



ANALISIS BENCHMARKING TOKO ZERO WASTE (STUDI KASUS: RINDANG ZERO WASTE DI PEKANBARU)

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Pada
Jurusan Teknik Industri

Oleh:

ANNISA SELVIA
11352205391



FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
PEKANBARU
2021

© Hak cipta milik UIN SU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS *BENCHMARKING* TOKO ZERO WASTE
(STUDI KASUS: RINDANG ZERO WASTE
DI PEKANBARU)**

TUGAS AKHIR

Oleh:

**ANNISA SELVIA
11352205391**

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan tugas akhir
di Pekanbaru, pada tanggal Januari 2021

Ketua Jurusan

**Fitra Lestari Norhiza, ST., M.Eng., Ph.D
NIP. 19850616 201101 1 016**

Pembimbing

**M. Fa Yola, ST., M.Eng
NIP. 19790623 200004 2 001**



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS *BENCHMARKING* TOKO ZERO WASTE
(STUDI KASUS: RINDANG ZERO WASTE
DI PEKANBARU)**

TUGAS AKHIR

Oleh:

ANNISA SELVIA
11352205391

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau di Pekanbaru, pada tanggal 14 Januari 2021

Pekanbaru, 14 Januari 2021

Mengesahkan,

Ketua Jurusan



Dekan

Dr. Agus Darmawi, M.Ag
NIP. 49660604 199203 1 004

Fitra Lestari Norbiza, ST., M.Eng., Ph.D
NIP. 19850616 201101 1 016

DEWAN PENGUJI:

Ketua : Dr. Rika, S.Si., M.Sc
Sekretaris : Melfa Yola, ST., M.Eng
Anggota I : Isnu Kusumanto, ST., MT
Anggota II : Wresni Anggraini, ST., MM

iii



LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan atas izin penulis dan harus dilakukan mengikut kaedah dan kebiasaan ilmiah serta menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan dapat meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya dengan mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam pada form peminjaman.

© Hak Cipta dan Hak UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan didalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 14 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,

ANNISA SELVIA
11352205391

© Hak Cipta dan Publik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kafur"
(Q.S. Yusuf ayat: 18)

"Maka ingatlah kepada-Ku, Aku pun akan ingat kepadamu. Bersyukurlah kepada-Ku dan janganlah kamu ingkar kepada-Ku".
(Q.S. Al-Baqarah ayat: 152)

"Dan jika kamu menghitung nikmat Allah, niscaya kamu tidak akan mampu menghitungnya. Sungguh, Allah benar-benar Maha Pengampun, Maha Penyayang".
(Q.S. An-Nahl ayat: 18)

"Milik Allah-lah apa yang ada di langit dan di bumi. Sesungguhnya Allah, Dialah Yang Mahakaya, Maha Terpuji. Dan seandainya pohon-pohon di bumi menjadi pena dan lautan (menjadi tinta), ditambahkan kepadanya tujuh lautan (lagi) setelah (keringnya, niscaya tidak akan habis-habisnya (dituliskan) kalimat-kalimat Allah. Sesungguhnya Allah Mahaperkasa, Mahabijaksana".
(Q.S. Luqman ayat: 26-27)

"Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan perbuatan tangan manusia; Allah menghendaki agar mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar)".
(Q.S. Ar-ruum ayat: 41)

Ku persembahkan.....

Kepada kedua orang tuaku, Pa'e Sulari dan Ibu K Khumaiyah yang selalu ada untukku berbagi, mendengar segala keluhan kesahku serta selalu mendoakan anakmu ini dalam meraih impian dan cita-cita serta mendapat Ridhonya...

Pekanbaru, 14 Januari 2021

ANNISA SELVIA

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta milik UIN Suska Riau



ANALISIS *BENCHMARKING* TOKO ZERO WASTE (STUDI KASUS: RINDANG ZERO WASTE DI PEKANBARU)

ANNISA SELVIA
NIM: 11352205391

Tanggal Sidang: 14 Januari 2021

Jurusan Teknik Industri
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. H.R. Soebrantas No. 155 Pekanbaru

ABSTRAK

Rindang Zero Waste merupakan toko yang berkonsep *zero waste* bertujuan untuk menyediakan produk ramah lingkungan sebanyak mungkin, untuk membantu dan mengedukasi orang untuk mengubah gaya hidup yang peduli terhadap lingkungan serta membuat perubahan kecil dan sederhana dalam mengurangi limbah yang dihasilkan. Ketatnya persaingan antar usaha sejenis dengan beraneka ragam produk yang ditawarkan mengharuskan pengelola usaha untuk memanfaatkan peluang yang ada untuk melakukan pengembangan serta menentukan strategi yang dapat diterapkan di masa mendatang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, *benchmarking* dan SWOT. Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang diperlukan dalam pembuatan toko yang berkonsep *zero waste* dan strategi pengembangan toko Rindang Zero Waste guna meningkatkan penjualan. Didapatkan hasil faktor-faktornya meliputi konsep penjualan tanpa jumlah minimum, bahan-bahan organik dan alami, pelanggan disarankan membawa wadah sendiri. Kemudian pengembangan strategi penjualan produk lebih beragam dan bervariasi serta memaksimalkan melalui media online dan marketplace serta dapat melakukan sistem reseller dan waralaba.

Kata Kunci: *Benchmarking, SWOT, Zero Waste*



ZERO WASTE STORE BENCHMARKING ANALYSIS (CASE STUDY: RINDANG ZERO WASTE IN PEKANBARU)

ANNISA SELVIA
NIM: 11352205391

Date of Final Exam: January 14th, 2021

Industrial Engineering Departement
Faculty of Sciences and Technology
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Soebrantas Street No. 155 Pekanbaru

ABSTRACT

Rindang Zero Waste is a shop with zero waste concept aims to provide as many environmentally friendly products as possible, to help and educate people to change lifestyles that care about the environment and make small and simple changes in reducing waste produced. Tight competition between similar businesses with a variety of products offered requires business managers to take advantage of existing opportunities to develop and determine strategies that can be applied in the future. The method used in this research is descriptive method with interview data collection, observation, benchmarking and SWOT techniques. The research aims to identify the factors needed in the creation of stores with zero waste concept and the strategy of developing Rindang Zero Waste stores to increase sales. Obtained the results of the factors include the concept of sales without the minimum amount, organic and natural ingredients, customers are advised to bring their own containers. Then the development of product sales strategy is more diverse and varied and maximize through online media and marketplace and can do reseller and franchise system.

Keywords: *Benchmarking, SWOT, Zero Waste*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarkatuh

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah S.W.T dan bershawat kepada Rasulullah S.A.W sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir dengan judul **“Analisis Benchmarking Toko Zero Waste (Studi Kasus: Rindang Zero Waste di Pekanbaru)”** sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Shalawat dan salam semoga terlimpah kepada Nabi Muhammad S.A.W.

Laporan ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana akademik di Jurusan Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Banyak sekali yang telah penulis peroleh berupa ilmu pengetahuan dan pengalaman selama menempuh pendidikan di Jurusan Teknik Industri. Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan dan ketidaksempurnaan, semoga laporan Tugas Akhir ini dapat berguna bagi semua pihak yang memerlukan.

Selanjutnya dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Suyitno, M.Ag selaku Plt. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Ahmad Darmawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Fitra Lestari Norhiza, ST., M.Eng., Ph.D selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Zarnelly, S.kom., M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Melfa Yola, ST., M.Eng selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berguna saat penulis menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



6. Bapak Ismu Kusumanto, ST., MT dan Ibu Wresni Anggraini, ST., MM selaku dosen penguji yang telah banyak membantu serta menyumbangkan ide-idenya guna untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
 7. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah banyak memberikan masukan dan meluangkan waktu untuk berkonsultasi guna menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
 8. Pihak Toko Rindang Zero Waste, Wanmilkshake&foods dan Rumah Muslimah Pku yang telah dapat meluangkan waktu dan selalu memberikan bantuan dalam pemenuhan pengumpulan data-data yang diperlukan dalam penelitian tugas akhir ini.
 9. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada keluarga besar Pa'e Sulardi dan Ibuk Khumaiyah serta saudara-saudara penulis Mas Fendi, Mbak Luluk, Mbak Nurul yang telah memberkan dukungan materi, moral dan do'a sehingga dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan baik.
 10. Keluarga besar Teknik Industri angkatan 2013 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 11. Teman-teman organisasi tempat penulis pernah aktif dan belajar sosial, Alviani, S.Pt, Forum Ukhuwah Assalam (FU Assalam) FST, Forum Kajian Islam Intensif Asy Syams (FKII Asy Syams) UIN Suska Riau.
 12. Serta kepada semua pihak yang telah memberikan dorongan dan bantuan, penulis hanya dapat mengucapkan terima kasih, semoga bantuan bimbingan dan dukungan yang diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Amin.
- Penulis menyadari dalam penulisan Tugas Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan serta kesalahan, untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menerima segala saran serta kritik yang bersifat membangun, agar lebih baik dimasa yang akan datang.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Harapan penulis, semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi penulis sendiri khususnya, serta memberikan hikmah dan ide bagi pembaca pada umumnya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 14 Januari 2021

Annisa Selvia



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah.....	6
1.6 Posisi Penelitian.....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 <i>Zero Waste</i>	9
2.1.1 Cegah	10
2.1.2 Pilah.....	11
2.1.3 Olah	12
2.2 Toko Minim Sampah (<i>Zero Waste</i>).....	12
2.3 <i>Benchmarking</i>	14

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3.1 Defenisi <i>Benchmarking</i>	15
2.3.2 Konsep <i>Benchmarking</i>	16
2.3.3 Jenis-Jenis <i>Benchmarking</i>	18
2.3.4 Manfaat <i>Benchmarking</i>	22
2.4 Analisis SWOT.....	22
2.4.1 Matrik SWOT	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Kerangka Berfikir	25
3.2 Studi Pendahuluan	26
3.3 Studi Literatur	27
3.4 Identifikasi Masalah	27
3.5 Perumusan Masalah.....	27
3.6 Penetapan Tujuan	27
3.7 Batasan Masalah	28
3.8 Pengumpulan Data.....	28
3.9 Pengolahan Data	28
2.9.1 Langkah-Langkah <i>Benchmarking</i>	29
2.9.2 Analisis SWOT.....	30
3.10 Analisa.....	30
3.11 Kesimpulan dan Saran	30

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data.....	31
4.1.1 Profil Toko Rindang Zero Waste	31
4.1.2 Profil Toko Pembanding	32
4.2 Pengolahan Data	33
4.2.1 Toko Berkonsep <i>Zero Waste</i>	33
4.2.2 Menentukan Kerangka Kinerja Dengan <i>Benchmarking</i>	34
4.2.2.1 Produk	34



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2.2.2 Proses Pelayanan	37
4.2.2.3 Segmentasi Pasar	38
4.2.2.4 Pemasaran/Promosi	38
4.2.3 Analisis SWOT	42
4.2.3.1 Penentuan Faktor Strategi Internal dan Eksternal Toko	42

BAB V ANALISA

5.1 Analisa Pengumpulan Data	51
5.2 Analisa Faktor Pendukung Toko <i>Zero Waste</i>	51
5.3 Analisa <i>Benchmarking</i> Toko Rindang <i>Zero Waste</i>	51
5.4 Analisa SWOT	52

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	56
6.2 Saran	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.8 Toko Rindang Zero Waste.....	3
2.1 Display Bulk Store.....	13
2.2 Langkah-Langkah Belanja di Bulk Store	14
3.1 <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	25
3.2 <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan)	26
4.1 Alur Pembelian pada Toko Rindang Zero Waste	38
4.2 Alur Pemesanan Melalui Shopee.....	39
4.3 Alur Pemesanan Go Food Wanmilkshake&food	39
4.4 Alur Pemesanan Melalui Tokopedia	40

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.9 Posisi Penelitian.....	7
2.1 Langkah-Langlah dalam Pencegahan	10
2.2 Langkah-Langlah dalam Pencegahan (Lanjutan)	11
2.3 Diagram Matrik SWOT	24
4.1 Omset Penjualan	33
4.2 Perbandingan Harga Produk	35
4.3 Keberagaman dan Variasi Produk	36
4.4 Matrik SWOT Rindang Zero Waste	44
4.5 Matrik SWOT Rindang Zero Waste (Lanjutan)	45
4.6 Matrik SWOT Wanmilkshake&food.....	47
4.7 Matrik SWOT Wanmilkshake&food (Lanjutan).....	48
4.8 Matrik SWOT Rumah Muslimah Pku	49
4.9 Matrik SWOT Rumah Muslimah Pku (Lanjutan)	50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
A Price List	A-1
B Jurnal	B-1

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dikatakan bahwa Indonesia merupakan negara terbesar kedua setelah China sebagai penyumbang sampah di dunia. Terutama sampah plastik. Dari segi harga yang murah dan mudah didapatkan, plastik menjadi sampah sekali pakai yang sering terbuang begitu saja setelah digunakan. Ini kemudian menjadi suatu kesadaran bagi sebagian masyarakat untuk mengubah gaya hidup menjadi lebih ramah lingkungan. Dimana gaya hidup yang penuh kesadaran untuk meminimalisir dampak buruk terhadap lingkungan. Salah satu cara mudah yang bisa dilakukan untuk memulai hidup sustainable adalah dengan mengurangi penggunaan plastik sekali pakai dalam keseharian. Langkah ini bisa dilakukan dengan membiasakan membawa tas belanja ketika berbelanja di supermarket maupun di pasar tradisional. Sehingga, implementasi dari zero waste sendiri didasari dengan memahami bahwa seluruh material dan produk yang digunakan adalah sebuah sumber baru dan hanya akan menjadi sampah apabila dirancang dengan buruk sehingga dapat mengakhiri siklus sumber daya berkelanjutan (Zero Waste Network, 2018 dikutip oleh Haliya dkk, 2020).

Zero waste merupakan sebuah konsep gerakan yang mempunyai tujuan secara etis, ekonomis, efisien dan visioner dalam meningkatkan keberlanjutan dan keberlangsungan lingkungan dan sebuah konsep modifikasi penerapan prinsip-prinsip berkelanjutan untuk mendefinisikan ulang limbah serta sampah yang telah diproduksi, dengan pemahaman bahwa limbah adalah produk samping logis dari budaya dan sistem ekonomi yang saat ini hanya diatasi dengan proses pengelolaan linear (Abdullah, 2016 dikutip oleh Haliya dkk, 2020). Salah satu tujuan utama dari konsep *zero waste* adalah konsumsi sumber daya yang berkelanjutan atau *sustainable*. Maksud dari konsumsi berkelanjutan (*sustainable consumption*) adalah mengonsumsi sumber daya dengan efisien dalam rangka meningkatkan kualitas hidup serta mengurangi produksi sampah dan kerusakan lingkungan, bukan mengurangi konsumsi (Jackson, 2005 dikutip oleh Haliya dkk, 2020).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebagian besar konsumen hanya menginginkan suatu produk yang sesuai dengan kebutuhannya akan tetapi tidak memikirkan bagaimana dampaknya bagi lingkungan hidup. Konsumen tidak bersedia membayar lebih mahal untuk produk-produk yang bersifat ramah lingkungan. Oleh karena itu pertumbuhan produk ramah lingkungan dirasa lambat (Nina, 2012 dikutip oleh Putranti, 2016). Dalam penelitian James (2011) dikutip oleh Putranti (2016), Kesadaran masyarakat yang meningkat tentang pentingnya menjaga kelestarian lingkungan hidup membuat banyak produsen dari berbagai macam produk mulai beralih menggunakan bahan-bahan yang tidak merusak lingkungan atau istilah lainnya bahan yang ramah lingkungan. Bahan-bahan yang dimaksud tidak hanya bahan baku produk melainkan juga menyangkut material lainnya seperti kemasan produk, pelabelan, karton pembungkus dan lain sebagainya.

Sesuai dengan data dari SIPSN (sistem informasi pengelolaan sampah nasional) kementerian lingkungan hidup dan kehutanan republik Indonesia periode 2017-2018, adapun persentase timbulan sampah dari sumber sampahnya sendiri yang memiliki persentase tertinggi yaitu timbulan sampah rumah tangga sebesar 47%. Adapun persentase timbulan sampah dari komposisi sampah itu sendiri, yaitu dari sisa makanan dan plastik yang menyumbang paling banyak yakni 33% dan 24%. Sedangkan wilayah Pekanbaru jumlah sampah ditimbun TPA sebanyak 365,23 ton/hari dan sampah yang tidak terkelola sebanyak 379,97 ton/hari.

