

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Startup

Secara bahasa, *startup* berasal dari kata "*start*" yang berarti mulai dan "*up*" yang berarti naik atau meningkat. *Startup* berarti "mulai meningkat" atau "mulai naik". Lawannya adalah "*startdown*" atau "mulai turun". Istilah *startup* merujuk pada usaha atau perusahaan yang memanfaatkan teknologi internet [16]. *Startup* identik dengan perusahaan kecil yang memiliki ide inovatif dan lekat dengan istilah *entrepreneur*. *Startup* adalah sebuah organisasi yang dibentuk untuk mencari bisnis model berulang dan dapat dikembangkan menjadi besar, dan bisnis model tersebut menjelaskan bagaimana perusahaan menciptakan, menghasilkan, dan merebut nilai pasar [17]. *Startup* adalah usaha yang dimulai secara *online* dan kemudian berkembang, atau bisnis berbasis *online* yang baru dirintis dan dibangun oleh seseorang atau kelompok tertentu, biasanya memiliki usia kurang dari 5 tahun [18]. *Startup* tersebut merupakan sebuah perusahaan yang baru saja dibangun atau didirikan, berada dalam tahapan pengembangan dan penelitian untuk menemukan pasar yang tepat. *Startup* sendiri merujuk pada seluruh perusahaan yang belum lama didirikan, beroperasi, dan baru mulai (*start*) [16].

Sebuah bisnis atau usaha dapat disebut sebagai bisnis *startup* apabila memiliki minimal tiga faktor yaitu [19]:

1. *Founder* (Pendiri), adalah seseorang yang mendirikan perusahaan atau bisnis, biasanya orang tersebut memiliki ide, visi, dan misi yang kuat serta berkomitmen untuk menjalankan dan mengembangkan perusahaan tersebut.
2. *Investor*, adalah orang yang memberikan modal atau dana agar perusahaan dapat beroperasi dan berkembang, sehingga perusahaan tersebut dapat berjalan dengan baik, sesuai dengan beberapa ketentuan atau perjanjian pembagian hasil yang telah disepakati sebelumnya.
3. *Service products* (Produk layanan), adalah hasil produksi baik berupa barang maupun jasa yang dijual sebagai sumber pemasukan perusahaan, dan biasanya produk atau jasa tersebut memiliki berbagai variasi atau terus berkembang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Ada lima faktor dasar yang mempengaruhi kesuksesan sebuah *start-up*, yaitu *timing*, *team*, *idea*, *business model*, dan *funding* [16]:

1. *Timing* (Waktu) *Timing* mengacu pada pemilihan waktu atau momentum yang tepat untuk mengeksekusi sesuatu. *Timing* merupakan faktor penting dalam *startup* yang telah terbukti oleh banyak *startup* yang sukses. Memilih waktu yang tepat berarti memastikan bahwa konsumen benar-benar siap menerima ide yang dimiliki.
2. *Team* (Tim) adalah sumber daya yang mengeksekusi ide menjadi kenyataan. Ide itu sendiri tidak akan berhasil sendirinya. Tim yang baik memiliki kemampuan adaptasi tinggi terhadap perubahan dilapangan. Mereka mampu mendengarkan, memperhatikan reaksi pasar, dan menyesuaikan produk dari ide tersebut agar dapat diterima oleh pasar.
3. *Idea* (Ide) adalah konsep, pemikiran, atau gagasan yang menjadi dasar bagi pembangunan usaha. Ide merupakan hal yang sangat penting dalam memulai sebuah bisnis.
4. *Business Model* (Model Bisnis) adalah alat yang menjelaskan cara suatu organisasi menciptakan, memberikan, serta menangkap nilai tambah. *Startup* memerlukan model ini untuk memberikan pandangan menyeluruh tentang proses bisnis yang akan dijalankan. Model bisnis juga membantu menganalisis masalah dan mencari solusinya. *Startup* baru dapat menggunakan model bisnis untuk merancang bentuk bisnis yang sesuai dengan kondisi mereka. Model bisnis diibaratkan sebagai kendaraan yang membawa perusahaan menuju tujuan.
5. *Funding* (Pendapatan) dalam keberhasilan sebuah *startup* mengacu pada ketersediaan dan mengelola uang yang cukup untuk membangun, menjalankan, serta mengembangkan bisnis secara terus-menerus. *Funding* tidak hanya berarti dana yang datang dari *investor* atau sumber luar seperti modal *ventura*, *angel investor*, *crowdfunding*, atau sumbangan, tetapi juga mencakup kemampuan *startup* untuk menghasilkan uang sendiri melalui bisnisnya, seperti dari langganan, bayaran, iklan, atau menjual produk dan jasa.

