

BAB II

MAKARONI HUHHAH YOGYAKARTA

A. Awal Usaha Macaroni Huhhah

Usaha Makaroni Huhhah dimulai dari coba-coba setelah melihat banyaknya pelanggan makaroni di perusahaan yang telah ada sebelumnya. Ide usaha ini memang berangkat dari pandangan owner bahwa ceruk bisnis camilan makaroni masih luas. Owner yakin produk makaroni masih banyak diminati karena harganya termasuk murah dan tidak murahan dari sisi penampilan sehingga cocok dikonsumsi oleh anak muda masa kini.

Produk olahan dalam beberapa rasa, namun dominan rasa pedas, ditawarkan kepada teman-temannya melalui instagram. Ternyata banyak teman yang tertarik untuk memesan. Menurut teman-temannya dari sisi kemasan dan rasa tidak kalah dengan makaroni merek lain. Tanggapan positif dari teman-teman ini menambah motivasi untuk menjadikan produk coba-coba ini ditawarkan secara luas melalui instagram.

Pemilik usaha Makaroni Huhhah ini adalah Johan Arga Pramudya saat usia 29 tahun, mantan pemain sepakbola di PSIM. Saat masih menjadi pemain, dirinya mencoba merintis usaha kuliner. Bisnis kuliner ini dipilih karena menjanjikan keuntungan yang besar. Arga tidak melanjutkan karir di sepakbola, misalnya meniti jalur kepelatihan, karena faktor usia. Johan Arga memilih nama Makaroni HuhHah karena kata HuhHah yang diartikan sebagai orang yang sedang kepedesan, dari situ Johan memilih nama Makaroni HuhHah.



Gambar 5. Arga Pramudya, Owner Makaroni Huhhah tahun 2018
Sumber: @makaronihuhhahjogja

B. Lokasi Usaha

Lokasi usaha ada di beberapa tempat di Yogyakarta. Tempat-tempat usaha tersebut merupakan milik reseller yang merupakan mitra perusahaan, yaitu:

1. Jl. Kapten Piere Tendean No.15, Wirobrajan;
2. Jl Kusumanegara 129.
3. Jln wates km 8,5 Pereng Dawe, Balecatur, Gamping, Sleman, yk (depan pom bensin, selatan jalan).
4. Jl. Cinde Kembang, Klebengan, Yogyakarta.

C. Produk

Produk yang dihasilkan adalah makanan ringan makaroni dengan aneka pilihan rasa, kurang lebih ada 22 rasa, sebagian di antaranya diuraikan di bawah ini:

1. Original. Rasa original merupakan makaroni dengan rasa asli hanya diberi tambahan rasa pedas atau gurih.



Gambar 6. Rasa Original

Rasa original yang masih asli tanpa tambahan rasa pedas.

Sumber:
@makaronihuhhahjogja



Gambar 7. Rasa original dengan tambahan rasa pedas

Sumber:
@makaronihuhhahjogja

2. Barbeque

Makaroni diberi bumbu rasa barbeque yang banyak digunakan sebagai bumbu tabur diberbagai cemilan seperti keripik, dan kentang goreng. Dengan cita rasa yang menggugah selera, membuat rasa bumbu bubuk barbeque sesuai di lidah orang Indonesia.

3. Keju

Makaroni rasa keju memiliki rasa khas gurih dan asin. Variasi rasa keju ini bisa juga ditambah dengan rasa pedas.



Gambar 8. Makaroni Rasa Keju, 2018
Sumber: @makaronihuhhahjogja

4. Balado

Balado adalah rasa masakan khas Minangkabau dengan bumbu yang ditumis seperti cabe giling dengan berbagai rempah, biasanya bawang merah, bawang putih, jeruk nipis. Bumbu instan yang sudah jadi digunakan untuk memberikan rasa balado pada makaroni.

5. Rumput Laut

Makaroni rasa rumput laut dihasilkan dengan cara menaburkan bumbu instan rasa rumput laut ke produk makaroni. Biasanya tetap disertai dengan rasa pedas.



Gambar 9. Makaroni Rasa Rumput Laut, 2018
Sumber: @makaronihuhhahjogja

6. Tomyam

Makaroni rasa Tomyam bercitarasa asam, gurih, pedas. bumbu dan rempah seperti cabai kering, cabai rawit, serai, daun jeruk, dan air perasan jeruk memunculkan cita rasa gurih, asam, segar dengan sedikit gigitan pedas. Rasa ini juga didapat dari bumbu instan rasa tomyan.

7. Sapi panggang

Proses produksi dilakukan di rumah karena makaroni ini merupakan jenis industri rumah tangga. Produksi makaroni diklaim tanpa bahan pengawet dan digoreng dengan minyak goreng kemasan, bukan minyak goreng curah. Menu terdiri dari : makaroni, makaroni spiral, mie lidi, mie kriting, mie bihun, usus, basreng, potato dan makaroni basah. Harga produk tergolong murah yaitu mulai harga Rp 5000 untuk kemasan paling kecil. Adapula dengan kemasan berharga Rp 10 ribu, Rp 15 ribu, Rp 20 ribu, dan Rp 25 ribu. Makaroni Huhhah menggunakan kemasan dengan tanda logo di bawah ini.