Menurut sensus BPS Kota Pekanbaru jumlah penduduk Kota Pekanbaru tahun 2018 berjumlah 1.118.875 jiwa dengan volume produksi sampah 492,11 ton/hari. Selain dengan metode pengangkutan, upaya pelayanan pengelolaan persampahan dilaksanakan dengan penanganan sampah skala lingkungan melalui pola 3R (*reduce, reuse, recycle*) atau mengurangi, memanfaatkan kembali dan mendaur ulang sampah. Kegiatan diawali dengan memberikan sosialisasi kepada sekolah-sekolah dan masyarakat serta mengadakan bimbingan teknis dan pemahaman konsep 3R kepada aparat kelurahan dan perwakilan dari masyarakat/LPM yang bertujuan sebagai sarana pembelajaran untuk diaplikasikan di lingkungan pemukiman. Sampai dengan Tahun 2018 mayoritas kecamatan yang menerapkan konsep 3R (*reduce, reuse, recycle*) 3%-5% merupakan inisiatif



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

warga dengan pengolahan mandiri. Konsep 3 R (*reduce, reuse, recycle*) ini juga didasari oleh Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 08 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Sampah. Kebijakan Pemerintah terhadap produsen untuk meminimalkan sampah terdapat pada Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah.

Bisnis-bisnis berbasis ramah lingkungan bermunculan di Indonesia. Mulai dari toko kosmetik seperti *The Bodyshop*, *zero waste shop* seperti Alang-Alang Surabaya, *zero waste* Bali, toko Naked Inc yang ada di Jakarta Selatan hingga toko Rindang *zero waste* yang ada di Pekanbaru yang menjadi tempat penelitian. Bahkan, CNBC Indonesia membuat klaim di konten video Youtube bulan Agustus 2019 bahwa tren toko *zero waste* meningkat. Bisnis produk hijau memiliki potensi untuk *sustainable*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Waskito (2015) dikutip oleh Bahaduri (2020), produk ramah lingkungan meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli karena kontribusi penghargaan masyarakat terhadap produk hijau.



Gambar 1.1 Toko Rindang Zero Waste
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2020)

Tujuan toko yang berkonsep *zero waste* adalah menyediakan produk ramah lingkungan sebanyak mungkin, untuk membantu dan mengedukasi orang untuk mengubah gaya hidup yang peduli terhadap lingkungan serta membuat perubahan kecil dan sederhana dalam mengurangi limbah yang dihasilkan. Juga melalui toko yang berkonsep *zero waste* dan produk ramah lingkungan yang ditawarkan dengan fokus dalam mendukung komunitas lokal, Serta mengurangi plastik dan mengkampanyekan tentang gaya hidup gerakan minim plastik kepada masyarakat. Kendala yang dialami toko yang berkonsep *zero waste* adalah



rendahnya kesadaran masyarakat akan bahayanya penggunaan plastik sekali pakai yang dapat mencemari lingkungan, dan belum familiarnya toko-toko yang berkonsep *zero waste* serta penggunaan plastik sekali pakai yang sangat murah dan mudah didapatkan. Kemudian belum tegasnya sanksi dari pemerintah terkait aturan tentang pelarangan penggunaan kantong plastik.

1.2 Rumusan Masalah

Zero waste merupakan gaya hidup yang digaungkan oleh berbagai komunitas-komunitas baik yang ada di Indonesia maupun luar negeri, akibat dari isu sampah dan lingkungan yang tidak akan ada habisnya untuk dibahas. Adanya toko yang berkonsep *zero waste* karena dapat mengedukasi masyarakat dalam berbelanja tanpa menggunakan kantong plastik sekali pakai. Di Pekanbaru sudah ada beberapa toko yang menerapkan konsep *zero waste*, salah satunya Rindang Zero Waste. Masyarakat pun dapat menerima baik dengan adanya toko ini, peluang pasar terbuka lebar dan toko dapat berkembang apabila suatu toko dapat melihat dengan baik kebutuhan dan keinginan konsumen. Keunggulan toko pesaing juga dapat dijadikan acuan untuk pengembangan suatu toko. Di luar negeri, sudah banyak manajemen perusahaan yang menggunakan cara ini untuk mengembangkan dan memperbaiki kinerja perusahaannya. Cara ini dianggap efektif dan banyak perusahaan yang telah berhasil dalam memperbaiki kinerja perusahaannya. Oleh sebab itu, metode yang disebut dengan *benchmarking* ini diterapkan pada Rindang Zero Waste untuk pengembangan dan menciptakan kinerja toko yang lebih baik lagi. Pengembangan bisnis ini dilakukan mengingat Rindang Zero Waste merupakan pendatang baru di bidang penyediaan bahan pokok untuk pangan sehat yang ramah lingkungan di Pekanbaru. Toko yang berlokasi di jalan Rindang nomor 21, Tangkerang Selatan, Kota Pekanbaru ini didirikan pada tanggal 10 April 2020.

Produk-produk yang ada di Rindang Zero Waste selain di toko juga ditawarkan melalui media sosial Instagram. Pembelian dapat langsung dilakukan di toko dan juga dapat melalui link yang disediakan pada bio Instagram. Promosi yang dilakukan dengan cara minimal berbelanja 300 ribu rupiah dapat *free goodie*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



bag dan 200 ribu rupiah *free* ongkir. Cara ini dilakukan untuk menarik pelanggan agar dapat berbelanja di toko tersebut. Namun dalam penerapannya masih belum mencapai target yang diinginkan. Oleh sebab itu, manajemen toko harus memutuskan alternatif strategi yang terbaik untuk melakukan pengembangan usahanya. Kesuksesan dalam menjalankan bisnis toko yang ramah lingkungan tidak hanya berasal dari kualitas produk tetapi juga masifnya dalam mempromosikan.

Toko Wanmilkshake&foods dan Rumah Muslimah Pku dipilih sebagai toko pembanding, karena dalam beberapa hal memiliki keunggulan baik dari segi promosi maupun produknya yang memiliki pangsa pasar yang relatif sama. Konsumen yang berbelanja ditoko Wanmilkshake&foods dan Rumah Muslimah Pku ini beragam, baik dari lingkungan sekitar maupun dari luar. Segmen pasar untuk toko ini yaitu untuk golongan ekonomi menengah keatas, namun ada juga beberapa produk untuk semua kalangan masyarakat. *Benchmarking* dilakukan oleh Rindang Zero Waste dalam empat aspek, yaitu produk, pelayanan, segmentasi pasar dan pemasaran/promosi.

Produk yang dihasilkan dari toko Wanmilkshake&foods dan Rumah Muslimah Pku diperoleh dari supplier, mitra dan petani langsung. Kemudian dari pihak Wanmilkshake&foods dan Rumah Muslimah Pku sendiri yang mengemas ulang. Toko ini sistem manajemennya dikerjakan sendiri oleh pemiliknya. Produk-produk yang dijualnya juga beragam tidak jauh beda dengan yang dijual oleh Rindang Zero Waste. Rindang Zero Waste sendiri menjual produk-produk mulai dari yang digunakan untuk kehidupan sehari seperti sabun, makanan ringan, produk sehat, kebutuhan dapur, dan lain sebagainya. Namun demikian, macam-macam produk tersebut memiliki masing-masing cara pengemasan yang berbeda. Penelitian ini diharapkan dapat membantu Rindang Zero Waste sebagai pelaku *benchmarking* dalam meningkatkan kinerja perusahaan dengan tetap mempertahankan kinerja unggul yang sudah ada. Dengan demikian perusahaan dapat menghadapi para pesaing terutama pesaing dalam industri yang sejenis dan dapat memperluas pangsa pasar walaupun Rindang Zero Waste masih relatif baru berdiri di Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Dengan demikian rumusan yang dapat dilakukan adalah bagaimana strategi pengembangan toko Rindang Zero Waste dalam meningkatkan penjualan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang diperlukan untuk membuat toko *zero waste*.
2. Analisa *benchmarking* toko *zero waste* untuk pengembangan dalam meningkatkan penjualan Rindang Zero Waste

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi pihak toko sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan dan menentukan strategi pemasaran yang paling tepat.
2. Bagi peneliti agar dapat menambah pengetahuan dan sebagai media dalam menerapkan ilmu riset pemasaran.
3. Bagi pihak lain yang membutuhkan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya atau kegiatan lain yang bersangkutan.

1.5 Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak meluas pada permasalahan lainnya dan penelitian tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Adapun batasan masalah pada penelitian ini meliputi penelitian hanya dilakukan pada toko Rindang Zero Waste yang berada di jalan Rindang dan *benchmarking* yang dilakukan hanya pada *Wan milkshake&foods* yang berada di jalan Delima dan Rumah Muslimah Pku di jalan Purwodadi Ujung.

1.6 Posisi Penelitian

Agar dalam hal ini tidak terjadi penyimpangan penelitian, maka perlu ditetapkan posisi penelitian. Berikut adalah tampilan posisi penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Sat@Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Tabel 1.1 Posisi Penelitian

No	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Tujuan	Metode
1	Zulka Afiffey (2008)	Analisis <i>Benchmarking</i> Bisnis Kompetitif Steak (Studi Kasus Obonk <i>Steak and Ribs</i> di Bogor, Jawa Barat).	Menganalisis kunci sukses pengembangan bisnis Obonk <i>Steak and Ribs</i> , Bogor dalam menghadapi pesaing-pesaing sesama steak.	<i>Benchmarking</i> dan <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)
2	Juwita Rahma Putri (2020)	Analisis <i>Benchmarking</i> Posisi <i>Franchise Coffee Shop X</i> Terhadap <i>Franchise Coffee Shop Y</i> di Jatinangor	Untuk melihat posisi <i>coffee shop X</i> Jatinangor terhadap pembanding <i>coffee shop Y</i> Jatinangor yang dijadikan acuan berdasarkan penilaian konsumen	<i>Benchmarking</i> dan <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)
3	Annisa Selvia (2020)	Analisis <i>Benchmarking</i> Toko Zero Waste (Studi Kasus: Rindang Zero Waste di Pekanbaru)	Menganalisis kunci sukses strategi pengembangan toko Rindang Zero Waste dalam menghadapi pesaing toko sejenis	<i>Benchmarking</i> dan SWOT

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1.7 Sistematika Penulisan

© Sistematika Penulisan dapat dilihat sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, posisi penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian serta teori pendukung dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisikan penjelasan secara sistematis langkah-langkah pembahasan yang digunakan dalam proses penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan tentang data-data yang diperoleh dilapangan yang digunakan untuk diolah sesuai dengan masalah yang sedang diteliti. Sedangkan pengolahan data berisikan tentang proses perubahan data mentah menjadi suatu hasil yang bisa dipahami sehingga membantu didalam menganalisa.

BAB V ANALISA

Analisa dari hasil pengolahan data yang dilakukan berdasarkan teori yang digunakan.

BAB VI PENUTUP

Menyimpulkan dan menjawab apa yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian, serta memberikan saran-saran sebagai langkah untuk menyelesaikan masalah yang ada kepada peneliti berikutnya, sesuai dengan hasil penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Zero Waste

Zero waste adalah salah satu langkah untuk dapat mengurangi sampah yang hanya bisa dipindah tempatkan seperti saat ini, gaya hidup *zero waste* ini sebenarnya sudah sejak dahulu di gaungkan. Konsep *zero waste* ini menawarkan tujuan yang etis, efisien, ekonomis dan visioner untuk mendorong masyarakat dalam mengubah gaya hidup yang sudah menjadi rutinitas yang tidak terelakkan. Konsep ini mengajak masyarakat untuk bisa meniru siklus hidup alam yang berkelanjutan, dimana semua bahan terbuang bisa digunakan sebagai sumber daya bagi kebutuhan yang lainnya, kemudian juga sebagai bahan evaluasi untuk gaya hidup kita semua dan melihat bagaimana sesuatu yang kita konsumsi bisa berdampak negatif terhadap lingkungan. Kenyamanan yang berbentuk dengan produk murah, material yang tidak bisa didaur ulang merusak kesehatan planet kita dan berkembangnya manusia dan spesies hewan di seluruh dunia. Menerapkan *zero waste* dalam kehidupan sehari-hari akan menuntut kita untuk lebih bisa dalam menerapkan konsep *refuse, reduce, reuse, recycle* dan *rot* yang bahkan konsep ini sudah sejak lama digaungkan. *Zero waste* bukanlah tujuan, tapi proses. Belajar *zero waste* mengembalikan kita pada kebiasaan lama yang sudah ditinggalkan, seperti kebiasaan memasak sendiri, membawa tas sendiri ke pasar tradisional, membungkus makanan dengan daun pisang atau bahan alami lainnya, makan buah dan sayur, serta membawa bekal sendiri. Sebenarnya kesemuanya adalah kebiasaan lama (Wardhani, 2018). Seperti halnya Nirmala, 2017 mengatakan bahwa *zero waste is not a trend, it's a return to culture*.

Wardhani, 2018 mengatakan bahwa menuju *zero waste* bukan menjadikan kita malaikat, namun menjadikan kita manusia yang peduli dan bertanggungjawab. Bea Johnson yang memulai gerakan dahulu dengan menamakannya *zero waste home* dan mempopulerkan gerakan 5R (*refuse, reduce, reuse, recycle* dan *rot*) atau 5M (menolak, mengurangi, menggunakan kembali, mendaur ulang dan membusukkan) namun oleh Wardhani, 2018 dalam bukunya menuju rumah minim sampah menjadikan 5R tersebut lebih sederhana supaya



lebih memudahkan untuk meningkatnya yakni cegah, pilah dan olah.

2.1.1 Cegah

Adapun langkah-langkah dalam pencegahan supaya sampah yang akan dikonsumsi dapat

Tabel 2.1 Langkah-langkah dalam pencegahan

Sisa Konsumsi	Alternatif Langkah	Cakupan Strategi
Kantong kresek, sedotan minuman botol, tisu	Tolak. Ganti kantong kresek dengan kantong belanja, seperti jaring atau <i>totebag</i> .	Cegah
Botol dan wadah plastik sekali pakai	Ganti dengan botol dan wadah isi ulang. Wadah sekali pakai yang terlanjur ada didaur ulang, disumbangkan ke pemulung atau bank sampah.	Cegah Pilah
Kemasan sabun, sampo, detergen	Beli kemasan besar. Alihkan ke sabun ramah lingkungan. Buat sabun alami.	Cegah

Sumber: Wardhani, 2018

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Tabel 2.2 Langkah-langkah dalam pencegahan (Lanjutan)

Sisa Konsumsi	Alternatif Langkah	Cakupan Strategi
Bahan organik (sisa sayur dan buah)	Membuat perencanaan. Ambil sesuai kemampuan. Sebisa mungkin jangan terbuang. Pisahkan tersendiri. Buat kompos.	Cegah Pilah dan Olah
Kemasan <i>tetrapack</i>	Kurangi karena kemasan ini memiliki 2 layer, jarang diterima bank sampah. Kirim ke bank sampah atau <i>tetrapack dropzone</i> .	Pilah
Baterai dan peralatan elektronik	Ganti ke baterai <i>rechargeable</i> . Kirim ke bank sampah atau <i>ewaste dropzone</i> .	Pilah

Sumber: Wardhani, 2018

2.1.2 Pilah

Bahan anorganik terbesar dalam rumah tangga itu adalah plastik. Oleh sebab itu ada baiknya sebelum memilah, kita terlebih dahulu harus mengetahui berbagai macam-macam jenis sampahnya. Jika daur ulang campuran seperti botol (plastik/gelas), kaleng, kaca dan tetrapak (kotak susu dan jus). Ketika memilah kertas dan kardus, maka usahakan dalam keadaan kering dan bersih dari sisa makanan. Setelah semua pilah memilah sampah selesai, jika ada sampah yang bisa disalurkan ke bank sampah maka salurkanlah ke sana.

Mengonsumsi sebuah produk dalam kemasan sekali pakai, kita butuh mengkonsumsinya hanya beberapa menit saja. Kita akan beranggapan kemasan sekali pakai tersebut dapat didaur ulang dengan mudah dan cepat, namun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



sesungguhnya tidak semudah itu. Butuh berbulan-bulan untuk mengolah dan mendaur ulang kemasan sekali pakai tersebut. Dalam mendaur ulang akan sangat dibutuhkan yang namanya energi. Setiap kali didaur ulang, suatu kemasan akan mengalami penurunan kualitas. Sisa konsumsi ini mengantri sangat lama untuk diolah menjadi biji plastik. Proses yang sangat lama inilah yang dihadapi berbagai bank sampah yang ada disekitar lingkungan kita. Kecepatan konsumsi tidak pernah sebanding dengan kecepatan daur ulang apalagi penguraian.

2.1.3 Olah

Mengolah sampah akan sangat sulit jika dalam memilah dan mengolah sampah sudah menjadi satu, jika sudah tercampur maka akan sulit untuk diolah karena kecepatan dan proses penguraiannya berbeda. Hulu dari mengolah sampah itu ada pada rumah itu sendiri. Jika setiap hari rumah tangga menghasilkan 1 bascom sisa organik dan semuanya tercampur dengan sisa anorganik. Setelah itu, diikat dalam kresek lalu dibuang ke tempat sampah yang biasanya terletak didepan rumah. Kemudian sampah diangkut oleh petugas dan masalah selesai. Tidak seperti itu, sampah tersebut hanya berpindah tempat saja, tetapi tidak lenyap sampai waktu yang sangat lama. Tercampurnya sampah adalah salah satu pangkal masalah persampahan di Indonesia selain daripada ketidakmampuan dalam menolak plastik. Beberapa hal yang bisa dilakukan dalam mengolah diantaranya adalah:

1. Sampah makanan (*food waste*), salah satu penyumbang terbesar sampah adalah sampah sisa makanan. Sampah sisa makanan dari sisa konsumsi menjadi salah satu masalah di Indonesia.
2. Mengolah sampah organik dengan berbagai cara, yakni komposter dan lubang resapan biopori. membuat kompos adalah upaya mengembalikan sisa konsumsi pada tanah untuk menutrisi bumi.