2.2 Business Plan

Business Plan merupakan proses penting dalam membangun dan mengembangkan usaha. Proses ini melibatkan peny

membantu pengusaha mengenali peluang dan tantangan, serta menentukan langkah-langkah nyata untuk mencapai tujuan. Dokumen ini biasanya mencakup analisis pasar, strategi pemasaran, rencana operasional, struktur manajemen, dan proyeksi keuangan. Selain digunakan sebagai panduan internal, *business plan* juga penting dalam menarik *investor* dan memperoleh pembiayaan, karena memberikan gambaran jelas mengenai potensi pertumbuhan dan keuntungan bisnis [20]. Berikut manfaat dari *business plan* [21]:

1. Membantu dalam mengambil keputusan, saat memulai suatu bisnis tentu banyak tantangan yang mungkin akan dihadapi. Misalnya, mengembangkan produk baru, merekrut tenaga kerja, masalah finansial, dan lainnya. Hal tersebut diperlukan pengambilan keputusan yang tepat, maka dari itu salah satu manfaat dari *business plan* adalah dapat membantu dalam mengambil keputusan.
2. Mengatur keseluruhan sistem keuangan perusahaan, *business plan* dapat membantu merencanakan sistem keuangan perusahaan yang baik, agar kedepannya terhindar dari kesalahan dalam penyusunan keuangan dan kerugian.
3. Membantu mendapatkan *investor* lebih banyak, manfaat paling penting dari *business plan* adalah dapat membantu mendapatkan *investor* lebih banyak. Hal ini sangat penting bagi pertumbuhan bisnis yang baru dirintis seperti bisnis *startup* yang memerlukan dukungan dari para *investor* agar dapat semakin sukses.

Komponen – komponen *business plan*. Berikut merupakan komponen *business plan* [21], [22], [23], [24] :

1. Ringkasan Eksekutif (*Executive Summary*), adalah bagian awal dalam rencana bisnis yang memberikan gambaran singkat namun lengkap tentang seluruh isi dokumen. Ringkasan eksekutif bertujuan agar pembaca seperti *investor*, mitra strategis, pemerintah, atau lembaga keuangan dapat memahami konsep inti bisnis tanpa harus membaca seluruh dokumen.
2. Produk dan Layanan (*Products and Services*), menjelaskan apa yang ditawarkan perusahaan, manfaatnya bagi pengguna, keunggulan dibandingkan pilihan lain, teknologi yang digunakan, serta alasan produk ini lebih baik.
3. Model Bisnis dan Strategi Pemasaran (*Business Model and Marketing Strategy*), menjelaskan cara perusahaan mendapatkan uang, sedangkan strategi pemasaran menjelaskan bagaimana pelanggan bisa dikenalkan dan diy

5. Analisis Pasar (*Market Analysis*), meliputi identifikasi pesaing, analisis SWOT, dan analisis *segmenting, targeting, dan positioning*.

2.3 Langkah-langkah Business Plan

Berikut langkah-langkah *business plan* [25]:

1. Menentukan ide dan visi/misi bisnis, mulai dengan menjelaskan ide usaha yang ingin dikembangkan, kemudian tetapkan visi dan misi perusahaan sebagai dasar arah strategi dan tujuan bisnis.
2. Analisis pasar dan riset pelanggan ini digunakan untuk memahami kesempatan di pasar, membagi pelanggan menjadi kelompok-kelompok, mengenali pesaing utama, serta mengetahui tren permintaan yang ada.
3. Rencana produk atau layanan, jelaskan dengan jelas apa yang akan dijual, fitur apa saja yang dimiliki, manfaat apa yang bisa didapatkan, keunggulan dibandingkan produk atau layanan lain, tahapan siklus produk, serta bagaimana produk atau layanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan yang ada di pasar.
4. Strategi pemasaran, menjelaskan cara bisnis mengkomunikasikan, mendistribusikan, dan menjual produk kepada pelanggan.
5. Rencana kerja dan pengelolaan bisnis, struktur organisasi yang detail, tim manajemen, prosedur operasional standar, serta teknologi atau sistem yang akan digunakan dalam menjalankan usaha tersebut.
6. Analisis keuangan dan proyeksi keuangan merupakan bagian terpenting bagi para *investor*, bagian ini berisi perkiraan tentang pendapatan, biaya, aliran uang, serta kebutuhan modal yang diperlukan.
7. Risiko dan strategi mitigasi, kenali risiko utama seperti risiko pasar, risiko operasional, dan risiko finansial, serta siapkan rencana untuk mengurangi dampaknya jika risiko tersebut terjadi.

