallah Khairunnisa<sup>5</sup>, Salimah Arif Nur Kamilah<sup>6</sup>

<sup>1-6</sup>Universitas Teknologi Digital

Email : [resyadwi@digitechuniversity.ac.id](mailto:resyadwi@digitechuniversity.ac.id)<sup>1</sup>, [alya10220027@digitechuniversity.ac.id](mailto:alya10220027@digitechuniversity.ac.id)<sup>2</sup>,  
[demila10220026@digitechuniversity.ac.id](mailto:demila10220026@digitechuniversity.ac.id)<sup>3</sup>, [eros10220048@digitechuniversity.ac.id](mailto:eros10220048@digitechuniversity.ac.id)<sup>4</sup>,  
[radyallah10220006@digitechuniversity.ac.id](mailto:radyallah10220006@digitechuniversity.ac.id)<sup>5</sup>, [salimah10220031@digitechuniversity.ac.id](mailto:salimah10220031@digitechuniversity.ac.id)<sup>6</sup>

Alamat: Jl. Cibogo Indah No. 3, Mekarjaya, Kec. Rancasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40000

Korespondensi penulis: [alya10220027@digitechuniversity.ac.id](mailto:alya10220027@digitechuniversity.ac.id)

**Abstract.** *This research aims to develop and plan an effective business network for the lumpia beef business, especially in building a business network so that the lumpia beef business can continue to grow. This research uses qualitative research methods with a descriptive approach. The source of data used in this study is primary data. Data collection is done through observation and documentation. Observation in this study was carried out by observing consumer tastes and documentation was carried out by collecting data on effective business networks. The subject of this research is business development through business networks and the object is the Harumaki Beef business. Based on the results of research on the development of effective business networks for Harumaki Beef, it can be concluded that the development of Harumaki Beef can be done effectively if Harumaki Beef can be marketed online so that it can be more widely known by the public by strengthening its business network.*

**Keywords:** *Fast Food, Business Networking, Business Development*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengembangan dan perencanaan jaringan bisnis yang efektif untuk usaha lumpia beef, terutama dalam membangun jaringan bisnis agar usaha lumpia beef dapat terus berkembang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan yang bersifat deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan dokumentasi. Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan mengamati selera konsumen dan dokumentasi dilakukan dengan pengumpulan data mengenai jaringan bisnis yang efektif. Subjek penelitian ini adalah pengembangan usaha melalui jaringan bisnis dan objeknya adalah usaha Harumaki Beef. Berdasarkan hasil penelitian terhadap pengembangan jaringan bisnis yang efektif terhadap Harumaki Beef dapat disimpulkan bahwa pengembangan Harumaki Beef dapat dilakukan secara efektif apabila Harumaki Beef dapat dipasarkan secara online sehingga dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat dengan memperkuat jaringan bisnisnya.

**Kata kunci:** Makanan Cepat Saji, Jaringan Bisnis, Pengembangan Bisnis

### PENDAHULUAN

Jaringan bisnis dikenal dengan proses membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan profesional bisnis lain dan klien atau pelanggan. Jaringan bisnis dapat dipahami sebagai struktur organisasi ekonomi yang memfasilitasi kerja sama dan koordinasi dalam organisasi. Membangun hubungan pelanggan yang kuat atau mempelajari keterampilan bisnis baru adalah dua cara jaringan bisnis bertujuan untuk meningkatkan pendapatan (Fathir, 2020).

Menurut riset *Grand View Research* berjudul “*Ready Meals Market Size, Share & Trends Report*” mengindikasikan bahwa nilai pasar makanan siap saji dunia diperkirakan sebesar USD 159,15 miliar pada tahun 2019. Dari 2020 hingga 2027, pasar diproyeksikan tumbuh pada tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 5,5% (Kartasasmita, 2022). Lumpia beef merupakan makanan cepat saji yang sempat ramai diperbincangkan di awal tahun 2022 dikarenakan keunikan pada makanan ini sehingga menarik minat pecinta kuliner untuk mencoba salah satu makanan siap saji tersebut. Namun ketenaran lumpia beef tidak berlangsung lama, bahkan pada akhir tahun 2022 makanan ini sudah jarang ditemui serta penjualannya pun mulai menurun, bahkan beberapa penjual lumpia beef sudah beralih berjualan makanan lain dikarenakan makanan tersebut sudah sepi peminat. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengembangan, serta perencanaan jaringan bisnis yang efektif untuk usaha lumpia beef, terutama dalam membangun jaringan bisnis agar usaha lumpia beef dapat terus berkembang.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Jaringan Bisnis**