2.2 Toko Minim Sampah (*Zero Waste*)

Minim sampah adalah adalah proses, bukan semata tujuan akhir. Untuk itu, perlu secara perlahan, bertahap dan bertujuan mencapainya. *Zero waste* merupakan gaya hidup positif yang meminimalkan penggunaan bahan yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

©Hak Cipta dilindungi UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mencemari lingkungan dan menolak pemakaian bahan sekali pakai dalam kehidupan sehari-hari. *Zero waste* berisi prinsip yang dijadikan sebagai gaya hidup untuk memperpanjang siklus hidup sumber daya sehingga menjadi produk yang dapat dipakai kembali. *Zero waste* juga menjauhi *single-use plastic* atau plastik yang hanya sekali pakai. Tujuannya agar sampah yang sulit terurai tidak dikirim ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA) (Wardhani, 2018).



Gambar 2.1 Display Bulk Store
(Sumber: Wardhani, 2020)

Menjalankan toko yang minim plastik selain menjadikan pelaku bisnis juga dapat memberikan edukasi serta berkampanye untuk masyarakat. Display seperti pada gambar diatas juga akan membantu untuk memberikan informasi kepada masyarakat jika ingin berbelanja di toko yang berkonsep minim plastik (*zero waste*).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2.2 Langkah-Langkah Belanja di Bulk Store
(Sumber: Wardhani, 2020)

Terlihat bahwasannya dalam berbelanja pada toko yang berkonsep *zero waste* konsumen dapat diberi kebebasan dalam menentukan kuantitas produk yang mereka beli. Dikarenakan konsep bulk store tidak menetapkan batas minimum untuk produk yang dijual karena dihitung persatuan berat (gram) dan volume (liter). Sehingga konsumen pun tidak perlu pusing dalam pembelian yang mengakibatkan jadi *waste*.

2.3 Benchmarking

Dalam kaitan dengan peningkatan kinerja, terdapat suatu alat manajemen yang marak pada tahun 1990-an dan makin banyak diterapkan dalam dunia bisnis, yaitu *Benchmarking*. *Benchmarking* merupakan proses alamiah dari berbagai konsep seperti analisis pesaing dan pasar, program peningkatan mutu, dan penilaian kinerja. Peran *benchmarking* sendiri dilihat dalam hubungannya dengan



organisasi yang secara terus-menerus memperhatikan dirinya sendiri, menganalisis kinerja dan proses-proses internal organisasi, dan secara berkesinambungan menerapkan perbaikan (Bendell et al et al, 1996). APQC (*American Productivity Quality Center*) mendefinisikan *benchmarking* sebagai proses mengidentifikasi, mempelajari, dan mengadaptasi praktik-praktik dan proses terbaik dari organisasi manapun, dimanapun, yang dapat membantu organisasi memperbaiki kinerja. Dari definisi tersebut secara garis besar dapat disimpulkan bahwa *benchmarking* merupakan suatu metode untuk mengembangkan organisasi dengan menjadikan organisasi lain yang lebih baik sebagai acuan dan menyesuaikannya dengan kondisi organisasi.

2.3.1 Definisi *Benchmarking*

Kamus Webster memberikan definisi *bench mark* (dua kata) sebagai "titik rujukan untuk pembuatan ukuran". Dalam perspektif bisnis, definisi yang lebih disukai adalah definisi yang digunakan oleh Inc Corning, *benchmarking* (satu kata) sebagai "proses untuk menemukan komponen pembeda yang kuat dari produk, jasa, atau fungsi terhadap (perusahaan-perusahaan) terbaik di pasaran" (Kusnoto, 2000 dikutip oleh Putri, 2008). *Benchmarking* adalah proses yang memungkinkan diperoleh perbandingan input, proses, atau output antar (atau bagian dari lembaga) atau di dalam suatu lembaga. UNESCO mendefinisikan *benchmarking* sebagai suatu metode baku untuk menghimpun dan melaporkan data pelaksanaan penting yang memungkinkan terjadinya perbandingan kinerja diantara organisasi atau program yang berbeda, yang biasanya digunakan untuk membangun praktik baik, mendiagnosis masalah kinerja, dan mengidentifikasi kekuatan (Watson, 1996 dikutip oleh Putri, 2008). Definisi lain *benchmarking* yaitu proses mengukur proses internal organisasi kemudian mengidentifikasi, memahami, dan mengadaptasi praktik-praktik terbaik dari organisasi lain yang merupakan organisasi terbaik dalam industrinya.

Benchmarking mengumpulkan informasi-informasi eksplisit yang kadang terlewatkan seperti pertimbangan-pertimbangan serta kemungkinan-kemungkinan yang baik bagi organisasi (APQC, 2008 dikutip oleh Putri, 2008). *Benchmarking*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



merupakan metode untuk memantapkan strategi yang ditempuh melalui kajian atas praktek-praktek mengenai strategi, proses bisnis, dan sistem-sistem yang dikembangkan perusahaan kelas dunia. Hal ini merupakan kunci bagi perusahaan-perusahaan yang tetap ingin *survive*, berkembang, serta berkibar di masa depan. Definisi *benchmarking* bagi organisasi belajar dianalogikan dengan individu yang mempelajari hal-hal baru, organisasi yang menyalurkan dan mendistribusikan pengetahuannya di lingkungannya disarankan untuk menggunakan definisi *benchmarking* sebagai memutuskan apa yang penting, memahami bagaimana melakukannya, dan bagaimana sebaiknya melaksanakannya, serta menerapkan apa yang telah dipelajari guna terus-menerus meningkatkan kualitas yang lebih baik daripada sebelumnya. (Kusnoto, 2000 dikutip oleh Putri, 2008).

Peran *benchmarking* sebenarnya harus dilihat dalam hubungannya dengan organisasi yang secara terus-menerus memperhatikan dirinya sendiri, menganalisis kinerja dan proses-proses internal organisasi, dan secara berkesinambungan menerapkan perbaikan (Bendell *et al*, 1996 dikutip oleh Putri, 2008). Tom Hinton dan Schaefer dalam Kusnoto mengatakan bahwa *benchmarking* diperlukan untuk menyempurnakan strategi manajemen perubahan yang berfokus pada pelanggan, yang meliputi aspek-aspek strategi korporat, organisasi, dan operasional. (Soedjono, 1994 dikutip oleh Afiffey, 2008) menyatakan bahwa *benchmarking* adalah suatu alat manajemen yang dipakai dengan maksud untuk menganalisa apa, mengapa dan seberapa hebatnya pesaing atau organisasi yang terbaik dalam melakukan tata cara bisnisnya dengan fokus kepada kepuasan pelanggan dan juga merupakan suatu usaha untuk memperbaiki diri secara terus-menerus agar menjadi kompetitif dan terbaik di tingkat dunia. Proses *benchmarking* adalah kunci menuju perbaikan kinerja perusahaan.

2.3.2 Konsep *Benchmarking*

Pelaksanaan metode *benchmarking* diperlukan dua pihak, yaitu (1) Pihak Pelaku *benchmarking* yaitu organisasi atau perusahaan yang ingin mengembangkan bagian-bagian dari usahanya menjadi lebih baik; (2) Pihak mitra *benchmarking* yaitu organisasi atau perusahaan yang terbaik yang dijadikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



contoh (acuan) bagi organisasi atau perusahaan pelaku *benchmarking*. Sebagai pihak pelaku *benchmarking* menganalisis diri sendiri adalah langkah awal terpenting guna memperoleh efektivitas *benchmarking*. Salah satu aturan fundamental *benchmarking* adalah mengetahui proses, produk, dan pelayanan dalam perusahaan sendiri, sebelum memahami hal-hal yang sama pada perusahaan lain yang akan di-*benchmark*. Hal ini dianggap penting mengingat melalui pemahaman terhadap situasi internal, kita dapat merealisasi peningkatan kualitas. Tanpa pemahaman akurat mengenai situasi internal, akan sulit mengetahui kesenjangan potensial yang ada antara aktivitas dan hasil di perusahaan kita dengan perusahaan lain. Analisis yang akurat mengenai situasi internal merupakan kunci untuk melakukan perbaikan melalui *benchmarking*. Mitra *benchmarking* adalah organisasi yang menyediakan informasi yang berkaitan dengan praktek *benchmarking*. Menemukan mitra *benchmarking* dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu melalui:

- Penelitian literatur
- Mencari informasi dari asosiasi perdagangan dan profesional
- Melakukan konsultasi dengan konsultan
- Mengadakan diskusi dengan pemegang saham
- Informasi dari pemasok utama mesin-mesin, teknologi proses, dan bahan baku
- Mendengar pendapat dan keluhan pelanggan-pelanggan utama

Pemilihan mitra *benchmarking* penting untuk menetapkan proses-proses yang dapat dibandingkan dan potensial bagi perubahan lompatan kuantum. Salah satu hal yang dilakukan untuk menemukan perusahaan-perusahaan yang telah melakukan praktek terbaik, yang akan dijadikan mitra *benchmarking* adalah menghubungi mereka. Kemudian menjelaskan tujuan, misalnya untuk mengkaji proses-proses yang dilakukan dalam perusahaan tersebut guna memperbaiki proses yang ada di perusahaan kita. Kunjungan lapangan penting untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai sistem dan proses-proses praktek terbaik yang digunakan perusahaan-perusahaan tersebut. Selanjutnya melakukan *benchmarking* berdasarkan data kinerja perusahaan sendiri dan mitra *benchmarking* guna memperbaiki sistem dan proses-proses di perusahaan kita

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



(Kusnoto, 2000 dikutip oleh Putri, 2008).

Sejumlah persyaratan untuk memilih mitra-mitra *benchmarking* harus ditetapkan, berdasarkan sasaran *benchmarking*, atau untuk menentukan tingkat relevansi yang mungkin dimiliki perusahaan mana pun sebagai mitra *benchmarking* potensial. Kriteria seleksi digunakan untuk menentukan "lingkungan belajar" yang tepat bagi perusahaan yang akan melakukan *benchmarking*. Memilih mitra *benchmarking* yang tidak cocok dapat mengakibatkan implementasi yang tidak efektif dari faktor-faktor kritis keberhasilan sukses yang ditemukan selama *benchmarking*. Daftar berikut menawarkan seperangkat kondisi yang dapat dipertimbangkan dalam pembentukan seperangkat kriteria spesifik untuk studi *benchmarking*:

- a. tipe bisnis
- b. budaya perusahaan
- c. struktur organisasi
- d. profil karyawan (meliputi tim kerja dan pemberdayaan)
- e. demografi perusahaan (ukuran, stabilitas, dan reputasi *merk*)
- f. ukuran atau kerumitan produk
- g. teknologi produk
- h. teknologi proses
- i. saluran-saluran distribusi
- j. pendekatan dan volume produksi
- k. gaya pembuatan keputusan pihak manajemen

Kriteria-kriteria ini memberikan basis yang lebih rasional dan lengkap untuk memilih perusahaan-perusahaan mitra *benchmarking*, dan membantu mencegah agar pertimbangan-pertimbangan emosional tidak terlalu mempengaruhi pemilihan perusahaan sasaran terbaik dalam *benchmarking* (Watson, 1996 dikutip oleh Putri, 2008).

2.3.3 Jenis-Jenis *Benchmarking*

Memutuskan siapa yang akan dijadikan pembanding dalam *benchmarking* tergantung pada subyek yang dipilih untuk melakukan *benchmarking*, sumberdaya



yang mungkin tersedia, dan tantangan organisasi yang telah siap untuk dihadapi.

Secara umum, sering kali terlihat ada empat jenis *benchmarking* yang berbeda, masing-masing pendekatan memiliki keuntungan dan kerugiannya sendiri (Bendell *et al*, 1996 dan Kusnoto, 2000 dikutip oleh Putri, 2008).

1. *Benchmarking* internal

Benchmarking internal melakukan pembuatan perbandingan-perbandingan dengan berbagai bagian lain di dalam organisasi yang sama. *Benchmarking* ini dapat dilakukan terhadap bagian lain, lokasi lain, atau perusahaan-perusahaan besar yang memiliki unit-unit bisnis yang berbeda. Salah satu unit tersebut dapat menjadi mitra *benchmarking* bagi unit lainnya. misalnya, seperti yang dilakukan Hewlett-Packard (HP) yang membandingkan divisi produksi berkapasitas tinggi di HP yang berada di San Diego, Greeley, Roseville, Vancouver, Loveland, Boise, dan Cupertino. Tujuan *benchmarking* internal adalah untuk mengidentifikasi standar-standar kinerja internal dalam organisasi. Keuntungan *benchmarking* internal adalah:

- a. Mendorong adanya urun rembug informasi dan menciptakan proses komunikasi yang terbuka
- b. Perusahaan dapat memperoleh keuntungan segera melalui identifikasi praktek terbaik dan mentransfernya ke bagian-bagian lain dalam organisasi
- c. Memberikan perusahaan pengalaman praktek terbaik sebelum melakukan *benchmarking* eksternal
- d. Relatif mudah memperoleh semua informasi yang diperlukan

Kerugian *benchmarking* internal adalah semakin menguatnya pandangan internal yang mengabaikan perusahaan-perusahaan lain yang sebenarnya memiliki keunggulan di atas perusahaan tersebut dan tidak menghasilkan usaha perbaikan sebaik *benchmarking* kompetitif.

2. *Benchmarking* kompetitif

Benchmarking kompetitif dilakukan terhadap para pesaing langsung dalam pasar yang sama. Misalnya, Coca-Cola melakukan *benchmarking* terhadap Pepsi, Apple terhadap IBM, atau General Motor terhadap Ford. Tujuannya adalah membandingkan cara-cara yang dilakukan perusahaan-perusahaan sejenis dalam



pasar yang sama yang memiliki produk atau pelayanan lebih kompetitif, dan mengidentifikasi bagaimana cara menyainginya dengan cara yang sama atau lebih baik. Keuntungan *benchmarking* kompetitif adalah dalam waktu bersamaan, suatu perusahaan dapat melihat bagaimana para pesaing mereka melakukan sesuatu sekaligus mengukur kinerjanya. Sedangkan kerugiannya adalah hal ini sangat sulit dilakukan, terutama dalam memperoleh informasi detail yang dibutuhkan tanpa melakukan spionase industri, praktek curang lainnya, atau melanggar peraturan perdagangan.

3. *Benchmarking* fungsional atau industri

Benchmarking fungsional atau industri melakukan perbandingan-perbandingan dengan berbagai organisasi yang biasanya tidak bersaing namun mempunyai persamaan kegiatan fungsi yang sama, seperti dalam bidang manufaktur, atau dalam fungsi tertentu yang dianggap memiliki keunggulan, misalnya manajemen SDM. *Benchmarking* dalam industri yang sama juga dapat dilakukan terhadap produk atau pelayanan tidak dalam pasar yang sama. Misalnya, perusahaan sepeda motor melakukan *benchmarking* terhadap industri mobil, atau seperti yang dilakukan Hewlett Packard terhadap Xerox dalam mengembangkan manajemen bisnis pemasok tepat. Keuntungan besar yang diperoleh dari tipe *benchmarking* ini adalah lebih mudah dapat memperoleh mitra untuk di-*benchmark*. Informasi yang diperoleh dari perusahaan mitra *benchmarking* tidak akan lari ke perusahaan lain yang memintanya untuk dijadikan mitra *benchmarking*. Sedangkan kerugiannya adalah dari segi biaya. Di samping itu, perusahaan yang terkenal menjadi mitra *benchmarking* merasa dieksploitasi, dan mungkin akses untuk masuk agak dibatasi.

4. *Benchmarking* generik atau proses

Benchmarking generik atau proses selangkah lebih maju dan memungkinkan perbandingan proses-proses bisnis yang berlaku pada berbagai fungsi dan di dalam industri yang benar-benar berbeda. Contohnya adalah perbandingan cara penggudangan yang efisien pada perusahaan Xerox (mesin fotokopi) dengan L.L Bean (Perusahaan yang memproduksi alat-alat memancing). Hasil *benchmarking* ini dipergunakan perusahaan yang menjalankan proyek

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



benchmarking untuk memperbaiki fungsi-fungsi dan proses-proses yang berlaku dalam organisasi. Misalnya, fungsi SDM diubah menjadi proses rekrutmen, pelatihan, dan hubungan industrial. Demikian pula fungsi manajemen klaim di perusahaan asuransi dapat dibongkar menjadi proses pembuatan klaim, investigasi, dan penilaian. Suatu perusahaan tidak harus melakukan *benchmarking* terhadap seluruh proses dalam organisasi serupa atau bahkan dalam industri yang mirip dengan industrinya. Yang perlu dipertimbangkan adalah memfokuskan pada proses-proses yang unggul saja, ketimbang pada praktek-praktek lainnya. Keuntungan melakukan *benchmarking* adalah sering ditemukannya ide-ide untuk melakukan terobosan guna melakukan perubahan, sehingga sangat potensial bagi pengungkapan praktek-praktek terbaik. Kerugiannya adalah pelaksanaannya sangat sulit. Membutuhkan persiapan yang teliti, keterbukaan pikiran, penerapan yang kreatif, dan tentu saja komitmen dari manajemen senior. Selain itu biaya yang dibutuhkan sangat besar, waktu pelaksanaan yang lama, dan upaya mental dan fisik yang cukup berat. Namun demikian banyak perusahaan merasa yakin pengeluaran tersebut sangat berarti bagi penciptaan kualitas dan peningkatan kinerja perusahaan. Suatu hal yang perlu dipersiapkan perusahaan dalam melakukan *benchmarking* adalah database, dimana seluruh informasi yang ditemukan disimpan dan diolah. Di samping itu perusahaan juga perlu mempersiapkan respon (jawaban) atas daftar pertanyaan yang dibutuhkan dalam menyusun laporan tentang kinerja berdasarkan database secara keseluruhan, dengan bantuan informasi yang diperlukan untuk mengukurnya (Putri, 2008).

