



Merintis Wirausaha Beras Rakyat Sejahtera

Auliya Istiqomah Ramadhanty¹, Tsaqif Levinsky Can¹, Wasis Singgih Sasono¹

¹Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta

Corresponding author: tsaqiflevinsky@student.uns.ac.id

Abstrak. Sejarah awal usaha bersama ini diawali dengan salah satu teman kami, yang merupakan salah satu penggagas dalam kegiatan yang akan kami ajukan, telah merintis usaha yang bergerak di bidang distributor beras. Kegiatan mendistribusikan beras ke beberapa toko dengan beberapa label serta kualitas beras yang diklasifikasikan ke dalam beberapa grade, *fast distribution management* mulai dari saat proses panen hingga pengemasan sampai kepada para tengkulak dan sehat karena tanpa menggunakan pengawet. Kami memiliki gagasan untuk bekerja sama turut mengelola kegiatan usaha tersebut dengan membentuk tim usaha yang terdiri atas mahasiswa dengan menjual kembali beras tersebut dengan sistem *Delivery Free* Ongkir. Mengingat beras merupakan kebutuhan pokok dan sebagai makanan pokok di Negara Indonesia, tentu semua orang membutuhkan beras.

1. Pendahuluan

Beras merupakan makanan pokok bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Konsumsi beras di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk Indonesia. Ketergantungan masyarakat Indonesia yang sangat tinggi terhadap beras akan menjadi masalah jika ketersediaan beras sudah tidak dapat tercukupi. Hal inilah yang dapat mengganggu ketahanan pangan nasional.

Oleh karena itu kami memutuskan untuk memperluas usaha dengan mengikuti kesempatan memperoleh dukungan pendanaan Mahasiswa Wirausaha 2020 dalam rangka pemberdayaan mahasiswa dan mencapai indikator kinerja kemahasiswaan dan alumni dalam mengusahakan Mahasiswa Wirausaha. Kegiatan usaha tim kami dengan menggaungkan nama “Beras Rakyat Sejahtera” tak lain adalah turut membantu petani menjual hasil padinya dengan harga yang layak dan mengurangi/ memangkas rantai distributor yang meninggikan harga jual hingga kepada tangan konsumen. Maka, dengan berasumsikan hal tersebut, diharapkan nama usaha ini akan memiliki dampak positif yang dapat dirasakan masyarakat menuju rakyat yang sejahtera.

2. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan wirausaha ini dilakukan dengan melakukan produksi *repacking* beras kemasan 25kg menjadi kemasan 5kg dan 3kg. Kemudian setelah beras selesai proses *repacking*, dilakukan penjualan ke konsumen-konsumen dengan sistem *free* ongkos kirim. Selain itu pemasaran dilakukan dengan cara mempromosikan dari mulut ke mulut dan juga di sosial media seperti *whatsapp*.

3. Hasil dan Diskusi

Kami memiliki gagasan untuk bekerja sama turut mengelola kegiatan usaha tersebut dengan membentuk tim usaha yang terdiri atas mahasiswa dengan menjual kembali beras tersebut dengan sistem pengiriman *free* ongkir. Mengingat beras merupakan kebutuhan pokok dan sebagai makanan pokok di Negara Indonesia sehingga tentu semua orang membutuhkan beras. Kami menawarkan beras tersebut ke toko-toko kecil dan beberapa orang dengan daya beli beras menengah ke bawah. Penawaran dimulai dari lingkup kecil, yaitu beberapa teman arisan. Dari penawaran tersebut, hasil yang kami terima dalam seminggu kurang lebih bisa menjual sebanyak 1 kuintal. Oleh karena itu kami memutuskan untuk memperluas usaha dengan mengikuti kesempatan memperoleh dukungan pendanaan Mahasiswa Wirausaha 2020 dalam rangka pemberdayaan mahasiswa dan mencapai indikator kinerja kemahasiswaan dan alumni dalam mengusahakan Mahasiswa Wirausaha. Kegiatan usaha tim kami dengan menggaungkan nama “Beras Rakyat Sejahtera” tak lain adalah turut membantu



petani menjual hasil padinya dengan harga yang layak dan mengurangi/ memangkas rantai distributor yang meninggikan harga jual hingga kepada tangan konsumen. Maka, dengan berasumsikan hal tersebut, diharapkan nama usaha ini akan memiliki dampak positif yang dapat dirasakan masyarakat menuju rakyat yang sejahtera.