Jaringan bisnis atau *business networks* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan proses pembentukan dan penguatan koneksi melalui pertemuan antara pebisnis, investor, dan klien potensial dengan pakar lain di bidang bisnis. Jaringan bisnis memungkinkan berbagi informasi untuk menyediakan sesuatu dan dapat membantu dalam pengembangan bisnis yang saat ini beroperasi. Menemukan klien potensial hanyalah salah satu aspek dalam menciptakan dan memelihara jaringan di dunia bisnis. Selanjutnya, jaringan bisnis dapat digunakan untuk mencari peluang kerja sama, bimbingan, dan ekspansi bisnis baru. (Warni, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Andy Hendrawan dan Andi Wijaya, Jaringan bisnis dapat dipahami sebagai struktur organisasi ekonomi yang memfasilitasi kerjasama dan kontrol koordinasi antara anggota organisasi. Jaringan bisnis mencakup unit bisnis lain dalam operasi bisnis yang dipimpin produsen, termasuk kegiatan pemasaran dan produksi. Dengan adanya jaringan bisnis membantu pengusaha untuk mengumpulkan informasi dan saran yang diperlukan dan selanjutnya berimbas pada peningkatan kinerja bisnis (Hendrawan & Wijaya, 2020). Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Dandan, Jaringan Usaha (*Business Networks*) adalah kolaborasi, akses, dan hubungan bisnis yang dibutuhkan perusahaan dengan bisnis lain, lembaga keuangan, dan lembaga lain agar dapat menjalankan bisnisnya dengan

sukses dan efisien, mencapai produktivitas dan daya saing tinggi, dan pada akhirnya mewujudkan laba dan pengembangan bisnis yang diantisipasi. (Irawan, 2020) .

### **Pemasaran**

Pemasaran adalah kegiatan bisnis yang mencakup semua, strategis, terintegrasi yang bertujuan untuk memenuhi permintaan pasar dengan mengembangkan produk dengan nilai pasar, menetapkan harga, mentransfer informasi, dan bertukar penawaran menguntungkan bagi pelanggan dan pelanggan mitra di sektor publik. (Digital Marketing News, 2020).

### **Saluran Distribusi Pemasaran**

Saluran distribusi adalah cara untuk membuat kampanye pemasaran lebih mudah atau mendapatkan produk ke tangan konsumen. Tindakan mendistribusikan produk atau jasa yang telah diproduksi tetapi belum dikonsumsi dikenal sebagai distribusi. Saluran distribusi pemasaran yang baik memungkinkan produk dan layanan menjangkau pelanggan dengan cepat dan digunakan oleh mereka. Pengiriman barang yang lancar ke pelanggan akhir akan berdampak signifikan pada perkembangan perusahaan. (Qathrunnada, 2022)

### **Analisis SWOT**

Menurut (Gurel & Tat, 2017) SWOT Analisis keuntungan, kerugian, peluang, dan ancaman. Meninjau kekuatan dan kelemahan mengingat potensi ancaman dan peluang di masa depan. Kemungkinan peluang yang terlewatkan berkurang dengan meningkatnya kesadaran akan kekuatan dan kelemahan suatu bisnis. Berbagai kemungkinan yang muncul dengan sendirinya dapat digunakan untuk menetralkan ancaman, dan kekuatan perusahaan dapat membantunya mengatasi kelemahan.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan yang bersifat deskriptif. Melalui metode penelitian ini, peneliti menemukan pengetahuan terhadap penelitian pada suatu waktu tertentu. Peneliti ingin mengungkapkan perencanaan jaringan bisnis yang efektif untuk usaha makanan cepat saji. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara pada penelitian dilakukan dengan tim Harumaki Beef untuk mendapatkan data yang pasti. Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan mengamati selera konsumen dan dokumentasi dilakukan dengan pengumpulan data mengenai jaringan bisnis yang efektif. Subjek penelitian ini adalah pengembangan usaha melalui jaringan bisnis dan objeknya adalah usaha Harumaki Beef.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Objek Penelitian**



**Gambar 1.** Logo Harumaki Beef

*Sumber : Harumaki Beef*

Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis pengembangan perencanaan jaringan bisnis yang efektif untuk lumpia beef. Harumaki Beef merupakan sebuah usaha makanan cepat saji berupa lumpia beef yang beralamat di Gang Laksana, RT. 04 RW. 02 Desa. Margasari Kec. Buahbatu (Margacinta) Kota. Bandung. Produk Harumaki Beef ialah sebuah inovasi gabungan antara burger, kebab dan lumpia, sehingga menjadi sebuah kombinasi unik pada lumpia beef, dengan isian daging, sayuran serta tambahan saus lalu dapat pula ditambahkan topping keju serta dibungkus dengan kulit lumpia yang diolah dengan cara dipanggang menjadikan makanan ini kaya akan rasa, garing diluar dan lumer dibagian dalamnya.