Kesulitan melakukan praktek *benchmarking* yang berfokus pada proses bisnis biasanya terletak pada penyusunan pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner. Setiap pertanyaan harus mampu menggambarkan secara detail bagaimana perusahaan melaksanakan proses tersebut pada saat ini sebagai bahan untuk dibandingkan dengan mitra *benchmarking* yang telah dipilih khusus. Di samping itu, perusahaan perlu memutuskan ruang lingkup proses yang perlu ditingkatkan menjadi praktek terbaik (Putri, 2008).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2.3.4 Manfaat *Benchmarking*

Banyak keuntungan yang diperoleh dari praktek *Benchmarking* terhadap peningkatan kualitas, baik pelayanan jasa seperti pengiriman, atau pada manufaktur dalam hal pengurangan waktu, pengurangan produksi, penyimpanan, dan distribusi. Tetapi, sebagaimana perubahan lainnya, *benchmarking* hanya dapat bermanfaat jika dilakukan dengan tujuan yang jelas. Secara umum, praktek *benchmarking* bertujuan untuk meningkatkan kualitas secara berkesinambungan, terutama dalam hal pengurangan biaya, peningkatan kecepatan proses produksi, atau pelayanan. Secara lengkap, manfaat praktek *benchmarking* adalah :

1. Meningkatkan pemahaman mengenai sistem dan praktek bisnis
2. Menetapkan faktor-faktor kunci keberhasilan dan ukuran-ukuran yang benar mengenai pengukuran produktivitas
3. Mengeluarkan ide-ide baru yang dibutuhkan untuk memimpin organisasi guna meningkatkan kualitas secara berkesinambungan atau melakukan terobosan-terobosan perubahan
4. Meningkatkan pemahaman dan memenuhi kebutuhan pelanggan
5. Meningkatkan pemahaman atas kondisi eksternal yang mengarah pada penetapan tujuan-tujuan yang lebih relevan
6. Menjadi lebih kompetitif di pasar global
7. Menjadi lebih sadar mengenai praktek terbaik dalam manajemen
8. Meningkatkan semangat untuk melakukan perubahan

2.4 Analisis SWOT

Fahmi (2014) dikutip oleh Asmawati (2018) mendefinisikan bahwa SWOT adalah singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman), dimana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi *profit* dan *non profit* dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif. Menurut (David Freed. R, 2009 dikutip oleh Asmawati, 2018) analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan yaitu faktor internal dan faktor

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



eksternal perusahaan. Kekuatan (*strengths*) adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kelemahan (*weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Peluang (*opportunity*) adalah bagian dari analisis lingkungan eksternal perusahaan yang membantu manajemen dalam mencari dan mengetahui apa saja yang menjadi peluang dan kesempatan bagi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya sehingga perusahaan tersebut dapat meraih pangsa pasar dan keuntungan yang lebih besar. Ancaman (*threats*) adalah bagian dari analisis lingkungan eksternal perusahaan yang membantu manajemen untuk mengetahui tantangan yang akan dan telah dihadapi perusahaan yang timbul karena adanya suatu kecenderungan atau perkembangan yang tidak menguntungkan diluar perusahaan.

2.4.1 Matrik SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor- faktor strategi perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya (Fahmi, 2014 dikutip oleh Asmawati, 2018):

1. Strategi SO, strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST, strategi ini diterapkan dalam menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT, strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Tabel 2.3 Diagram Matrik SWOT

<p>IFAS</p> <p>STRENGTHS (S) Menentukan faktor-faktor kekuatan internal</p>	<p>WEAKNESS (W) Menentukan faktor-faktor kelemahan internal</p>
<p>OPPORTUNITIES (O) Menentukan peluang eksternal</p>	<p>STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang</p> <p>STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang</p>
<p>THREATS (T) Menentukan ancaman eksternal</p>	<p>STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman</p> <p>STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman</p>

Sumber: Fahmi, 2014 dikutip oleh Asmawati, 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

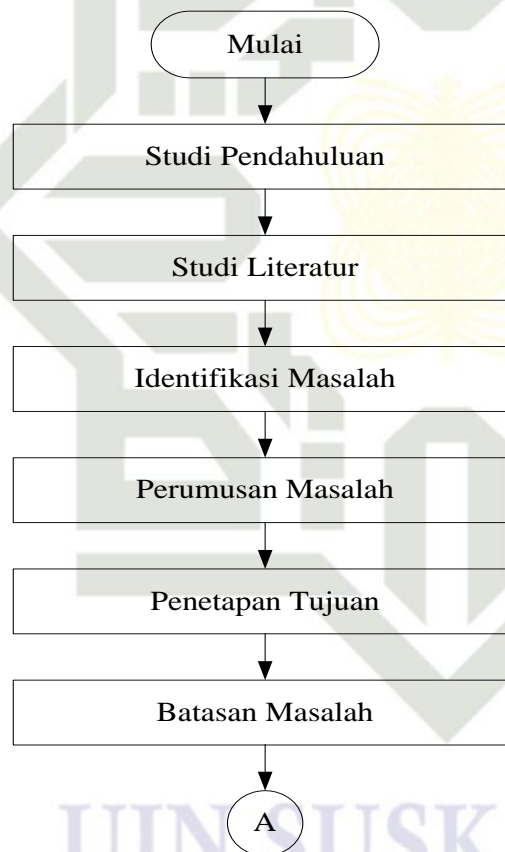
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Kerangka Berfikir

Untuk memudahkan penyelesaian masalah dalam penelitian, perlu adanya alur kerangka berfikir yang berfungsi untuk memudahkan penyelesaian masalah secara terstruktur, sehingga solusi yang didapatkan lebih optimal serta berfungsi sebagai alat evaluasi ketika menemukan hambatan dalam metode yang digunakan. Kerangka berfikir ini berisikan tentang alur-alur atau tahapan-tahapan yang dilakukan selama melakukan penelitian.

Metodologi penelitian merupakan tahapan-tahapan yang dilalui peneliti mulai dari pengumpulan data sampai dengan penarikan kesimpulan yang membentuk sebuah alur yang sistematis. Tahapan penelitian dipaparkan pada *flowchart* dibawah ini:

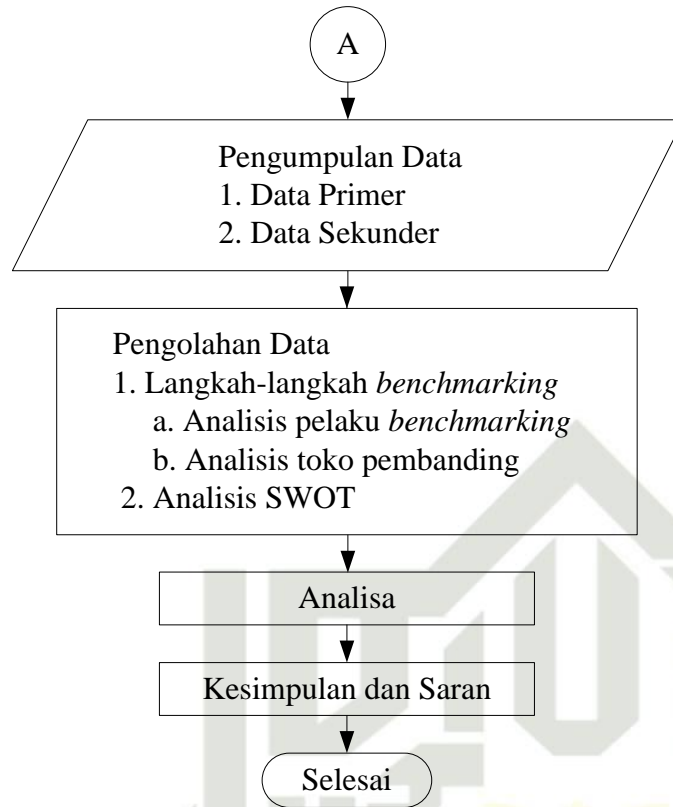


Gambar 3.1 *Flowchart* Metodologi Penelitian



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 3.1 Flowchart Metodologi Penelitian (Lanjutan)

3.2 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan merupakan langkah awal yang dilakukan untuk mengetahui kondisi atau permasalahan ada di toko Rindang Zero Waste pada saat ini sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai toko yang akan diteliti. Untuk memulai penelitian dilakukan dengan cara observasi dan wawancara.

1. Observasi
Observasi dilakukan dengan cara langsung datang ke toko Rindang Zero Waste yang beralamat di jalan Rindang, Tangkerang Selatan.
2. Wawancara
Wawancara dilakukan terhadap pihak toko Rindang Zero Waste untuk mendapatkan informasi mengenai kondisi toko saat ini dan permasalahan yang dihadapi saat ini.



3.3 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mencari informasi dan teori-teori pendukung yang berkaitan dalam pemecahan masalah yang menjadi objek penelitian. Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan informasi-informasi yang diperlukan dalam pelaksanaan penelitian. Jenis literatur yang digunakan sebagai acuan yang mendukung teori antara lain buku-buku, karya ilmiah seperti jurnal-jurnal dan beberapa referensi skripsi yang berkaitan dengan analisis *benchmarking* serta analisis SWOT.

3.4 Identifikasi Masalah

Dengan diketahuinya permasalahan serta dengan adanya teori-teori dan informasi pendukung, maka dilakukan tahapan identifikasi masalah dengan melakukan analisa penyebab dari permasalahan tersebut. Identifikasi masalah perlu dilakukan sebagai awal untuk merumuskan masalah yang sesuai.

3.5 Perumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan masalah utama yang diteliti untuk menetapkan tujuan penelitian yang akan dicapai. Perumusan masalah berisi tentang apa saja yang dilakukan dalam penelitian. Tujuan dari perumusan masalah adalah untuk memperjelas tentang masalah yang akan diteliti. Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka didapatkan suatu permasalahan yaitu adalah bagaimana faktor-faktor yang diperlukan dalam pembuatan toko yang berkonsep *zero waste* dan bagaimana strategi pengembangan toko Rindang Zero Waste dalam meningkatkan penjualan?

3.6 Penetapan Tujuan

Penetapan tujuan penelitian merupakan suatu target yang ingin dicapai dalam upaya menjawab segala permasalahan yang sedang diteliti. Suatu penelitian perlu menetapkan suatu tujuan yang jelas, nyata dan terukur. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang diperlukan untuk membuat toko *zero waste* dan menganalisa *benchmarking* toko *zero waste* untuk meningkatkan penjualan Rindang Zero Waste.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



3.7 Batasan Masalah

Batasan masalah adalah batasan dalam melakukan penelitian agar masalah yang diteliti tidak meluas pada permasalahan lainnya dan penelitian tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Adapun batasan masalah pada penelitian ini meliputi penelitian hanya dilakukan pada toko Rindang Zero Waste yang berada di jalan Rindang dan *benchmarking* yang dilakukan hanya pada Wanmilkshake&foods yang berada di jalan Delima dan Rumah Muslimah Pku di jalan Purwodadi Ujung.

3.8 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk mengumpulkan data-data sesuai dengan data yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini data-data yang dibutuhkan meliputi:

1. Data primer

Merupakan data yang diperoleh dari toko yang didapat dari hasil observasi pengamatan secara langsung dan wawancara dengan pihak terkait yaitu pemilik toko Rindang Zero Waste Asna untuk mengetahui kekuatan (*strengths*), Peluang (*opportunities*), kelemahan (*weakness*) dan Ancaman (*threats*). Selanjutnya melakukan *benchmarking* di Wanmilkshake&foods dan Rumah Muslimah Pku untuk proses belajar dan bertukar informasi yang hasilnya akan dijadikan sebagai bekal untuk mendapatkan strategi dalam pengembangan dan peningkatan penjualan toko Rindang Zero Waste.

2. Data Sekunder

Metode pengambilan data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak toko Rindang Zero Waste, Wanmilkshake&foods dan Rumah Muslimah Pku meliputi profil usaha, struktur organisasi

3.9 Pengolahan Data

Pengolahan data bertujuan untuk menghasilkan suatu nilai atau gambaran yang dapat memberikan penjelasan agar pembaca mengerti dan paham mengenai penelitian ini. Pengolahan data ini bertujuan agar data yang diperoleh dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dilindungi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



dianalisa dan kemudian memudahkan dalam pengambilan kesimpulan serta dapat menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh pelaku usaha. Kemudian dapat dianalisa dan menemukan solusi dari permasalahan yang terjadi.

3.9.1 Langkah-Langkah *Benchmarking*

Data yang diperoleh kemudian diolah dengan melakukan *benchmarking* toko pelaku *benchmarking* dengan yang menjadi pembanding. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam pelaksanaan *benchmarking* dalam mengukur kinerja usaha toko Rindang Zero Waste dan yang dijadikan pembanding meliputi:

1. Mengenali perusahaan pelaku *benchmarking*
Langkah pertama adalah mengenali toko Rindang Zero Waste sehingga didapatkan suatu gambaran mengenai keadaan umum toko tersebut.
2. Mengenali perusahaan pembanding
Didapatkan gambaran mengenai keadaan umum pembanding yang memiliki keunggulan dari Rindang Zero Waste seperti Wanmilkshake&foods dan Rumah Muslimah Pku. Keunggulan perusahaan pembanding tersebut dijadikan pedoman bagi Rindang Zero Waste untuk meningkatkan penjualan.
3. Menentukan kerangka kinerja yang dihasilkan
Menentukan kinerja yang dihasilkan mengacu pada sasaran *benchmarking* yang meliputi aspek produk, pelayanan, segmentasi pasar dan pemasaran/promosi. Untuk menentukan posisi Rindang Zero Waste dengan pembanding, *benchmarking* dipadukan dengan matrik SWOT yang digunakan dalam analisis SWOT. Kegiatan *benchmarking* yang dipadukan dengan SWOT bertujuan untuk menentukan hasil yang bisa digunakan untuk pengembangan toko dan peningkatan penjualan Rindang Zero Waste dengan melihat dari faktor internal yakni kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) dan faktor eksternal yakni peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



3.9.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT ini dilakukan untuk merumuskan strategi toko Rindang Zero Waste dan toko pembanding yang nantinya akan menghasilkan keputusan yang akan menjadi pertimbangan dalam strategi untuk pengembangan toko Rindang Zero Waste. Analisis ini ditujukan untuk dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Keputusan strategis sebuah usaha perlu pertimbangan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman.

3.10 Analisa

Berdasarkan hasil pengolahan yang dilakukan, maka selanjutnya peneliti dapat menganalisa lebih mendalam dari hasil pengolahan data. Analisa tersebut dilakukan berdasarkan kepada pengolahan data yang dilakukan sebelumnya.

3.11 Kesimpulan dan Saran

Setelah hasil pembahasan dibuat, langkah berikutnya adalah membuat kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian. Kesimpulan tersebut akan menjadi hasil akhir dari penelitian yang dilakukan. Selain itu juga akan diberikan saran atas kesimpulan yang didapat agar untuk kedepannya masalah tersebut dapat berguna bagi perusahaan dan peneliti. Dalam kesimpulan, nantinya akan dipaparkan rangkuman hasil penelitian yang telah dilakukan dan menjawab tujuan penelitian tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB V ANALISA

5.1 Analisa Pengumpulan Data

Pengumpulan data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi secara langsung ke toko Rindang Zero Waste, Wanmilkshake&foods dan Rumah Muslimah Pku. Untuk mengetahui faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). *Benchmarking* dilakukan terhadap Wanmilkshake&foods dan Rumah Muslimah Pku guna untuk mengetahui strategi pengembangan yang terbaik untuk peningkatan penjualan toko Rindang Zero Waste.

5.2 Analisa Faktor Pendukung Toko Zero Waste

Toko berkonsep *zero waste* yang biasa dikenal dengan toko grosir/curah ramah lingkungan yang menjual barang dalam ukuran besar dengan meniadakan kemasan plastik yang biasa dipakai untuk mengemas barang-barang yang dijual. Toko *zero waste* punya konsep penjualan tanpa jumlah minimum. Bahan-bahan produk yang ditawarkan adalah bahan-bahan organik dan alami. Pelanggan yang berbelanja pada toko yang berkonsep *zero waste* disarankan menyiapkan daftar-daftar belanjaan yang akan dibeli, membawa wadah sendiri seperti botol kaca atau tas yang *reusable*. Produk yang dibutuhkan dimasukkan kedalam wadah yang sudah disediakan.