Untuk target pasar itu sendiri dimana sasaran khusus bagi konsumen potensial dari usaha kita, kami menargetkan ibu rumah tangga, catering, toko sembako untuk dijual kembali. Namun untuk saat ini konsumen terbanyak adalah ibu rumah tangga, *reseller* perorangan, serta beberapa toko untuk dijual kembali.

Agar usaha yang dijalankan dapat bersaing, kami harus memiliki inovasi. Diantaranya adalah menyesuaikan permintaan beras konsumen. Sebagai contoh, penjual nasi kebuli memerlukan beras dengan kualitas yang lebih bagus dari *grade A* agar tidak pecah pada saat proses pembuatan. Keadaan ini bias kami penuhi dengan melakukan seleksi kualitas beras bagi konsumen tertentu, dan memberikan bebas biaya kirim. Selanjutnya adalah mengikuti *event promotion* pada waktu tertentu untuk lebih menggaungkan Beras Rakyat Sejahtera kepada masyarakat. Tim kami memiliki target untuk dapat didistribusikan ke pasar *modern* yang akan turut bersaing dengan produk beras lain.

Produksi inti dari wirausaha ini adalah melakukan *repacking* terhadap beras berukuran 25kg menjadi 5kg dan 3kg. tujuan dilakukannya repacking ini agar beras dengan kualitas baik tanpa pengawet dapat dijual satuan. Tujuan dari penjualan satuan supaya semua kalangan masyarakat dapat membeli Beras Tera tanpa harus diharuskan untuk membeli dalam jumlah yang besar. Akan tetapi, kami belum mulai melakukan produksi dikarenakan masih terdapat beberapa kendala, salah satunya adalah belum mendapatkan orderan dengan baik dari Mitra maupun dari pembeli partai kecil.

Untuk strategi pemasaran berfokus bagaimana bisa dilakukan ekspansi terhadap penjualan beras ini. Melakukan pemasaran secara *online* melalui sosial media ataupun secara *offline* melalui penawaran sederhana dari mulut ke mulut. Akan tetapi, kami belum melakukan pemasaran dikarenakan kami belum dapat berdiskusi secara langsung bersama-sama tim Beras Tera mengenai teknis pemasaran dan kami akan segera melakukan promosi baik secara offline maupun online.

Strategi dan manajemen pemasaran yang telah dilakukan bersama-sama akan dimaksimalkan dengan melakukan evaluasi secara menyeluruh dan terperinci. Hal tersebut dilakukan bertujuan untuk mencapai target penjualan yang baik dan maksimal. Adapun upaya yang dilakukan antara lain adalah :

Monitoring mingguan mengenai proses dan perkembangan penjualan beras, hal tersebut diadakan setiap minggu yang bertujuan untuk mengetahui proses penjualan beras sehingga akan tercipta transparansi antar sumber daya manusia.

Evaluasi bulanan proses penjualan, hal tersebut dilakukan untuk mengetahui dengan jelas apa saja kendala yang menjadi penghambat selama proses penjualan. Hal tersebut dilakukan agar tercapainya proses penjualan yang sesuai dengan target yang telah kami targetkan.

Peningkatan kualitas sumber daya manusia, dengan menciptakan hubungan timbale-balik ketika mengalami kendala dalam menawarkan produk kepada konsumen. Sehingga akan terbentuk sumber daya manusia yang baik dan professional dalam menarik konsumen pada saat proses menawarkan produk. Kemudian dengan mempertahankan kualitas produk, kami berkomitmen bersama untuk terus menjaga produk kami dengan sebaik mungkin dan dengan harga terjangkau guna meningkatkan kepuasan konsumen atas produk yang kami hasilkan. Meningkatkan strategi pemasaran, hal tersebut dilakukan guna meningkatkan penjualan dalam setiap bulannya sehingga akan tercapai target penjualan yang maksimal. Strategi pemasaran perusahaan dilakukan berdasarkan analisa 7P dengan analisis SWOT menurut Kottler yang terdiri atas:

1. Product

Mengenai produk kami adalah beras dimana setiap orang membutuhkannya guna memenuhi kebutuhan pangan dalam setiap harinya. Namun, untuk kualitas beras kami memiliki kualitas beras yang sangat bagus. Bahkan untuk *grade* beras terbawah kami saat dimasak hasilnya pulen dan bagus tidak beda jauh dengan produk beras *grade a*. Beras yang kami jual pul bebas dari pengawet serta bahan kimia berbahaya lainnya.

2. *Price*

Harga yang kami tawarkan cukup terjangkau mengingat beras yang kami jual adalah dengan kualitas yang bagus dan tanpa bahan pengawet dan bahan kimia lainnya. Untuk beras kemasan 5kg dipatok dengan harga 62.500 – 57.500. Harga yang kami tawarkan sudah termasuk dalam biaya ongkir alias pengiriman gratis.

3. *Promotion*

Strategi mengenai bagaimana produk kita dapat dikenal oleh konsumen adalah dengan menawarkan melalui social media terutama whatsapp dan personal selling. Cara tersebut lumayan efektif kami gunakan mengingat mayoritas konsumen beras kami seperti ibu rumah tangga rata-rata menggunakan whatsapp.

4. *Placement*

Cara kami untuk mendistribusikan produk kami agar sampai kepada konsumen adalah dengan diberikan langsung kepada konsumen dengan cara diantarkan dan melalui retail yaitu pedagang dengan skala kecil.

5. *People*

Dengan sumber daya manusia yang baik kami selalu mengedepankan sikap ramah dalam melayani konsumen dan produk yang kami tawarkan dapat diantar secara gratis. Sehingga konsumen merasa nyaman membeli produk yang kami tawarkan.

6. *Process*

Kami mengedepankan proses pelayanan terhadap konsumen dan proses pembuatan produk yang baik sehingga menghasilkan beras yang baik dan layak dikonsumsi serta bebas dari pengawet.

7. *Physical Evidence*

Untuk fasilitas pendukung seperti kemasan kami menggunakan kemasan plastic tebal agar produk tetap terjaga dan tidak mudah tumpah. Beras yang kami tawarkan adalah beras yang baru sehingga tidak bau dan berketu.

Menjual produk yang berkualitas baik dan jujur, kami berkomitmen untuk selalu memasarkan produk dengan kualitas yang baik dengan proses yang canggih dan mengedepankan kejujuran agar dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan kepada kami.

Dengan adanya hal tersebut dan meningkatkan penjualan produk kami akan terus berkomitmen untuk terus melakukan upaya-upaya diatas demi terciptanya kualitas produk yang baik sehingga dapat mempertahankan nilai produk yang baik. Hal tersebut dilakukan tentu saja agar konsumen merasa puas dengan produk kami.



Gambar 1. Melakukan *sealing* kemasan beras



Gambar 2. Beras dipindahkan untuk dikemas

4. Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa dimensi produk yang kami tawarkan adalah beras dengan berat 5kg dan 3kg. Untuk merk jenis grade A terdapat 2 merk yaitu cap Anggur dan cap Bintang dengan harga per kilogram adalah 12.500. Merk jenis grade b adalah cap Kenari dan cap balon dijual dengan harga 12.000 per kilogram. Sedangkan untuk merk jenis grade C adalah cap Naga dan cap Koki dijual dengan harga 11.500 per kilogram. Beras yang kami jual mempunyai kualitas yang sangat bagus serta bebas dari bahan pengawet dan bahan kimia lainnya.

Manfaat yang ditawarkan produk beras kami kepada konsumen adalah untuk pemenuhan kebutuhan pangan setiap harinya dengan sistem *Delivery Free* Ongkir. Mengingat beras adalah kebutuhan pokok yang menjadi bahan dasar pangan di Negara Indonesia ini, sehingga sudah pasti setiap keluarga pasti membutuhkannya.

5. Referensi

[1] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Pearson Education Inc. Upper Saddle River. New Jersey.