### **Jaringan Bisnis Harumaki Beef**

Pelaku bisnis perlu membangun jaringan bisnis yang baik agar dapat meningkatkan efisiensi dalam mengelola bisnis, memperluas pasar, dan meningkatkan pendapatan. Jaringan bisnis dalam pembuatan Harumaki beef di antaranya adalah:

1. Jaringan produksi

Pihak pertama dalam jaringan bisnis ialah toko yang menyediakan bahan baku pembuatan Lumpia Beef yaitu RSB Rajawali Sosis Baso yang menjual bahan utama dari lumpia beef yang merupakan daging sapi yang sudah berbentuk patties. Serta bahan pendukung lain seperti saus tomat, saus sambal, mayonese, mentega atau margarin, dan juga keju. Lalu bahan lain didapatkan dari took sayur Jana bahan baku tersebut yaitu kulit lumpia, makaroni, sawi putih, jagung. Bahan bahan tersebut didapatkan dari toko yang paling dekat dengan tempat pembuatan lumpia beef dan memiliki harga yang relatif murah dibandingkan toko sejenis di sekitarnya. Pihak ini memiliki peran penting karena menawarkan harga yang dapat bersaing.

## 2. Jaringan pemasaran

Harumaki Beef mengoptimalkan sosial media untuk jaringan pemasarannya karena dinilai lebih efektif untuk mencapai target penjualan. Aktif di sosial media akan meningkatkan branding dan mengenalkan produk kepada pengguna sosmed.

## 3. Jaringan konsumen

Setiap membeli Harumaki Beef, pembeli akan diberikan sebuah kupon. Dengan mengumpulkan 10 kupon, maka pembeli akan diberikan 1 Harumaki Beef secara gratis. Kupon ini bertujuan untuk membentuk jaringan konsumen yang baik agar melakukan pembelian ulang.

## 4. Cara Harumaki Beef membangun jaringan bisnis yang efektif

Harumaki Beef membangun jaringan bisnis yang efektif dengan mengikuti akun UMKMINDONESIA.ID yang berisi tentang info perlombaan, tips berjualan, cara pemasaran, cara pengolahan bahkan cara melakukan branding. UMKMINDONESIA.ID seringkali mengadakan give away, zoom dan pelatihan bagi UMKM. Dengan mengikuti UMKMINDONESIA.ID. Id, tim Harumaki Beef mendapatkan ilmu mengenai jaringan bisnis yang efektif untuk dilakukan saat ini dan mendapatkan relasi dari kegiatan yang diikuti.

## **Pemasaran Harumaki Beef**

Usaha Harumaki Beef memiliki target dan tujuan penjualan mingguan untuk mencapai pendapatan yang diinginkan dan memperluas jangkauan pelanggan dengan melakukan promosi di beberapa platform seperti Instagram, Whatsapp dan Tiktok.

### 1. Segmenting, Targeting, Positioning

Lumpia dari Harumaki Beef ini dibuat sesuai dengan selera masyarakat pecinta makanan cepat saji di Indonesia dengan harga low budget dan produk ini dibuat untuk anak – anak remaja hingga dewasa di usia 5- 50 tahun. Target pasar Harumaki Beef menyasar anak sekolah, mahasiswa, maupun pekerja yang merupakan pecinta makanan cepat saji seperti hamburger karena mereka akan tertarik dan mencoba inovasi lumpia beef.

Harumaki Beef ini menawarkan makanan siap saji dengan harga yang murah, dengan berbagai topping menarik serta dibuat dengan kulit lumpia yang garing akan menambah kesan yang unik serta memberikan sensasi renyah diluar dan lumer didalam dengan berbagai rasa didalamnya yang menambah kenikmatan pada Harumaki Beef.

### 2. Saluran Distribusi Pemasaran

Harumaki ini biasanya mengikuti atau berjualan di hari minggu di samsat buah batu untuk melakukan penjualan lebih besar agar dapat mendapatkan pelanggan lebih luas lagi. Harumaki Beef memiliki akun promosi di platform Instagram yang akan memudahkan

konsumen untuk membeli produk Lumpia Beef Ini. Nama Instagramnya adalah Harumaki Beef.