5.3 Analisa *Benchmarking* Toko Rindang Zero Waste

Rindang Zero Waste berusaha untuk meningkatkan pengembangan toko menjadi lebih baik. Oleh karena itu dengan hasil analisa *benchmarking* dengan toko pembanding Wanmilkshake&foods dan Rumah Muslimah Pku yaitu dengan melihat keunggulan kinerja pada toko pembanding tersebut. Berdasarkan empat aspek *benchmarking* pada aspek produk, pelayanan, segmentasi pasar dan pemasaran/promosi, dapat dilihat keunggulan pada toko pembanding yaitu pada aspek produk dan pemasaran/promosi. Berdasarkan keunggulan kinerja toko pembanding tersebut maka toko Rindang Zero Waste mendapatkan informasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



alternatif strategi yang dapat dilakukan untuk melakukan pengembangan tokonya.

Alternatif strategi tersebut yaitu dari aspek produk dan Aspek Pemasaran/Promosi. Dari segi aspek produk pada toko pembanding, keberagaman dan variasi produk yang ditawarkan serta mendapatkan kerjasama dengan pemasok yang menawarkan harga yang lebih kompetitif adalah menjadi keunggulan. Kemudian dari aspek pemasaran/promosi, dimana pada toko pembanding dilakukan dengan menggunakan berbagai media sosial (Instagram) dan marketplace (Shopee, Tokopedia dan Go Food) serta melakukan pengembangan toko dengan menggunakan sistem reseller dan waralaba.

5.4 Analisa SWOT

Berdasarkan analisis matriks SWOT toko Rindang Zero Waste dengan toko pembanding Wanmilkshake&foods dan Rumah Muslimah Pku dimana memiliki empat aspek yakni aspek produk, pelayanan, segmentasi pasar dan pemasaran/promosi. Maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)

Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan toko untuk memanfaatkan peluang. Adapun hasil dari SO pada toko pelaku *benchmarking* dan toko pembanding adalah sebagai berikut:

Rindang Zero Waste Produk yang dijual tanpa menggunakan kemasan plastik sekali pakai, hal itu selaras dengan Perda No. 08 Tahun 2014 tentang pengelolaan sampah, sehingga mendorong masyarakat untuk lebih minim dalam penggunaan plastik sekali pakai dan membiasakan kepada masyarakat untuk menerapkan gaya hidup ramah lingkungan hal tersebut menjadikan peluang pasar. Selain itu pada saat pandemi Covid-19 produk yang organik dan alami menjadi pilihan masyarakat dalam menjaga pola hidup sehat.

Wanmilkshake&foods produk yang ditawarkan hasil olahan sendiri dan menyediakan juga produk kebutuhan sehari-hari yang mayoritas organik dan alami dan belum banyak toko sejenis sehingga menjadikan produk yang ditawarkan menjadi pilihan konsumen. Berkembangnya era digital telah dimanfaatkan untuk memperluas pemasaran secara online keseluruh wilayah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Indonesia baik melalui media sosial dan marketplace. Selain itu pengembangan usaha juga dilakukan dengan sistem reseller dan waralaba.

Rumah Muslimah Pku produk yang ditawarkan beragam mulai dari kebutuhan sehari-hari, produk kecantikan hingga produk herbal yang mayoritas organik dan alami dan belum banyak toko sejenis sehingga menjadikan produk yang ditawarkan menjadi pilihan konsumen dan memanfaatkan media sosial dan marketplace dalam mempromosikan produk-produknya serta pengembangan usaha juga dengan sistem reseller.

2. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

Strategi ini merupakan interaksi antara kelemahan dari toko dan peluang dari luar. Di sini harus dilakukan upaya untuk meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Adapun hasil dari WO pada toko pelaku *benchmarking* dan toko pembanding adalah sebagai berikut:

Rindang Zero Waste berbagai kalangan masyarakat yang sudah sadar gaya hidup sehat serta peduli lingkungan dan Perda No. 08 Tahun 2014 yang mengatur kebijakan pengelolaan sampah menjadikan toko yang berkonsep *zero waste* dan produk makanan yang tanpa bahan pengawet menjadi pilihan masyarakat walaupun harga yang ditawarkan tergolong mahal. Berkembangnya era digital dimanfaatkan toko dalam mempromosikan dan memasarkan produk yang ramah lingkungan serta memaksimalkan marketplace dalam memasarkan produk disaat pandemi Covid-19.

Wanmilkshake&foods dengan belum banyaknya toko yang menjual produk organik dan alami menjadikan peluang untuk pengembangan toko serta mendapatkan lokasi yang strategis dan inovasi dan pengembangan kemasan produk yang ramah lingkungan dan dapat dipromosikan melalui media sosial dan marketplace sehingga pemasaran dapat menjangkau keseluruhan wilayah Indonesia.

Rumah Muslimah Pku walaupun lokasi toko yang kurang strategis namun dengan berkembangnya era digital pemasaran produk dapat menjangkau keseluruhan wilayah Indonesia. Sehingga konsumen dan target penjualan dapat terus dikembangkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Strategi ST (*Strengths-Threats*)

Strategi ini merupakan pertemuan antara kekuatan dari toko dan ancaman dari luar. Dimana harus menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada. Adapun hasil dari ST pada toko pelaku *benchmarking* dan toko pembanding adalah sebagai berikut:

Rindang Zero Waste meningkatkan inovasi produk menjadi lebih beragam dan produk yang dijual persatuan berat (gram) dan volume (liter) serta diberikan label informasi yang jelas dan kemasan ramah lingkungan yang menjadikan produk lebih memiliki daya tarik bagi konsumen. Terutama produk yang ditawarkan mengutamakan bahan organik dan alami serta ramah lingkungan yang ditawarkan menjadikan dorongan bagi masyarakat untuk meningkatkan kesadaran akan gaya hidup sehat.

Wanmilkshake&foods dengan tetap memepertahankan keunggulan dan kualitas produk organik dan alami serta makanan olahan jadi yang lebih beragam menjadikan daya tarik dan pilihan masyarakat. Pemasaran dengan tetap memaksimalkan penggunaan media sosial dan marketplace dan berbagai macam promo-promo yang ditawarkan dapat meningkatkan daya tarik dan minat konsumen serta pengembangan toko dengan sistem reseller dan waralaba keberbagai tempat menjadikan pemasaran tetap berjalan walaupun disaat perekonomian sedang turun.

Rumah Muslimah Pku tetap memepertahankan keunggulan dan kualitas produk organik, herbal dan kecantikan yang ditawarkan serta memanfaatkan berbagai macam promo-promo di media sosia dan marketplace dapat meningkatkan daya tarik dan minat konsumen. Untuk menjaga pemasaran tetap berjalan disaat perekonomian yang sedang turun dapat memaksimalkan penjualan melalui online dan memperluas sistem reseller.

4. Strategi WT (*Weaknesss-Threats*)

Strategi ini merupakan pertemuan antara kelemahan dari toko dan ancaman dari luar. Disini harus bisa menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk mengatasi ancaman. Adapun hasil dari WT pada toko pelaku *benchmarking* dan toko pembanding adalah sebagai berikut:



Rindang Zero Waste meningkatkan kampanye gaya hidup sehat dan ramah lingkungan dan promosi diberbagai media online yang berkaitan dengan produk ramah lingkungan yang dapat menjangkau keseluruh wilayah Indonesia, diharapkan meningkatnya juga kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat dan ramah lingkungan sehingga menambah peluang pasar. Serta meningkatkan inovasi penjualan produk yang lebih beragam dan produk yang tahan lama serta meningkatkan kerja sama dengan pemasok yang memberikan harga yang lebih kompetitif. Diharapkan penjualan tetap berjalan.

Wanmilkshake&foods meningkatkan inovasi produk menjadi lebih beragam dan pengembangan penggunaan kemasan produk yang ramah lingkungan dan meningkatkan promosi diberbagai media online dan marketplace serta bekerjasama dengan pemasok yang memberikan harga lebih kompetitif sehingga meningkatkan daya tarik konsumen.

Rumah Muslimah Pku meningkatkan inovasi produk serta penempatan toko yang strategis dan pengembangan penggunaan kemasan produk yang ramah lingkungan dengan menggalakkan promosi diberbagai media sosial dan marketplace. Bekerjasama dengan pemasok yang memberikan harga lebih kompetitif sehingga meningkatkan daya tarik konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Toko berkonsep *zero waste* yang biasa dikenal dengan *bulk store* atau toko grosir/curah ramah lingkungan adalah yang menjual barang dalam ukuran besar dengan meniadakan kemasan plastik. Toko *zero waste* mempunyai konsep penjualan tanpa jumlah minimum. Bahan-bahan produk yang ditawarkan adalah bahan-bahan organik dan alami serta ramah lingkungan. Pelanggan yang berbelanja pada toko yang berkonsep *zero waste* disarankan membawa wadah sendiri seperti botol kaca atau tas yang *reusable*.
2. Berdasarkan penggunaan *benchmarking* yang mengacu pada empat aspek yaitu aspek produk, pelayanan, segmentasi pasar dan pemasaran/promosi dengan berdasarkan pada analisis matrik SWOT, maka alternatif strategi terbaik yang dapat dilakukan untuk pengembangan dalam meningkatkan penjualan toko Rindang Zero Waste adalah dengan melihat kelebihan dari toko pembanding yaitu dari aspek produk dan pemasaran/promosi. Dimana dari segi aspek produk Wanmilkshake&foods dan Rumah Muslimah Pku memiliki kelebihan dalam hal keberagaman produk yang lebih bervariasi dengan tetap mempertahankan kualitas, serta banyak bekerjasama dengan pemasok yang menawarkan harga yang lebih kompetitif. Kemudian dari segi pemasaran/promosi pada toko pembanding memiliki kelebihan dalam hal memanfaatkan media online dan marketplace serta melakukan penjualan dengan membuka sistem reseller dan waralaba. Maka Rindang Zero Waste dapat menerapkan strategi pengembangan penjualan produk yang lebih beragam dan bervariasi sehingga apabila suatu produk kurang diminati masih dapat ditopang oleh produk-produk yang lainnya dan memaksimalkan kerjasama dengan pemasok lainnya yang menawarkan harga yang lebih kompetitif, sehingga harga jual dapat lebih murah. Untuk pengembangan dalam meningkatkan penjualan juga dapat memaksimalkan melalui media online dan marketplace serta dapat melakukan sistem reseller dan waralaba.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



6.2 Saran

© Hak cipta ditamanmiliki UIN suska Riau
 Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ada beberapa saran yang dapat diberikan, yaitu Metode *benchmarking* yang dipadu dengan SWOT yang telah dilakukan oleh peneliti dapat dijadikan acuan bagi toko Rindang Zero Waste dalam mengadakan perbaikan-perbaikan terhadap kinerja penjualan dengan mengacu pada empat aspek *benchmarking*. Yaitu pada aspek keberagaman dan variasi produk yang dijual serta melakukan perbaikan-perbaikan pada aspek pemasaran/promosi dengan menggaet marketplace seperti Tokopedia, Shopee, Go Food serta platform digital seperti kanal Youtube dan mencari pemasok yang dapat menawarkan harga yang lebih kompetitif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim
- Affrey, Z., Analisis *Benchmarking* Bisnis Kompetitif Steak (Studi Kasus Obonk *Steak and Ribs* di Bogor, Jawa Barat), Skripsi, Jurusan Ekstensi Manajemen Agribisnis, Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2008.
- Asmawati, H., Strategi Pengembangan Usaha dengan Metode Analisis SWOT pada Usaha Laundry Istiqomah di Samarinda, *e-Journal Administrasi Bisnis*, Vol. 6, No. 1, ISSN 2355-5408, 2018.
- Bahaduri, B. I., Perancangan Marketplace Boxwood untuk Mempermudah Konsumen Membeli Produk Hijau, Seminar Nasional Envisi: Industri Kreatif, 2020.
- Haluya, H. Z., Setyaningsih, W., Winarto, Y., Konsep Zero Waste pada Desain Environmental Learning Park di Batu, Jawa Timur, *Jurnal SenTHong*, Vol. 3, No. 1, E-ISSN : 2621 – 2609, 2020.
- Nirwala, S., *Zero Waste Adventure*, zerowasteadventures, 2017.
- Putranti, H, R, D., dan Suparmi., Pengaruh Kemasan Ramah Lingkungan dan Informasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Konsumen AMDK Kota Semarang), Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC, Universitas Bakrie, 2016.
- Putri, J, R., Analisis Benchmarking Posisi Coffee Shop X Terhadap Franchise Coffee Shop Y di Jatinangor, *JPSB*, Vol. 8 No.1, 2020.
- Putri, Y, R., *Analisis Kinerja Agrowisata Rumah Sutera Alam Desa Pasir Eurih, Kecamatan Taman Sari Kabupaten Bogor*, Skripsi Jurusan Manajemen Agribisnis, Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2008.
- Wadhani, DK., *Belajar Zero Waste: Menuju Rumah Minim Sampah*, Penerbit Pustaka Rumah Main Anak (RMA), 2018.
- Wadhani, DK., *Bye-Bye! Sekali Pakai*, Penerbit Bentala Kata, 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Rindang Zero Waste Store

JL Rindang No 21, Kel. Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya.
 Pekanbaru, Riau 28288 Phone 0761-26411 Wa 0852 6566 8652
 Email : rindangzerowaste@gmail.com

Kategori	Kode Barang	Nama Barang	Harga	Satuan
Nuts	N01	raw almond	IDR 220	1 Gram
Nuts	N02	roasted almond	IDR 244	1 Gram
Nuts	N03	roasted almond butter	IDR 260	1 Gram
Nuts	N04	roasted chesew	IDR 200	1 Gram
Nuts	N05	roasted chesew honey	IDR 220	1 Gram
Nuts	N06	roasted pistachio	IDR 277	1 Gram
Nuts	N07	raw walnut	IDR 402	1 Gram
Nuts	N08	raw chesew	IDR 190	1 Gram
Nuts	N09	raw hazelnut	IDR 373	1 Gram
Nuts	N10	kacang merah organik	IDR 71	1 Gram
Nuts	N11	kacang tanah organik	IDR 65	1 Gram
Nuts	N12	kacang hijau organik	IDR 59	1 Gram
Nuts	N13	kacang kedelai organik	IDR 41	1 Gram
Nuts	N14	chickpeas	IDR 105	1 Gram
Rice	R15	organic red rice	IDR 27	1 Gram
Rice	R16	organic white rice	IDR 25	1 Gram
Rice	R17	organic brown rice	IDR 30	1 Gram
Rice	R18	organic black rice	IDR 37	1 Gram
Rice	R19	pumpkin seed	IDR 214	1 Gram
Seed	S20	roasted sunflower seed	IDR 126	1 Gram
Seed	S21	white sesame seed	IDR 134	1 Gram
Seed	S22	black sesame seed	IDR 141	1 Gram
Seed	S23	organic quinoa	IDR 217	1 Gram
Seed	S24	brown flaxseed	IDR 182	1 Gram
Seed	S25	organic chiaseed	IDR 150	1 Gram
Seed	S26	lentils	IDR 120	1 Gram
Dried Fruit	DF27	black raisin	IDR 126	1 Gram
Dried Fruit	DF28	dried blueberry	IDR 509	1 Gram
Dried Fruit	DF29	dried apricot	IDR 211	1 Gram
Dried Fruit	DF30	dried cranberry	IDR 156	1 Gram
Dried Fruit	DF31	dried gojiberry	IDR 356	1 Gram
Dried Fruit	DF32	cacao nibs	IDR 375	1 Gram
Dried Fruit	DF33	coconut flakes	IDR 127	1 Gram
Dried Fruit	DF34	kurma ajwa	IDR 300	1 Gram
Dried Fruit	DF35	kurma khalas	IDR 127	1 Gram
Flour	F36	organik tepung ubi ungu	IDR 65	1 Gram
Flour	F37	organik tepung sukun	IDR 65	1 Gram
Flour	F38	organik tepung kacang merah	IDR 80	1 Gram
Flour	F39	organik tepung ganyong	IDR 65	1 Gram