2.4 Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) cocok untuk usaha kecil, karena BMC bisa membantu pengusaha mengatur berbagai aspek bisnis seperti pasar target, nilai yang ditawarkan, cara mendistribusikan produk, serta cara berinteraksi dengan pelanggan, dengan cara yang sederhana dan mudah diterapkan. BMC adalah alat manajemen strategis yang digunakan untuk menggambarkan dan menyampaikan ide atau konsep bisnis secara

cepat dan sederhana dengan mengisi sembilan elemen utama. *Business Model Canvas* (BMC) sangat penting untuk membantu para pelaku usaha dalam merancang dan mengelola model bisnis mereka secara lebih terstruktur. BMC bisa memberikan panduan yang mudah dipahami, sehingga para pengusaha bisa mengenali dan mengatur berbagai hal penting dalam bisnis mereka, serta merancang strategi yang lebih baik untuk mencapai tujuan perusahaan. Berikut penjelasan mengenai sembilan elemen dalam *Business Model Canvas* [26], [27]:

1. Segmen Pelanggan, yang merujuk pada kelompok orang atau pasar yang ingin dituju dan dilayani oleh sebuah perusahaan.
2. Nilai proposisi, menjelaskan manfaat atau keuntungan apa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan.
3. Saluran, menjelaskan bagaimana perusahaan berkomunikasi dan mencapai segmen pelanggan untuk memberikan nilai serta manfaat yang mereka miliki.
4. Hubungan dengan Pelanggan, menjelaskan tipe hubungan yang ingin dibangun perusahaan dengan kelompok pelanggan tertentu.
5. Aliran Pendapatan, menjelaskan cara perusahaan menghasilkan uang
6. Sumber Daya Utama, menjelaskan tentang berbagai elemen sumber daya yang diperlukan agar sebuah model bisnis bisa berjalan dengan baik.
7. Aktivitas Utama, menjelaskan kegiatan yang harus dilakukan perusahaan agar model bisnisnya dapat berjalan lancar.
8. Kemitraan Utama, menjelaskan tentang jaringan pemasok dan mitra yang mendukung berjalannya model bisnis.
9. Struktur Biaya, menjelaskan jenis-jenis pengeluaran yang dikeluarkan dalam menjalankan sebuah model bisnis.

Berikut contoh dari *Business Model Canvas*:

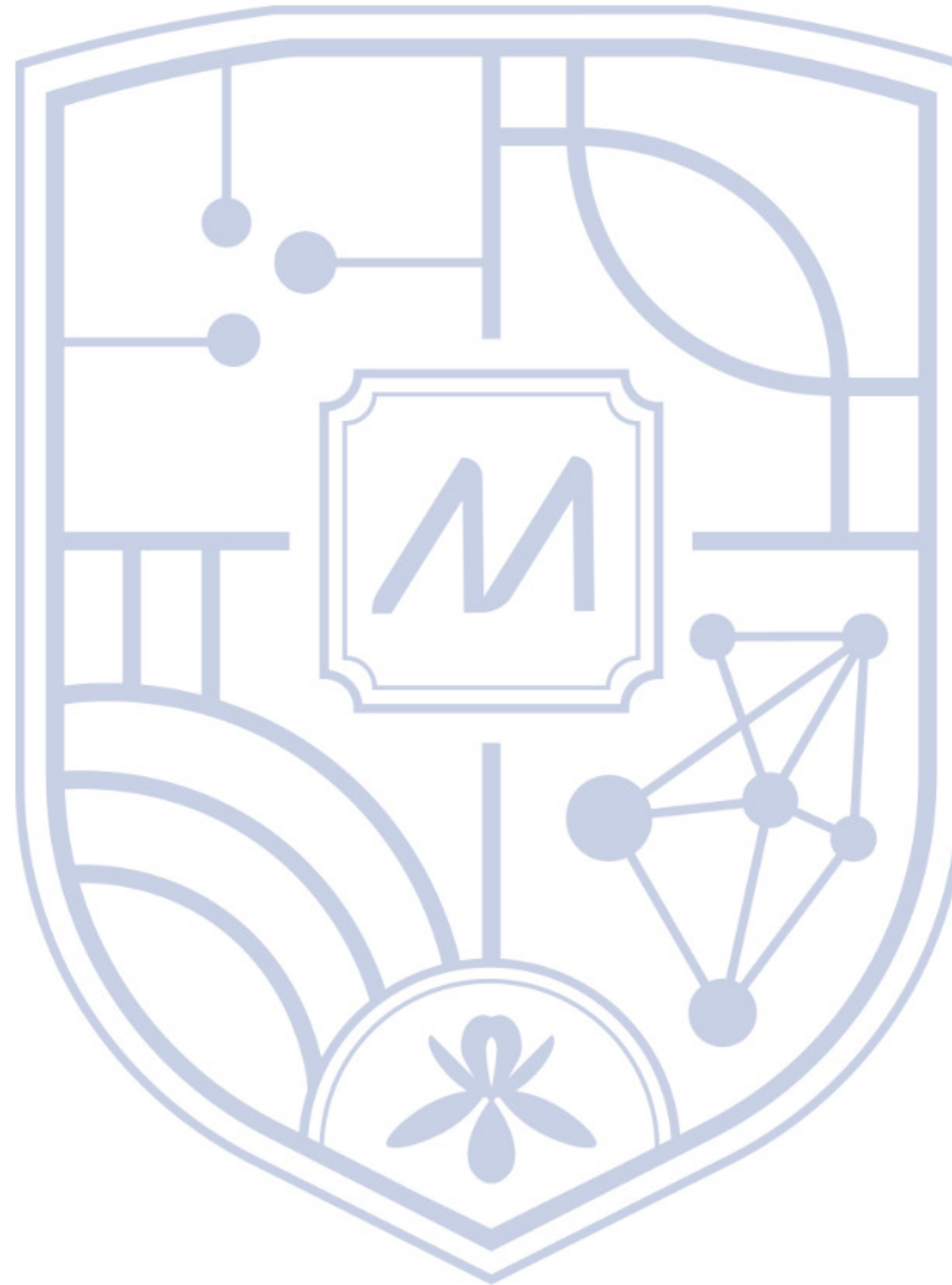
Tabel 2. 1 *Business Model Canvas* pada Agribisnis Kelapa Distrik Muara Tani

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationship</i>	<i>Customer Segments</i>
1. Pemerintah daerah. 2. Dunia usaha dan industri. 3. Lembaga keuangan. 4. Dinas pariwisata. 5. Dinas pertanian dan perkebunan. 6. Lembaga pendidikan formal dan non formal.	1. Mendatangkan saprodi usahatani kelapa dari luar Papua. 2. Pembudidayaan kelapa semi intensif 3. Tertata serta onan paim produk turunannya. 4. Tersedia pemasaran yang baik dengan sistem <i>offline</i> dan <i>online</i> .	1. Saprodi usahatani kelapa cukup lengkap. 2. Budidaya kelapa dengan sistem semi intensif. 3. Tertata serta aneka produk turunan kelapa telah dimaksimalkan. 4. Tersedia pemasaran yang baik dengan sistem <i>offline</i> dan <i>online</i> . 5. Telah tersedia beberapa lembaga pendukung pada usaha agribisnis kelapa.	1. Menjaga kualitas produk dan jasa yang ditawarkan. 2. Menjaga ketersediaan barang selalu ada. 3. Melayani konsumen dengan baik dan santun. 4. Teknik pemasaran dan promosi efektif, seperti sistem potongan harga dll.	1. Pedagang pasar induk untuk buah kelapa. 2. Pedagang sayur untuk kelapa. 3. Pedagang ketuk pua kelapa muda. 4. Pedagang kaki lima tradisonal. untuk daging kelapa. 5. Ibu rumah tangga untuk kelapa parut dan santan kelapa. 6. Konsumen

1. Biaya pembelian peralatan.	1. Penjualan aneka peralatan budidaya kelapa.
2. Biaya pembelian saprodi usahatani kelapa.	2. Penjualan aneka saprodi serta pengolahan buah.
Biaya pembelian bahan baku tambahan pada pengolah pascapanen.	
3. Biaya transportasi pemasaran.	3. Penjualan buah kelapa tua.
4. Biaya pembayaran iklan dan promosi.	4. Penjualan kelapa muda.
5. Biaya produksi aneka produk turunan dari buah kelapa (arang, batok, sabut, kerajinan tangan dan olahan kuliner lainnya).	5. Penjualan kelapa parut.
6. Biaya pelatihan.	6. Penjualan minyak kelapa.
	7. Penjualan gula kelapa.
	8. Penjualan batok kelapa.
	9. Penjualan aneka produk. kelapanya (arang kelapa, serbut kelapa, janur, sapu lidi.
	10. Penjualan aneka kue dan kuliner kelapa.
	11. Penjualan aneka peralatan kelapa lainnya.
	12. Penjualan aneka saprodi serta pengolahan
	13. Penjualan aneka produk kelapa lainnya
	14. Penjualan aneka kue dan kuliner dari buah kelapa.