### 3. Analisis SWOT

#### a) Strengths (Kekuatan)

Kekuatan produk Harumaki Beef terletak pada kualitas dan inovasi rasa. Lumpia beef ini dikenal karena kualitasnya yang baik dan komposisinya yang berupa sayuran dipadu dengan daging selalu dijual dalam keadaan hangat dan gurih dan renyah. Inovasi rasa Harumaki Beef ini memiliki beberapa varian rasa di antaranya seperti, keju, telur sebagai topping dan untuk isian lumpia terdapat jagung, sawi putih, makroni kuning.

#### b) Weakneass (Kelemahan)

Kelemahan Harumaki Beef saat ini memiliki pasar yang lebih terbatas jika dibandingkan dengan makanan siap saji lainnya. Pada saat pembungkusan mudah meluber dan mudah robek karna lumpia yang tipis. Produk juga tidak tahan lama karena merupakan makanan siap saji.

#### c) Opportunities (peluang)

Peluang untuk lebih berkembang cepat dapat dilakukan karena penjualan dengan harga yang murah. Banyak diminati berbagai kalangan karna terdapat sayuran dan daging yang fresh untuk kesehatan dan memiliki target pasar yang luas.

#### d) Threats (Ancaman)

Persaingan dengan penjual lain akan muncul sebagai ancaman karena bahan pembuatan sangat mudah ditemukan dan produk Harumaki Beef ini mudah untuk dibuat. Perubahan konsumen terhadap ketertarikan makanan cepat saji lain yang muncul lebih murah.

## Keuangan Harumaki Beef

### 1. Modal Awal

Biaya bahan baku untuk Harumaki Beef dan rincian biaya bahan baku untuk produksi 300 pcs / bulan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Modal Awal**

No	Bahan	Kebutuhan	Biaya Produksi	Satuan	Biaya Produksi
1	Patties Beef	18000 gr	960,000	60 gr	3,200
2	Lumpia	1500 pcs	420,000	5 pcs	1,400
3	Mayonaise	2500 gr	75,000	8 gr	250
4	Saus Tomat	5000 gr	85,000	17 gr	283
5	Saus Cabai	2500 gr	65,000	8 gr	217
6	Makaroni	5000 gr	75,000	17 gr	250
7	Sawi	15000 gr	90,000	50 gr	300
8	Jagung	15000 gr	100,000	50 gr	333
9	Keju Lembaran	300 pcs	307,500	1 pcs	1,025
10	Margarin	3000 gr	90,000	17 gr	300
11	Kemasan Kardus	300 pcs	100,000	1 pcs	333
12	Stiker Logo	300 pcs	50,000	1 pcs	167
	<b>Total</b>		<b>2,417,500</b>		<b>8,058</b>

Tabel diatas menjelaskan rincian bahan yang digunakan untuk membuat Harumaki Beef. Menjelaskan berapa banyak kebutuhan untuk setiap bahannya dan menjelaskan ukuran untuk membuat satu pcs Harumaki Beef.

## 2. Biaya Operasional Harumaki Beef

Biaya Operasional untuk 1 bulan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Biaya Operasional

No	Biaya Operasional	Kebutuhan	Harga	Waktu/hari	Harga
1	Gaji karyawan	5 orang	500,000	1	3333/orang x 5
					16,700

Modal yang perlu dikeluarkan dalam sekali produksi ialah sebesar Rp 2.917.500 yang dihasilkan dari perhitungan berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Total Biaya} &= \text{bahan baku} + \text{biaya operasional} \\
 &= \text{Rp } 2.417.500 + \text{Rp } 500.000 \\
 &= \text{Rp } 2.917.500
 \end{aligned}$$

Total pengeluaran tersebut digunakan dalam sebulan untuk menghasilkan 300 pcs Harumaki Beef.

### Penentuan Harga Jual

$$\begin{aligned}
 \text{HPP} &= \text{Total biaya} / \text{hasil produksi} \\
 &= \text{Rp } 2.917.500 / 300 \\
 &= \text{Rp } 9.725
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual} &= \text{Harga Pokok} + \text{laba yang diinginkan} \\
 &= \text{Rp } 9.725 + \text{Rp } 2.275 \\
 &= \text{Rp } 12.000/\text{pcs}
 \end{aligned}$$

## 3. Target dan Margin Penjualan

Berikut adalah target dan margin penjualan Harumaki Beef selama satu bulan:

### a. Laba

$$\begin{aligned}
 &= (\text{hasil produksi} \times \text{harga jual}) - \text{modal} \\
 &= (300 \times \text{Rp } 12.000) - \text{Rp } 2.917.500 \\
 &= \text{Rp } 3.600.000 - \text{Rp } 2.917.500 \\
 &= \text{Rp } 682.500
 \end{aligned}$$

b. Persentase Laba

$$= \text{Laba} / \text{Modal}$$

$$= \text{Rp } 682.500 / \text{Rp } 2.917.500 \times 100\%$$

$$= 23,39 \%$$

Target harga jual Harumaki Beef sebesar Rp.12.000 per pcs sehingga laba yang diperoleh adalah sebesar 23,39%.