Flour	F40	organik tepung pati garut	IDR	65	1 Gram
Flour	F41	organik tepung mocaf	IDR	38	1 Gram
Flour	F42	all purpose flour	IDR	29	1 Gram
Flour	F43	tepung pancake ladang lima	IDR	20,000	1 Pack
Flour	F44	tepung bumbu	IDR	180	1 Gram
Flour	F45	almond flour	IDR	230	1 Gram
Flour	F46	rolled oat	IDR	50	1 Gram
Kerupuk	K47	organik kerupuk beras merah	IDR	77	1 Gram
Noodle	ND48	organik bahun singkong	IDR	59	1 Gram
Noodle	ND49	mie kale/kale noodle	IDR	20,000	2 Keping
Noodle	ND50	mie basil&garlic	IDR	20,000	2 Keping
Noodle	ND51	mie sayur&buah	IDR	8,500	2 Keping
Pasta	P52	gigli pasta mix rainbow	IDR	220	1 Gram
Pasta	P53	gemeli pasta mix rainbow	IDR	220	1 Gram
Pasta	P54	conchiglie pasta mix rainbow	IDR	220	1 Gram
Pasta	P55	creste digallo pasta mix rainbow	IDR	220	1 Gram
Pasta	P56	gluten free sphagetti pasta	IDR	250	1 Gram
Pasta	P57	gluen free cassava pasta	IDR	171	1 Gram
Pasta	P58	pasta mac&cheese	IDR	25,000	1 Pack
Powder	PW58	Cheese powder	IDR	310	1 Gram
Powder	PW59	activated black charcoal	IDR	476	1 Gram
Powder	PW60	nutritional yeast	IDR	820	1 Gram
Powder	PW61	organic cinnamon powder	IDR	156	1 Gram
Powder	PW62	organic maca powder	IDR	750	1 Gram
Powder	PW63	organic matcha powder	IDR	1,063	1 Gram
Powder	PW64	raw cacao powder	IDR	1,063	1 Gram
Herbs&Spices	HS64	garlic powder	IDR	137	1 Gram
Herbs&Spices	HS65	bay leaves	IDR	232	1 Gram
Herbs&Spices	HS66	star anise/bunga lawang	IDR	206	1 Gram
Herbs&Spices	HS67	curry powder	IDR	187	1 Gram
Herbs&Spices	HS68	oregano	IDR	270	1 Gram
Herbs&Spices	HS69	cayenne pepper	IDR	162	1 Gram
Herbs&Spices	HS70	rosemary	IDR	200	1 Gram
Herbs&Spices	HS71	sweet paprika	IDR	190	1 Gram
Herbs&Spices	HS72	smoked paprika	IDR	267	1 Gram
Herbs&Spices	HS73	thyme	IDR	212	1 Gram
Herbs&Spices	HS74	basil	IDR	211	1 Gram
Herbs&Spices	HS75	cajun spice mix	IDR	270	1 Gram
Herbs&Spices	HS76	parsley	IDR	354	1 Gram
Herbs&Spices	HS77	cumin	IDR	122	1 Gram
Herbs&Spices	HS78	onion powder	IDR	197	1 Gram
Herbs&Spices	HS79	chili flakes	IDR	84	1 Gram
Herbs&Spices	HS80	cengkeh/clove whole	IDR	347	1 Gram
Herbs&Spices	HS81	nutmeg/pala	IDR	270	1 Gram
Herbs&Spices	HS82	lada putih/white pepper	IDR	132	1 Gram
Herbs&Spices	HS83	lada hitam utuh/black pepper	IDR	142	1 Gram
Herbs&Spices	HS84	kaldu ayam kampung non msg	IDR	190	1 Gram
Herbs&Spices	HS85	kaldu sapi non msg	IDR	190	1 Gram

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Herbs&Spices	HS86	kaldu jamur non msg	IDR	310	1 Gram
Herbs&Spices	HS87	baking soda	IDR	61	1 Gram
Herbs&Spices	HS88	himalayan coarse salt	IDR	187	1 Gram
Herbs&Spices	HS89	himalayan salt	IDR	106	1 Gram
Herbs&Spices	HS90	natural sea salt	IDR	44	1 Gram
Herbs&Spices	HS91	organik agar rumput laut	IDR	77	1 Gram
Herbs&Spices	HS92	sambel pecel	IDR	15,000	1 Pc
Sugar	SG92	palm sugar	IDR	66	1 Gram
Sugar	SG93	coconut sugar	IDR	71	1 Gram
Sugar	SG94	dark brown sugar	IDR	82	1 Gram
Sugar	SG95	rock sugar	IDR	47	1 Gram
Tea	T95	chamomile tea	IDR	2,400	1 Gram
Tea	T96	jasmine greentea	IDR	1,500	1 Gram
Tea	T97	apple blossom tea	IDR	1,500	1 Gram
Tea	T98	moringa tea	IDR	1,500	1 Gram
Tea	T99	french rose tea	IDR	1,500	1 Gram
Tea	T100	blue pea tea	IDR	2,000	1 Gram
Tea	T101	peppermint tea	IDR	1,000	1 Gram
Tea	T102	mix chrysanthemum tea	IDR	1,500	1 Gram
Granola	G103	granola original	IDR	200	1 Gram
Granola	G104	granola matcha	IDR	210	1 Gram
Granola	G105	granola dark chocolate	IDR	210	1 Gram
Casa Grata	CG106	casa grata herbs	IDR	450	1 Gram
Casa Grata	CG107	casa grata sesame&chia	IDR	450	1 Gram
Casa Grata	CG108	casa grata sea salt	IDR	450	1 Gram
Crispy Salad	CS109	crispy salad potato	IDR	700	1 Gram
Crispy Salad	CS110	crispy salad mix tuber potato	IDR	600	1 Gram
chocolate	CO113	64% dark chocolate	IDR	600	1 Gram
Cookies	CO111	kiddos cheese cookies	IDR	25,000	1 Pack
Cookies	CO112	kiddos cookies	IDR	27,000	1 Pack
Liquid	L113	apple cider vinegar	IDR	302	1 Gram
Liquid	L114	organic kecap manis	IDR	28	1 Gram
Liquid	L115	organic virgin coconut oil	IDR	145	1 Gram
Liquid	L116	extra virgin olive oil	IDR	60	1 Gram
Liquid	L117	coconut cooking oil	IDR	40	1 Gram
Liquid	L118	raw wild forest honey	IDR	130	1 Gram
Liquid	L119	la dame in vanilla	IDR	40,000	1 Pc
Personal Care	PC120	segara lotion 25gr	IDR	50,000	1 Pc
Personal Care	PC121	segara deodorant	IDR	90,000	1 Pc
Personal Care	PC122	segara sabun mandi travel cendula	IDR	40,000	1 Pc
Personal Care	PC123	segara sabun mandi travel lovender	IDR	40,000	1 Pc
Personal Care	PC124	segara sabun mandi travel espresso charcoal	IDR	40,000	1 Pc
Personal Care	PC125	segara shampoo batang	IDR	80,000	1 Pc
Personal Care	PC126	segara lotion 60gr	IDR	100,000	1 Pc
Personal Care	PC127	segara shampoo & conditioner	IDR	120,000	1 Pc
Personal Care	PC128	segara shampoo batang refill	IDR	75,000	1 Pc
Personal Care	PC129	batu tawas deodorant	IDR	22,000	1 Pc
Personal Care	PC130	the soap story rose oat	IDR	50,000	1 Pc

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Personal Care	PC131	the soap story coffee late	IDR	50,000	1 Pc
Personal Care	PC132	the soap story yoghurt lavender	IDR	50,000	1 Pc
Personal Care	PC133	the soap story cocoa butter	IDR	50,000	1 Pc
Personal Care	PC134	the soap story matcha yummy	IDR	50,000	1 Pc
Personal Care	PC135	the soap story chocolate oats	IDR	50,000	1 Pc
Personal Care	PC136	the soap story almond mylk	IDR	60,000	1 Pc
Personal Care	PC137	kapas kain/reusable cotton pads	IDR	4,500	1 Pc
Personal Care	PC138	razor	IDR	45,000	1 Pc
Personal Care	PC139	bamboo tooth brush/sikat gigi bambu	IDR	10,000	1 Pc
Personal Care	PC140	honey body soap	IDR	252	1 Gram
Personal Care	PC141	lerak/soap nut	IDR	50	1 Gram
Bottle	B142	botol uk 1 L	IDR	5,000	1 Pc
Bottle	B143	botol uk 250 ml	IDR	2,000	1 Pc
Bottle	B144	botol uk 100 ml	IDR	1,500	1 Pc
Bottle	B145	botol pump	IDR	25,000	1 Pc
Eco Kit	EK146	boenkus food edition	IDR	100,000	1 Pc
Eco Kit	EK147	boenkus life series	IDR	100,000	1 Pc
Eco Kit	EK148	boenkus brush	IDR	100,000	1 Pc
Eco Kit	EK149	boenkus topical fruit series	IDR	100,000	1 Pc
Eco Kit	EK150	boenkus indonesian wild life series	IDR	100,000	1 Pc
Eco Kit	EK151	segara tooth powder	IDR	80,000	1 Pc
Eco Kit	EK152	bamboo cotton buds	IDR	15,000	1 Pc
Eco Kit	EK153	organic beeswax	IDR	205	1 Pc
Eco Kit	EK154	cleaning brush	IDR	5,000	1 Pc
Eco Kit	EK155	sedotan boba	IDR	12,000	1 Pc
Eco Kit	EK155	sedotan stainless	IDR	10,000	1 Pc
Eco Kit	EK156	sedotan bambu	IDR	6,000	1 Pc
Eco Kit	EK157	sedotan kaca	IDR	25,000	1 Pc
Eco Kit	EK158	pouch serut sedotan	IDR	12,000	1 Pc
Eco Kit	EK159	sedotan bambu pouch serut	IDR	20,000	1 Pc
Eco Kit	EK160	seotan stainless pouch serut	IDR	25,000	1 Pc
Eco Kit	EK161	sedotan kaca pouch serut	IDR	35,000	1 Pc
Eco Kit	EK162	tumblr stainless	IDR	100,000	1 Pc
Eco Kit	EK163	wadah makan stainless	IDR	110,000	1 Pc
Eco Kit	EK164	reusable cutlery set	IDR	20,000	1 Pc
Eco Kit	EK165	wooden cutlery set pouch	IDR	50,000	1 Pc
Eco Kit	EK166	wooden cutlery set blacu pouch	IDR	50,000	1 Pc
Eco Kit	EK167	silicone container	IDR	50,000	1 Pc
Eco Kit	EK168	reusable produce bags jaring	IDR	65,000	1 Pc
Eco Kit	EK169	shopping bag blacu	IDR	35,000	1 Pc
Eco Kit	EK170	shopping bag bahan payung	IDR	35,000	1 Pc
Eco Kit	EK171	sikat teflon	IDR	65,000	1 Pc
Eco Kit	EK172	refill sikat teflon	IDR	40,000	1 Pc
Eco Kit	EK173	sikat botol	IDR	45,000	1 Pc
Eco Kit	EK174	dustpan	IDR	65,000	1 Pc
Eco Kit	EK175	loofah	IDR	20,000	1 Pc
Eco Kit	EK176	arpon/clemek rindang zero waste	IDR	80,000	1 Pc
Eco Kit	EK177	cassava shopping bag uk s	IDR	1,000	1 Pc

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Eco Kit	EK178	cassava shopping bag uk m	IDR	2,000	1 Pc
Eco Kit	EK179	shopping bag jaring black	IDR	50,000	1 Pc
Eco Kit	EK180	shopping bag jaring beige	IDR	50,000	1 Pc
Eco Kit	EK181	gummed tape/lakban air	IDR	25,000	1 Pc
Eco Kit	EK182	paper bag uk s	IDR	500	1 Pc
Eco Kit	EK183	paper bag uk m	IDR	500	1 Pc
Eco Kit	EK184	jar kaca	IDR	10,000	1 Pc
Eco Kit	EK185	castile soap	IDR	111	1 Gram
Eco Kit	EK186	kantong lerak	IDR	10,000	1 Pc
Eco Kit	EK187	dompet batik reusable	IDR	15,000	1 Pc
Eco Kit	EK188	free shopping bag blacu	IDR	-	1 Pc
Eco Kit	EK189	honey stick spoon	IDR	10,000	1 Pc
Eco Kit	EK190	sumpit stainless	IDR	12,000	2 Pc



iau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PRICE LIST PRODUK RUMAH MUSLIMAH PKU (HARGA CUSTOMER)

No	Nama Produk	Kemasan	Harga Customer
Produk Himalayan Salt & Chia Seeds			
1	Himalayan Salt (repack)	250gr	28,000
2	Himalayan Salt	500gr	45,000
3	Himalayan Crystal Rock Salt	500gr	50,000
4	Chia Seeds Origin Bolivia	250gr	45,000
5	Chia Seeds Origin Bolivia	500gr	80,000
6	Chia Seeds Origin Bolivia	1kg	145,000
7	Chia Seeds Origin Meksiko	250gr	50,000
8	Chia Seeds Origin Meksiko	500gr	90,000
9	Chia Seeds Origin Meksiko	1kg	160,000
Madu, Beepolen & Royal Jelly			
1	Madu Hutan Sumatra @rumahmuslimah_pku	500gr	75,000
2	Madu Hutan Sumatra @rumahmuslimah_pku	1kg	145,000
3	Madu Uray	450gr	98,000
4	Madu Uray	875gr	185,000
5	Madu Hutan Riau Azzikraku	1kg	140,000
6	Madu Al-shifa Import Saudi Arabia	500gr	130,000
8	Madu Al-shifa Import Saudi Arabia	125gr	45,000
9	Beepolen Granula	200gr	95,000
10	Beepolen Serbuk	200gr	95,000
Rempah-rempah			
1	Bunga Rosella Merah	100gr	28,000
2	Bunga Rosella Ungu	100gr	28,000
3	Kayu Secang	100gr	20,000
4	Kayu Manis	100gr	28,000
5	Bunga Telang	10gr	20,000
6	Jahe Merah Bubuk	50gr	23,000
7	Cabe Merah Bubuk	100gr	30,000
8	Bubuk Bidara	50gr	23,000
9	Bubuk Kelor	50gr	23,000
10	Cengkeh	100gr	26,000
Bumbu Organik			
1	Kaldu Jamur Merang	Botol 100gr	25,000
2	Kaldu Jamur Merang	Sachet (3gr/pcs)	20,000
3	Gula Aren Javara (Batang)	250gr	25,000
4	Cuka Apel Tahesta	300ml	70,000
5	Raw Cacao Powder CAU	200gr	70,000
6	Cacao Powder oh! Java repack	250gr	35,000
Bumbu Lingkar Organik			
1	Maseko Ayam Revil	100gr	22,000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2	Maseko Sapi Revil	100gr	22,000
3	Maseko Jamur Revil	100gr	
4	Maseko Kelor Revil	100gr	
5	Maseko Ayam Botol	100gr	25,000
6	Maseko Sapi Botol	100gr	25,000
7	Maseko Jamur Botol	100gr	35,000
8	Maseko Kelor Botol	100gr	35,000
9	Kecap Manis 350ml	350ml	27,000
10	Kecap Manis 100ml	150ml	15,000
11	Minyak Kelapa	1L	50,000
12	Gula Batu	500gr	27,500
13	Lada Putih	100gr	30,500
14	Lada Hitam	85gr	31,000

Produk Lingkak Organik

1	Beras Merah	VK 1kg	33,000
2	Menthik Susu (Pandan Wangi)	VK 1kg	35,000
3	Beras Coklat	VK 1kg	33,000
4	Beras Hitam	VK 1kg	45,000
5	Mix HP (Special Blent)	VK 1kg	38,000
6	Mix MP (Beras diet)	VK 1kg	35,000
7	Mix WG (Special Blent Whole Grain)	VK 1kg	38,000
8	Kedelai Kuning	VK 500gr	26,000
9	Kacang Hijau	VK 500gr	31,000
10	Kacang Merah	VK 500gr	35,000
11	Kacang Tanah	VK 500gr	33,000
12	Tepung Mokav	500gr	25,000
13	Tepung Sorgum Merah	500gr	37,000
14	Tepung Sorgum Putih	500gr	37,000
15	Bihun Singkong	250gr	20,000
16	Mie Sayur Bumbu Sawi	2 keping	12,000
17	Mie Sayur Bumbu Bayam	2 keping	12,000
18	Mie Sayur Bumbu Daun Kelor	2 keping	12,000
19	Mie Sayur Bumbu Wortel	2 keping	12,000
20	Mie Sayur Bumbu Tomat	2 keping	12,000
21	Mie Sayur Bumbu Buah Naga	2 keping	12,000
22	Mie Sayur Bumbu Cabai Merah	2 keping	12,000
23	Mie Sayur Bumbu Buah Bit	2 keping	12,000

Kurma & Oleh oleh Haji/Umroh

1	Kurma Khalas Amira/Saad Curah	1kg	50,000
2	Kurma Sukari Al-qosim	500gr (kotak)	50,000
3	Kurma Ajwa Premium	1kg	300,000
4	Kurma Ajwa (kotak)	500gr	150,000
5	Kurma Madjol	1kg	270,000
6	Kurma Sukari Al-qosim 1 dus	3kg	240,000
7	Kurma Muda Mesir dan Kurma Muda Merah	1kg	280,000
8	Kurma Khalas Saad	5kg	230,000