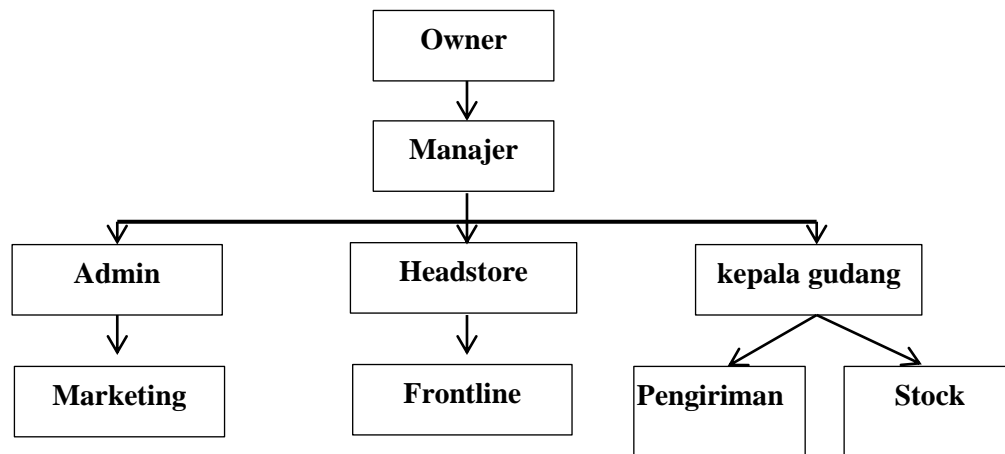


Gambar 10. Logo Makaroni Huhhah, 2018
Sumber: @makaronihuhhahjogja

D. Managemen Pemasaran

Managemen pemasaran menerapkan strategi memperbanyak mitra reseller sebagai mitra usaha. Pihak mitra menyediakan lokasi usaha sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan perusahaan. Selanjutnya, untuk rekrutmen tenaga penjualan dilakukan oleh perusahaan. Jadi perusahaan mitra hanya menyediakan modal untuk menyewa tempat, membayar alat-alat usaha dan membeli produk yang akan dijual kembali. Tetapi tenaga penjualan direkrut oleh perusahaan.

Pengelolaan usaha mengikuti manajemen dengan pembagian tugas yang terstruktur sebagaimana tercermin pada struktur organisasi kerja. Setelah *owner*, ada manajer yang membawahi administrasi, *headstore*, dan kepala gudang. Admin mengkoordinasikan marketing. *Headstore* membawahi *fronline*. *Headstore* ada di tiap cabang. *Headstore* membawahi *fronline*. Kepala gudang membawahi bagian pengiriman dan bagian stok.



Gambar 11. Struktur organisasi kerja Huh Hah
 Sumber: hasil wawancara, diolah, tahun 2018

Keterangan:

1. Manajer bertugas membantu owner dalam mengelola bisnis Huhhah mulai dari mengelola marketing, administrasi, pengiriman dan stok barang.
2. Administrator bertugas mencatat keluar masuk barang, keluar masuk uang, pemesanan dan sebagainya.
3. Headcore bertugas mengurus gerai Huhhah. Headcore bertanggung jawab untuk menjual produk lebih banyak. Dalam hal ini, melayani pembeli.
4. Kepala gudang bertugas untuk memastikan stok barang dan pengiriman barang. jangan sampai stock habis.
5. Pengiriman. yaitu kegiatan pengiriman Huhhah ke alamat konsumen yang dituju. Jika melalui jasa pengiriman paket, Huhhah juga siap untuk mengirim langsung atau melalui JNE.
6. Frontline adalah orang yang ada di garis depan penjualan di masing-masing gerai.

7. Marketing bertugas melakukan survei pasar serta memasarkan produk ke komunitas. Bagian marketing ini dirangkap oleh admin. Selain survei pasar, tugas yang dilakukan yaitu promosi online terutama melalui instagram dengan akun @makaronihuhhahjogja. Admin sering-sering membuka instagram untuk berkomunikasi dengan followers. Admin memposting gambar-gambar produk yang dipromosikan sesuai kebutuhan.
8. Owner: Sebagai pemilik, owner bertugas mengontrol kualitas produk secara keseluruhan, termasuk menangani jasa pengiriman produk yang memesan secara online.

Manajer meminta kepala gudang untuk selalu menjaga stock agar selalu aman tersedia. Makaroni dari berbagai rasa kemudian dikirim ke cabang-cabang oleh bagian pengiriman. Kepala cabang bersama frontline bersama-sama melayani pembelian langsung oleh konsumen. Admin perusahaan dilakukan sendiri oleh owner, sedangkan marketing dilakukan oleh manajer maupun owner.