**Tabel 3. Target Harga Jual**

Bulan	Penjualan	Pendapatan	Laba
1	300 pcs	3,600,000	682,500
2	350 pcs	4,200,000	796,250
3	400 pcs	4,800,000	910,000
4	450 pcs	5,400,000	1,023,750
5	500 pcs	6,000,000	1,137,500
6	550 pcs	6,600,000	1,251,250
		<b>30,600,000</b>	<b>5,801,250</b>

Tabel diatas merupakan target harga jual untuk beberapa bulan selanjutnya.. Dengan memenuhi target penjualan, usaha Harumaki Beef dapat bertahan di tengah pasar yang persaingannya ketat. Inovasi harus selalu di utamakan agar usaha ini tidak mudah dilupakan. Jaringan bisnis yang dibangun yang telah dibangun harus dipertahankan dan diperluas lagi sehingga penjualan dapat melebihi target.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap pengembangan jaringan bisnis yang efektif terhadap Harumaki Beef dapat disimpulkan bahwa pengembangan Harumaki Beef dapat dilakukan secara efektif apabila Harumaki Beef dapat dipasarkan secara online sehingga dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat dengan memperkuat jaringan bisnisnya. Berdagang dipameran atau pasar malam agar dapat menjangkau konsumen lebih luas namun disarankan memproduksi produk sebelum pesanan masuk dikarenakan Harumaki Beef merupakan makanan cepat saji. Faktor yang mempengaruhi pengembangan jaringan bisnis Harumaki Beef yaitu jaringan produksi Harumaki Beef dengan RSB Rajawali Sosis Baso dan Toko Sayur Jana harus dipertahankan karena kualitas bahan terutama pada daging sapi dan kulit lumpia sebagai bahan utama. Jaringan pemasaran Harumaki Beef malalui berdagang di bazar atau pasar minggu.

## SARAN

Adapun beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi Harumaki Beef adalah Harumaki Beef diharapkan dapat melakukan pengiklanan atau pemasaran lebih luas dan dapat lebih aktif dalam pemasaran di sosial media serta mengadakan promo yang dapat menarik pelanggan lebih banyak lagi. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat lebih membantu mengembangkan jaringan bisnis pada pelaku usaha kecil dan menengah serta menambahkan faktor yang harus dihindari oleh sebuah bisnis agar jaringan bisnisnya semakin kuat.

## DAFTAR REFERENSI

- Digital Marketing News. (2020, November 22). Diambil kembali dari Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli: <https://lspdigitalmarketing.id/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli/>
- Fathir, M. (2020, April 17). Ringkasan Materi Jaringan Bisnis. Diambil kembali dari Rijal's Blog: <https://www.rijalhabibulloh.com/2021/11/ringkasan-materi-jaringan-bisnis.html?m=1>
- G. E., & T. M. (2017, August). SWOT Analysis: A Theoretical Review. *The Journal of International Social Research*, 10(51). doi: <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
- Hendrawan, A., & Wijaya, A. (2020). Pengaruh Dimensi Orientasi Kewirausahaan dan Jaringan Usaha terhadap Kinerja Usaha UKM di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Volume II No. 3.
- Irawan, D. (2020). Peningkatan Daya Saing Usaha Micro Kecil dan Menengah Melalui Jaringan Usaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Kartasmita, V. (2022, September 18). Peluang Pasar: Produk Makanan Siap Saji. Diambil kembali dari UKM Indonesia: <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-produk-makanan-siap-saji->
- Marcel, J. (2023, Juni 8). Apa Itu Bisnis? Diambil kembali dari Stekom: <https://stekom.ac.id/artikel/apa-itu-bisnis#>
- Qathrunnada, K. (2022, Oktober 13). Saluran Distribusi: Fungsi, Jenis, Hingga Tahapannya. Diambil kembali dari detikfinance: <https://finance.detik.com/solusiukm>
- Warni, S. (2021, Desember 8). 8 Langkah Membangun Jaringan Bisnis yang Kuat Dan Menguntungkan. Diambil kembali dari Zahira: <https://zahiraccounting.com/id/blog/bagaimana-membangun-jaringan-bisnis-yang-solid-dan-kuat/>