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9	Kurma Khalas Saad 1 dus	10kg	420,000
10	Kurma Khalas Amira	5kg	220,000
11	Kurma Khalas Amira 1Dus	10kg	400,000
12	Kurma Ajwa 1 dus	5kg	1300,000
13	Zuriat Mesir	1kg	230,000
14	Zuriat Mesir	0,5kg	115,000
15	Botol air zam zam 1ball	1 ball	60,000
16	Air zam zam	5 Liter	490,000
17	Kacang Arab	1kg	100,000
18	Kacang Pistachio	1kg	270,000
19	Kacang Almond Panggang Kulit	1kg	260,000
20	Kacang Almond Panggang Kupas Kulit	1kg	260,000
21	Kismis Arab	1kg	140,000
22	Coklat Arab	1kg	140,000
23	Coklat Krikil	1kg	240,000
24	Serbuk Zuriat	110gr	35,000
25	Serbuk Zuriat	200gr	65,000
26	Saffron Super Negin Grade A	1gr	200,000
27	Saffron Kashmir	1gr	350,000
28	Saffron Kashmir	0.5gr	180,000
29	Saffron Premium Quality Origin Afganistan	1gr	150,000
30	Saffron Premium Quality Origin Afganistan	0,5gr	80,000

Herbal TINQU

1	Bidatin	20gr	17,000
2	Sabun Bidara Batang (CAB)	80gr	28,000
3	Sabun Tin Batang (SKT)	80gr	28,000
4	Sabun Bidara Cair (CAB)	100ml	58,000
5	Sabun Tin Cair (SKT)	100ml	58,000
6	Kapsul Tin	60 kapsul	95,000
7	Sinomtin	5 pcs (25gr/pcs)	30,000
8	Hareemna	5 pcs	35,000
9	Raw Sugar	250gr	25,000
10	Lime Powder	5pcs	18,000
11	Lemon Powder	5pcs	18,000
12	Sunblock Sun Shield	12,5gr	90,000
13	Amazing Scrub	100gr	60,000
14	Jahetin	5 pcs (25gr/pcs)	27,000

Muslimah Beauty Care

1	Mask Spirulina	10 kapsul	25,000
2	Mask Komedo	20gr	25,000
3	Toner Cuka Apel	60ml	35,000
4	Aloe Vera Gel (kecil)	100ml	40,000
5	Creambath (kecil)	100ml	25,000
6	Shampoo	100ml	25,000
7	Lip Balm Butter 2in1		35,000
8	Lip Balm Vaseline		25,000
9	Face Mist	100ml	45,000



10	Deodorant	100ml	45,000
11	Face Mask Sachet	20gr	20,000
12	Teeth Whitening	50gr	30,000
13	Zaitun	60ml	30,000
14	Beauty Water	100ml	30,000
15	Rose Water	100ml	30,000
16	Serum Gel	20ml	35,000
17	Aloe Vera Gel (Besar)	250ml	70,000
18	Lemon Water	100ml	30,000
19	Mud Mask	100gr	55,000
20	Peel Of Mask	50gr	35,000
21	Face Mask Pot	80gr	40,000
22	Creambath (Besar)	250ml	40,000
23	Black Heads Mask	50gr	40,000
24	Face mist/ Toner Saffron	100ml	75,000

Inay Beauty

1	Face Mask	25gr	20,000
2	Day Cream	10gr	80,000
3	Night Cream	10gr	80,000
4	Serum Brightening	20gr	98,000
5	Serum Anti Acne	20gr	98,000
6	Toner Aloe Vera	100ml	70,000
7	Facial Wash	100ml	70,000
8	Face Oil	10ml	45,000

Produk Campur (Skin care, Organik, Herbal, Perlengkapan kecantikan lainnya)

1	Teh Sanaa Makky	30 kantong	60,000
2	Tamanu Oil	30ml	130,000
3	Brushegg	-	20,000
4	Kuas Masker	-	6,000
5	Kuas Masker Silikon	-	13,000
6	Alat Masker 9in1	-	20,000
7	Alat Masker 4in1	-	15,000
8	Celak Itsmid Al Asmad Original		35,000
9	Lip Mask	1 helai	5,000
10	Eye Mask	1 helai	5,000
11	Nose Mask	1 helai	5,000
12	Air Mawar Viva	100ml	10,000
13	Face & Body Scrub Beautetox	25gr	25,000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PRICE LIST PRODUK WANMILKSHAKE&FOOD

No	Nama Produk	Kemasan	Harga
1	Oregano	20 gram	11.000
2	Thyme	30 gram	11.000
3	Rosemary	40 gram	14.000
4	Basil	20 gram	15.000
5	Bawang Putih Bubuk	100 gram	14.000
6	Parsley	20 gram	14.000
7	Beras Shirataki	500 gram	144.000
8	Mie Shirataki	250 gram	10 keping
9	Nori	5 lembar	20.000
10	Nori	10 lembar	38.000
11	Granola	150 gram	33.000
12	Organik Chia Seed	100 gram	17.900
13	Garam Himalaya	500 gram	56.800
14	Bubuk Paprika	50 gram	13.800
15	Bubuk cabai	50 gram	11.800
16	Gochujang Halal	500 gram	54.000
17	Saos BBQ Halal homemade	200 ml	17.000
18	Saos Takoyaki Halal	500 gram	39.000
19	Kaldu Jamur	500 gram	8.500
20	Tepung Premix Takoyaki	300 gram	12.000
21	Seafood Mix	-	21.300
22	Penggulung Sushi	-	19.000
23	Rice Paper full pack	400 gram	96.000
24	Paket takoyaki pemula	-	42.000
25	Katsuobushi	30 gram	15.000
26	Katsubushi	100 gram	45.000
27	Takoyaki varian isian	-	11.000-14.000
28	Okonomiyaki halal	-	18.000
29	Takoyaki halal bahan premium	12 pcs	28.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ANALISIS *BENCHMARKING* TOKO ZERO WASTE (STUDI KASUS: RINDANG ZERO WASTE DI PEKANBARU)

Melfa Yola¹, Annisa Selvia²

^{1,2}Jurusan Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Sultan Syarif Kasim
Jl. HR. Soebrantas No, 155, Simpang Baru, Panam, Pekanbaru, 28291
Email: melfa.yola@uin-suska.ac.id, annisa.selviaui13@gmail.com

ABSTRAK

Rindang Zero Waste merupakan toko yang berkonsep *zero waste* bertujuan untuk menyediakan produk ramah lingkungan sebanyak mungkin, untuk membantu dan mengedukasi orang untuk mengubah gaya hidup yang peduli terhadap lingkungan serta membuat perubahan kecil dan sederhana dalam mengurangi limbah yang dihasilkan. Ketatnya persaingan antar usaha sejenis dengan beraneka ragam produk yang ditawarkan mengharuskan pengelola usaha untuk memanfaatkan peluang yang ada untuk melakukan pengembangan serta menentukan strategi yang dapat diterapkan di masa mendatang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, *benchmarking* dan SWOT. Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang diperlukan dalam pembuatan toko yang berkonsep *zero waste* dan strategi pengembangan toko Rindang Zero Waste guna meningkatkan penjualan. Didapatkan hasil faktor-faktornya meliputi konsep penjualan tanpa jumlah minimum, bahan-bahan organik dan alami, pelanggan disarankan membawa wadah sendiri. Kemudian pengembangan strategi penjualan produk lebih beragam dan bervariasi serta memaksimalkan melalui media online dan marketplace serta dapat melakukan sistem reseller dan waralaba.

Kata Kunci: *Benchmarking, SWOT, Zero Waste*

ABSTRACT

Rindang Zero Waste is a shop with zero waste concept aims to provide as many environmentally friendly products as possible, to help and educate people to change lifestyles that care about the environment and make small and simple changes in reducing waste produced. Tight competition between similar businesses with a variety of products offered requires business managers to take advantage of existing opportunities to develop and determine strategies that can be applied in the future. The method used in this research is descriptive method with interview data collection, observation, benchmarking and SWOT techniques. The research aims to identify the factors needed in the creation of stores with zero waste concept and the strategy of developing Rindang Zero Waste stores to increase sales. Obtained the results of the factors include the concept of sales without the minimum amount, organic and natural ingredients, customers are advised to bring their own containers. Then the development of product sales strategy is more diverse and varied and maximize through online media and marketplace and can do reseller and franchise system.

Keywords: *Benchmarking, SWOT, Zero Waste*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pendahuluan

Zero waste merupakan sebuah konsep gerakan yang mempunyai tujuan secara etis, ekonomis, efisien dan visioner dalam meningkatkan keberlanjutan dan keberlangsungan lingkungan dan sebuah konsep modifikasi penerapan prinsip-prinsip berkelanjutan untuk mendefinisikan ulang limbah serta sampah yang telah diproduksi, dengan pemahaman bahwa limbah adalah produk samping logis dari budaya dan sistem ekonomi yang saat ini hanya diatasi dengan proses pengelolaan linear (Abdullah, 2016 dikutip oleh Haliya dkk, 2020).

Sebagian besar konsumen hanya menginginkan suatu produk yang sesuai dengan kebutuhannya akan tetapi tidak memikirkan bagaimana dampaknya bagi lingkungan hidup. Konsumen tidak bersedia membayar lebih mahal untuk produk-produk yang bersifat ramah lingkungan. Oleh karena itu pertumbuhan produk ramah lingkungan dirasa lambat (Nina, 2012 dikutip oleh Putranti, 2016).

Bisnis produk hijau memiliki potensi untuk *sustainable*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Waskito (2015) dikutip oleh Bahaduri (2020), produk ramah lingkungan meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli karena kontribusi penghargaan masyarakat terhadap produk hijau.

Tujuan toko yang berkonsep *zero waste* adalah menyediakan produk ramah lingkungan sebanyak mungkin, untuk membantu dan mengedukasi orang untuk mengubah gaya hidup yang peduli terhadap lingkungan serta membuat perubahan kecil dan sederhana dalam mengurangi limbah yang dihasilkan. Juga melalui toko yang berkonsep *zero waste* dan produk ramah lingkungan yang ditawarkan dengan fokus dalam mendukung komunitas lokal, Serta mengurangi plastik dan mengkapanyekan tentang gaya hidup gerakan minim plastik kepada masyarakat. Kendala yang dialami toko yang berkonsep *zero waste* adalah rendahnya kesadaran masyarakat akan bahayanya penggunaan plastik sekali pakai yang dapat mencemari lingkungan, dan belum familiarnya toko-toko yang berkonsep *zero waste* serta penggunaan plastik sekali pakai yang sangat murah dan mudah didapatkan. Kemudian belum tegasnya sanksi dari pemerintah terkait aturan tentang pelarangan penggunaan kantong plastik. metode yang disebut dengan *benchmarking* ini diterapkan pada Rindang Zero Waste untuk pengembangan dan menciptakan kinerja toko yang lebih baik lagi. Pengembangan bisnis ini dilakukan mengingat Rindang Zero Waste merupakan pendatang baru di bidang penyediaan bahan pokok untuk pangan sehat yang ramah lingkungan di Pekanbaru. Kesuksesan dalam menjalankan bisnis toko yang ramah lingkungan tidak hanya berasal dari kualitas produk tetapi juga masifnya dalam mempromosikan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang diperlukan untuk membuat toko *zero waste* serta menganalisa dengan mengunakan *benchmarking* melalui empat aspek, yaitu produk, pelayanan, segmentasi pasar dan pemasaran/promosi toko *zero waste* guna untuk pengembangan dalam meningkatkan penjualan Rindang Zero Waste.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Literatur

Zero Waste

Zero waste berisi prinsip yang dijadikan sebagai gaya hidup untuk memperpanjang siklus hidup sumber daya sehingga menjadi produk yang dapat dipakai kembali. *Zero waste* juga menjauhi *single-use plastic* atau plastik yang hanya sekali pakai. Tujuannya agar sampah yang sulit terurai tidak dikirim ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA) (Wardhani, 2018).

Toko Minim Sampah

Minim sampah adalah adalah proses, bukan semata tujuan akhir. Untuk itu, perlu secara perlahan, bertahap dan bertujuan mencapainya. Belajar *zero waste* mengembalikan kita pada kebiasaan lama yang sudah ditinggalkan, seperti kebiasaan memasak sendiri, membawa tas sendiri ke pasar tradisional, membungkus makanan dengan daun pisang atau bahan alami lainnya, makan buah dan sayur, serta membawa bekal sendiri. Sebenarnya kesemuanya adalah kebiasaan lama (Wardhani, 2018). Seperti halnya Nirmala, 2017 mengatakan bahwa *zero waste is not a trend, it's a return to culture*. Menjalankan toko yang minim plastik selain menjadikan pelaku bisnis juga dapat memberikan edukasi serta berkampanye untuk masyarakat. Display seperti pada gambar 2.1 dan 2.2 juga akan membantu untuk memberikan informasi kepada masyarakat jika ingin berbelanja di toko yang berkonsep minim plastik (*zero waste*).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dilindungi undang-undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 1. Display Bulk Store



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2. Langkah-Langkah Belanja di Bulk Store

Benchmarking

benchmarking merupakan suatu metode untuk mengembangkan organisasi dengan menjadikan organisasi lain yang lebih baik sebagai acuan dan menyesuakannya dengan kondisi organisasi. *benchmarking* sebagai memutuskan apa yang penting, memahami bagaimana melakukannya, dan bagaimana sebaiknya melaksanakannya, serta menerapkan apa yang telah dipelajari guna terus-menerus meningkatkan kualitas yang lebih baik daripada sebelumnya. (Kusnoto, 2000 dikutip oleh Putri, 2008).

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan yaitu faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Kekuatan (*strengths*) adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kelemahan (*weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Peluang (*opportunity*) adalah bagian dari analisis lingkungan eksternal perusahaan yang membantu manajemen dalam mencari dan mengetahui apa saja yang menjadi peluang dan kesempatan bagi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya sehingga perusahaan tersebut dapat meraih pangsa pasar dan keuntungan yang lebih besar. Ancaman (*threaths*) adalah bagian dari analisis lingkungan eksternal perusahaan yang membantu manajemen untuk mengetahui



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tantangan yang akan dan telah dihadapi perusahaan yang timbul karena adanya suatu kecenderungan atau perkembangan yang tidak menguntungkan diluar perusahaan (David Freed. R, 2009 dikutip oleh Asmawati, 2018).

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor- faktor strategi perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya (Fahmi, 2014 dikutip oleh Asmawati, 2018):

1. Strategi SO, strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST, strategi ini diterapkan dalam menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT, strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Tabel 1. Diagram Matrik SWOT

IFAS	STRENGTHS (S) Menentukan faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESS (W) Menentukan faktor-faktor kelemahan internal
EFAS	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Menentukan ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Metode Penelitian

1. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan merupakan langkah awal yang dilakukan untuk mengetahui kondisi atau permasalahan ada di toko Rindang Zero Waste pada saat ini sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai toko yang akan diteliti. Untuk memulai penelitian dilakukan dengan cara observasi dan wawancara.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mencari informasi dan teori-teori pendukung yang berkaitan dalam pemecahan masalah yang menjadi objek penelitian.

3. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah perlu dilakukan sebagai awal untuk merumuskan masalah yang sesuai.

4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan masalah utama yang diteliti untuk menetapkan tujuan penelitian yang akan dicapai.

5. Penetapan Tujuan

Penetapan tujuan penelitian merupakan suatu target yang ingin dicapai dalam upaya menjawab segala permasalahan yang sedang diteliti.

6. Batasan Masalah

Batasan masalah dalah batasan dalam melakukan penelitian agar masalah yang diteliti tidak meluas pada permasalahan lainnya dan penelitian tidak menyimpang dari tujuan penelitian.

7. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk mengumpulkan data-data sesuai dengan data yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini data-data yang dibutuhkan meliputi:

a. Data primer

Merupakan data yang diperoleh dari toko yang yang didapat dari hasil observasi pengamatan secara langsung dan wawancara dengan pihak terkait.

b. Data Sekunder

Metode pengambilan data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak toko, meliputi profil usaha, struktur organisasi.

8. Pengolahan Data

Pengolahan data bertujuan untuk menghasilkan suatu nilai atau gambaran yang dapat memberikan penjelasan agar pembaca menegrti dan paham mengenai penelitian ini.

a. Langkah-Langkah *Benchmarking*

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam pelaksanaan *bencmarking* dalam mengukur kinerja usaha toko Rindang Zero Waste dan yang dijadikan pembanding meliputi: Mengenali perusahaan pelaku *benchmarking* dan Menentukan kerangka kinerja yang dihasilkan

b. Analisis SWOT

Analisis ini ditujukan untuk dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Keputusan strategis sebuah usaha perlu pertimbangan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman.

9. Analisa

Analisa tersebut dilakukan berdasarkan kepada pengolahan data yang dilakukan sebelumnya.

10. Kesimpulan dan Saran



Kesimpulan tersebut akan menjadi hasil akhir dari penelitian yang dilakukan. Selain itu juga akan diberikan saran atas kesimpulan yang didapat agar untuk kedepannya masalah tersebut dapat berguna bagi perusahaan dan peneliti.