Dalam penulisan tugas akhir ini Kelpam memakai model bisnis struktur campuran yang termasuk kedalam kategori *Business-to-Business* (B2B) dan *Business-to-Customer* (B2C) . Aspek B2B ikut serta dalam model *platform* ini, di mana Kelpam tidak hanya melayani pembelian oleh orang pribadi, tetapi juga membantu transaksi dalam jumlah besar dengan pelaku usaha seperti umkm atau industri yang membutuhkan pasokan komoditas dalam volume yang besar. Hal ini membantu meningkatkan efisiensi dalam rantai pasok *agribisnis* serta menciptakan nilai bersama antara berbagai pelaku usaha dengan tingkatan yang berbeda. *Platform* digital untuk pasar bisnis ke bisnis menunjukkan bahwa platform

capture, yang bisa diterapkan dalam ekosistem *agritech* seperti Kelpam untuk memperkuat hubungan antara petani, pengusaha menengah, dan industri pembeli.



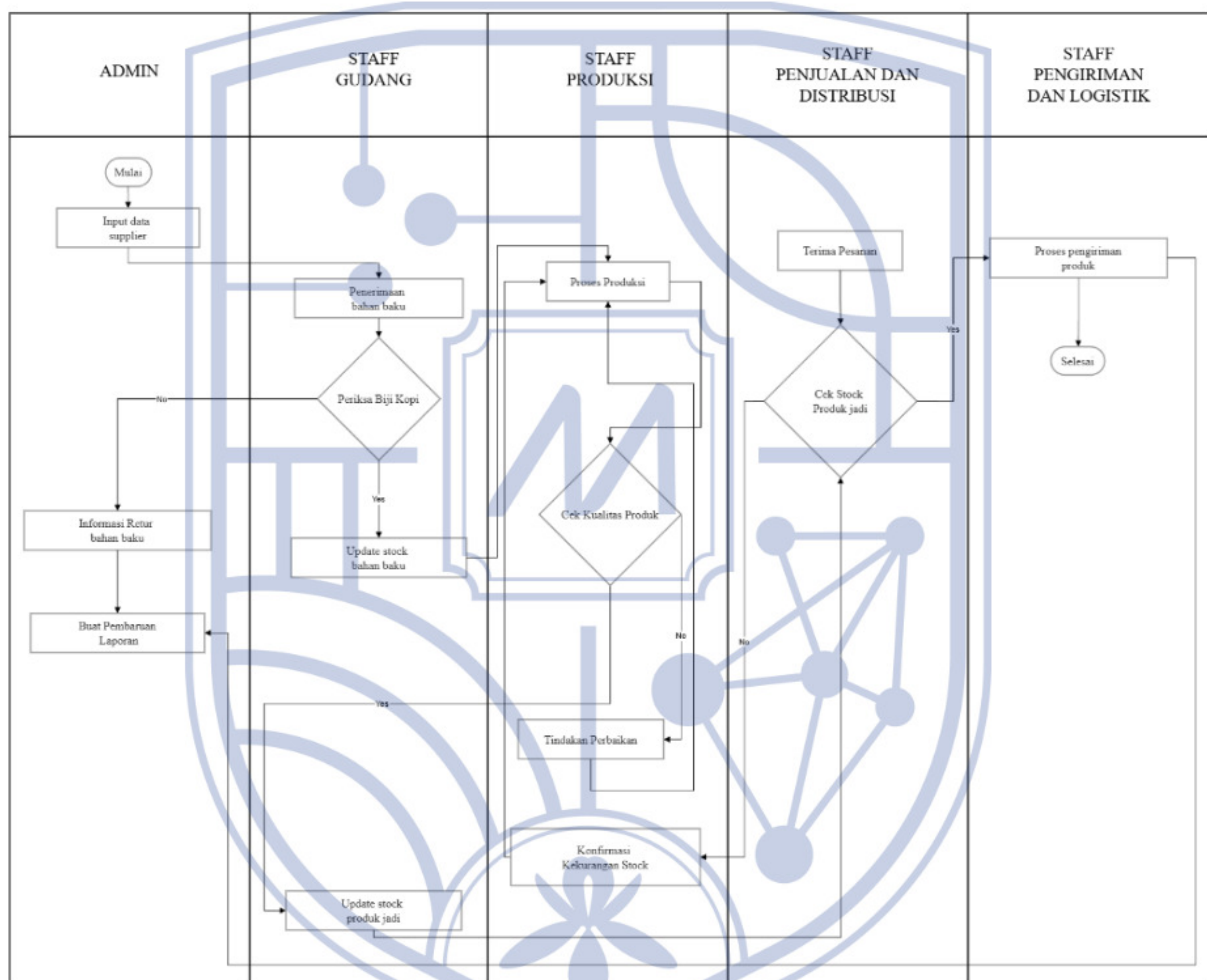
Di sisi lain, aspek B2C terlihat dari fungsi *marketplace* digital yang memungkinkan petani menjual produk langsung kepada konsumen akhir. Fitur seperti pencarian produk, keranjang belanja, pembayaran yang terpadu, dan sistem pengiriman menjadi bagian penting

3. *Centuar* adalah *startup* yang sudah lebih matang, memiliki potensi pasar yang besar dan valuasi mencapai puluhan hingga ratusan juta dolar. Predikat ini diberikan kepada bisnis *startup* yang telah memiliki nilai sekitar 10

Dengan menggunakan simbol tertentu, bagan alir menggambarkan urutan langkah-langkah dan menunjukkan bagaimana satu proses (instruksi) terkait dengan proses-proses lain dalam suatu program [32], [33]. Berikut contoh dari simbol *flowchart*:

Simbol	Fungsi	Simbol	Fungsi
	Simbol <i>input-output</i> , simbol yang menyatakan proses <i>input</i> dan <i>output</i> tanpa tergantung dengan jenis peralatannya.		Simbol dokumen, simbol yang menyatakan <i>input</i> berasal dari dokumen dalam bentuk kertas atau <i>output</i> dicetak ke kertas.

Berikut adalah contoh *flowchart* bisnis pengolahan Biji Kopi mentah:



untuk keperluan evaluasi dan pengambilan keputusan. Dalam pengelompok ini dapat mempermudah alur kerja, dan meningkatkan akuntabilitas, serta menjaga efisiensi operasional perusahaan [34].

Dengan mengenali ancaman, perusahaan dapat mempersiapkan potensi tantangan dan meminimalkan dampaknya [36], [37]. Berikut merupakan bentuk dasar matrik SWOT.

	yang dijual. 5. Memiliki karyawan yang sudah berpengalaman. 6. Menyediakan tempat yang nyaman bagi pelanggan. 7. Menyediakan fasilitas pen
--	--

sama. 4. Kondisi ekonomi dan tingkat pendapatan masyarakat yang masih rendah. 5. Perkembangan budaya konsumsi yang masih rendah. 6. Cepatnya perkembangan teknologi saat ini yang menyebabkan persaingan dunia usaha yang kompetitif.
--

- a. Mengatasi persaingan dengan meningkatkan kualitas produk dan menekankan penawaran tambahan untuk item populer, serta berinovasi untuk mengembangkan produk dan menu baru.
- b. Ant

keuangan yang baik harus mampu menggambarkan semua data keuangan yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, sesuai dengan prosedur yang ditetapkan sehingga dapat memberikan perbandingan dengan tingkat akurasi analisis yang akuntabel. Dalam penyusunan laporan keuangan harus memenuhi beberapa syarat wajib antara lain dapat dipahami, relevan, dibandingkan, netral, keandalan

tahun. Satu bulan, satu tahun, atau berdasarkan prinsip perbandingan yang dikenal juga sebagai konsep matching, di mana pendapatan dihubungkan dengan biaya yang relevan. Laporan ini merupakan salah satu dari empat laporan keuangan penting yang dimiliki perusahaan dan berperan

Komponen-komponen laporan laba rugi, secara umum terdiri dari beberapa komponen utama, yaitu:

yang nampak sebagai objek. *Physical evidence* merupakan lingkungan di mana suatu perusahaan memberikan layanannya dan lokasi dimana Perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen, serta berbagi komponen yang tampak (*tangible*) dalam menunjang kinerja dan kelancaran pelayanan.