Hasil dan Pembahasan

Toko berkonsep *zero waste* yang biasa dikenal dengan toko grosir/curah ramah lingkungan yang menjual barang dalam ukuran besar dengan meniadakan kemasan plastik yang biasa dipakai untuk mengemas barang-barang yang dijual. Adapun barang-barang yang dijual seperti kebutuhan pokok, ragam minuman tradisional, perawatan diri hingga buatan rumah. Toko *zero waste* punya konsep penjualan tanpa jumlah minimum yang bertujuan agar produk dapat digunakan seperlunya oleh konsumen. Bahan-bahan yang digunakan organik dan alami yang ramah lingkungan. Kemudian pelanggan yang berbelanja pada toko grosir/curah ramah lingkungan disarankan menyiapkan daftar-daftar belanjaan yang akan dibeli, membawa wadah sendiri seperti botol kaca atau tas yang *reusable*, timbang terlebih dahulu wadah yang dibawa konsumen, kemudian pilih produk yang dibutuhkan dan masukkan kedalam wadah yang sudah disediakan. Selanjutnya timbang berat produk, terakhir bayarliah dikasir.

Omset penjualan 6 bulan terakhir pada tahun 2020 pada ketiga toko dapat dilihat pada Tabel 4. dibawah, dimana masing-masing toko ada yang mengalami peningkatan ada juga yang mengalami penurunan. Namun masih peningkatan maupun penurunan tidak memiliki rentang yang banyak.

Tabel 1. Omset Penjualan

Bulan	Rindang Zero Waste	Wannmilkshake&foods	Rumah Muslimah Pku
	(Juta)		
Mei	6	10	20
juni	14,8	12	19,8
Juli	14,9	10,1	19
Agustus	15,1	9,9	20,5
September	15,1	14	22,1
Oktober	15,6	15	22

Penilaian kinerja *benchmarking* meliputi aspek produk, pelayanan, segmentasi pasar dan pemasaran/promosi. Penilaian ini berdasarkan hasil dari wawancara pemilik toko, baik Rindang Zero Waste, Wannmilkshake&foods dan Rumah Muslimah Pku.

1. Aspek Produk

a. Bahan organik dan alami

Rindang Zero Waste memang secara keseluruhan bahan yang ditawarkan organik serta ramah lingkungan. Wannmilkshake&foods bahan-bahan produk yang ditawarkan mayoritas alami ramah lingkungan, seperti produk makanan olahan yang dibuatnya. Rumah Muslimah Pku juga menawarkan bahan-bahan organik dan alami walaupun masih belum sepenuhnya menerapkan konsep *zero waste*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



b. Harga produk

Tabel 2. Perbandingan Harga Produk

Nama Produk	Rindang Zero Waste	Wanmilkshake&foods	Rumah Muslimah Pku
	(Rp/500 gram)		
Garam Himalaya	53.000	57.500	45.000
Organik Chia Seed	75.000	65.000	80.000
Kaldu Jamur	-	8.500	11.000
Bawang Putih Bubuk	68.500	85.000	-
Minyak Kelapa	20.000	-	-
Mie Sayur dan Buah	42.500	-	60.000
Beras Merah	17.000	-	16.500
Kacang Merah	35.500	-	35.000

Keragaman produk

Tabel 3. Keberagaman dan Variasi Produk

Rindang Zero Waste	Wanmilkshake&foods	Rumah Muslimah Pku
Garam himalaya	Garam himalaya	Garam himalaya
Biji-bijian organik	Beras shirataki	Madu hutan sumatra
Kacang-kacangan organik	Takoyaki	Tepung bumbu
Beras organik	Gochujang halal	Kaldu jamur merang
Tepung organik	Bon nori	Mie sayur-sayuran
Bubuk bawang	Tepung bumbu	Beras organik
Minyak kelapa	Chia seed organik	Kurma
Cengkeh	Granola	Sabun bidara batang
Sedotan reusable	Basil	Zaitun

2. Proses Pelayanan

a. Pengantaran pesanan

Rindang Zero Waste dalam mengantarkan pesanan untuk wilayah sekitar Pekanbaru dapat dilayani dengan jasa kurir yang sudah bekerjasama dengan toko Rindang Zero Waste. Wanmilkshake&foods dalam pengantaran pemesanan produk juga melayani pengantaran langsung jika area masih terjangkau, namun apabila pemesanan melalui online dilayani dengan jasa pengiriman barang. Rumah Muslimah Pku untuk pengantaran pesanan juga diantar langsung jika area

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



masih terjangkau, namun jika menggunakan online pengantaran menggunakan jasa pengiriman barang. Jadi ketiga toko tetap sama unggul dalam hal pengantaran pesanan.

b. Kesesuaian pesanan dengan produk yang diterima

Rindang Zero Waste memberikan daftar produk pada bio laman Instagramnya dan konsumen dapat melihat produk-produk yang ditawarkan. Sehingga konsumen dapat memilih produk yang dipesan. Begitu juga pada Wanmilkshake&foods dan Rumah Muslimah Pku konsumen dapat memilih dan memesan produk yang diinginkan pada display yang tertera pada Instagram maupun marketplace. Sejauh ini konsumen belum pernah mengajukan komplain terhadap barang yang dipesan. Jadi ketiga toko tetap sama unggul dalam hal pesanan yang diterima.

c. Keramahan dan kemampuan pelaku usaha berkomunikasi dengan konsumen

Rindang Zero Waste, Wanmilkshake&foods dan Rumah Muslimah Pku dalam melayani konsumen dilakukan dengan penuh keramahan. Dan komunikasi yang dilakukan dengan konsumen dilakukan juga secara baik seperti banyaknya konsumen yang masih belum mengetahui dan bertanya dengan produk-produk yang ditawarkan. Kemampuan pelayanan dalam menjelaskan semua produk yang ditawarkan sangat dibutuhkan, sehingga pelanggan dalam berbelanja merasa puas.

3. Segmentasi Pasar

Kinerja segmentasi pasar Rindang Zero Waste, Wanmilkshake&foods dan Rumah Muslimah Pku mengacu pada pemahaman masyarakat yang sudah mulai peduli terhadap lingkungan dan kesehatan. Segmen pasar yang dituju adalah mayoritas kalangan menengah keatas yang sudah sadar akan gaya hidup sehat. Untuk produk kecantikan Rumah Muslimah Pku menargetkan pasar kaum perempuan.

4. Pemasaran/Promosi

Pemasaran selain pada toko juga menggunakan sistem online, dimana pada Rindang Zero Waste promosi menggunakan sistem online melalui media sosial (Instagram), sedangkan pada Wanmilkshake&foods pemasaran/promosi mencakup lebih luas selain dengan media sosial (Instagram dan Facebook) juga merambah pada marketplace (Go Food, Shoope, Tokopedia), pengembangan usaha menggunakan reseller dan waralaba. Rumah Muslimah Pku pemasaran menggunakan media sosial (Instagram), juga membuka reseller dan marketplace (Shopee). Dapat terlihat bahwa kelebihan dalam pemasaran/promosi di Wanmilkshake&foods dengan merambah pada marketplace, reseller dan waralaba. Kemudian Rumah Muslimah Pku juga menggunakan marketplace dan reseller.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

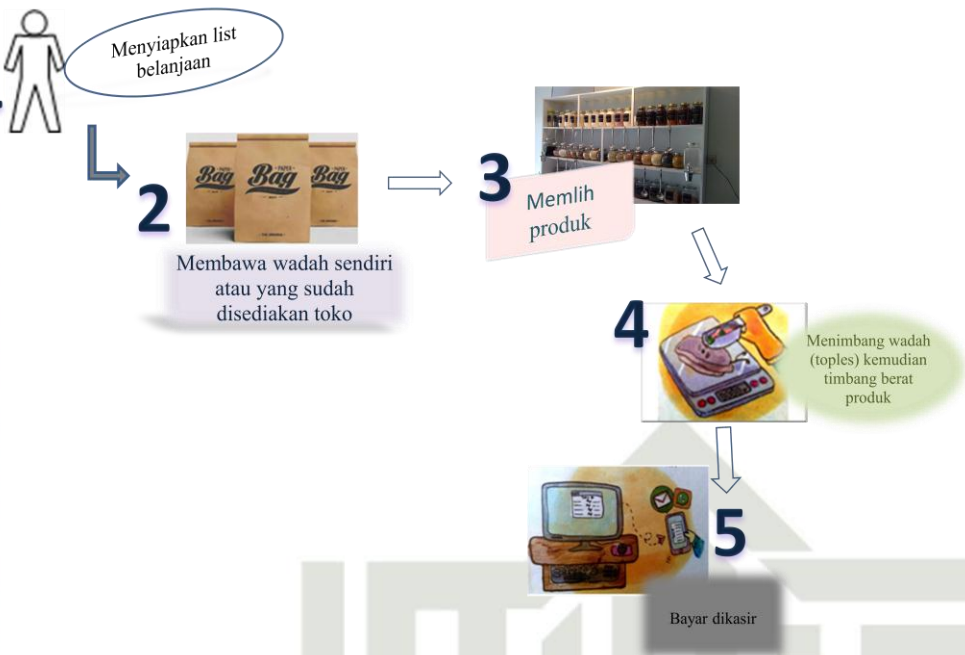
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



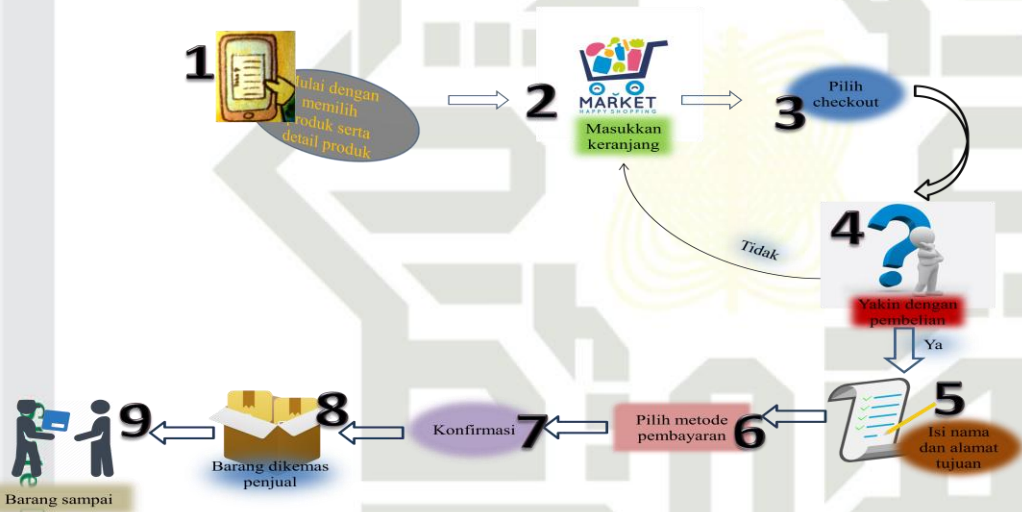
Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

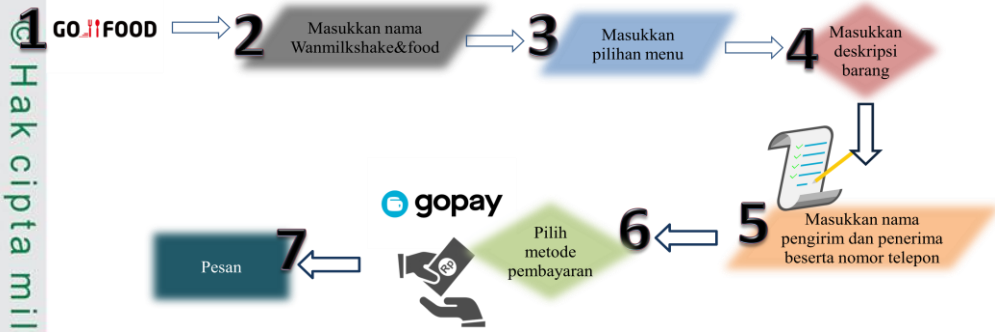
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



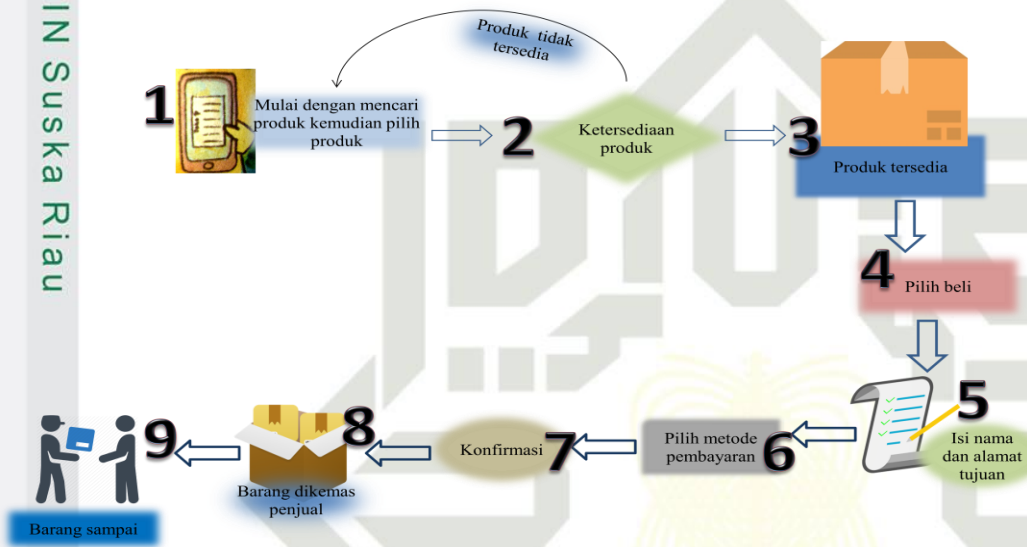
Gambar 1. Alur Pembelian pada Toko Rindang Zero Waste



Gambar 2. Alur Pemesanan Melalui Shopee



Gambar 3. Alur Pemesanan Go Food Wanmilkshake&food



Gambar 4. Alur Pemesanan Melalui Tokopedia

Analisis SWOT ini dilakukan untuk merumuskan strategi toko Rindang Zero Waste dan toko pembanding yang nantinya akan menghasilkan keputusan yang akan menjadi pertimbangan dalam strategi untuk pengembangan toko dalam meningkatkan penjualan Rindang Zero Waste.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Tabel 4. Matrik SWOT Rindang Zero Waste

<p>Internal</p>	<p>Kekuatan (S)</p>	<p>Kelemahan (W)</p>
<p>Eksternal</p> <p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 08 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Sampah. Mendukung pengelolaan sampah menuju gaya hidup <i>zero waste</i> Dengan adanya berbagai komunitas masyarakat yang peduli terhadap lingkungan dan gerakan masyarakat hidup sehat menambah peluang segmen pasar Semakin berkembangnya era digital sehingga lebih memudahkan dalam hal pemasaran melalui sistem online Dengan adanya pandemi Covid-19 menjadikan masyarakat lebih mengutamakan gaya hidup sehat. 	<ol style="list-style-type: none"> Kemasan produk minim menggunakan plastik sekali pakai Kualitas produk mengutamakan bahan-bahan organik dan alami tanpa menggunakan bahan pengawet sehingga lebih sehat Setiap produk memiliki label informasi Produk dijual persatuan berat (gram) dan volume (liter) 	<ol style="list-style-type: none"> Harga produk lebih mahal dibanding toko konvensional Produk makanan tidak tahan lama karena tanpa menggunakan bahan pengawet Lokasi kurang strategis Belum maksimalnya penggunaan marketplace
<p>Ancaman (T)</p>	<p>Strategi SO</p>	<p>Strategi WO</p>
<ol style="list-style-type: none"> Banyaknya toko konvensional yang menjual produk sejenis yang tidak organik dan alami serta harga yang murah Kesadaran masyarakat dalam memahami gaya hidup <i>zero waste</i> masih tergolong rendah Turunnya perekonomian yang mengakibatkan rendahnya daya beli masyarakat 	<ol style="list-style-type: none"> Kemasan produk tanpa menggunakan plastik sekali pakai mendapat dukungan dengan adanya Perda No. 08 Tahun 2014 sehingga mendorong masyarakat untuk lebih minim dalam penggunaan plastik sekali pakai dan membiasakan kepada masyarakat untuk menerapkan gaya hidup yang ramah lingkungan <p>Formulasi: S1 dan O1</p>	<ol style="list-style-type: none"> Berbagai komunitas masyarakat yang sadar lingkungan dan Perda No. 08 Tahun 2014 yang mengatur kebijakan pengelolaan sampah menjadikan toko yang berkonsep <i>zero waste</i> menjadi pilihan masyarakat walaupun harga yang ditawarkan lebih mahal produk makanan yang tanpa bahan pengawet menjadikan pilihan untuk masyarakat yang sadar akan gaya hidup sehat <p>Formulasi: W1,W2 dan O2</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p> <p>State Islamic University of Sultan Syarif Kasim</p>	<p>2. Berbagai komunitas yang peduli lingkungan dan gaya hidup sehat menjadikan produk organik dan konsep zero waste menjadi pilihan, terlebih disaat pandemi Covid-19 produk yang organik dan alami menjadi pilihan Formulasi: S2 dan O2,O4</p> <p>3. Berkembangnya era digital memudahkan toko dalam memberikan informasi produk ramah lingkungan yang ditawarkan, sehingga masyarakat mudah dalam mendapatkan informasi produk ramah lingkungan yang dibutuhkan Formulasi: S3,S4 dan O3</p>	<p>3. Berkembangnya era digital dimanfaatkan toko dalam mempromosikan dan memasarkan produk yang ramah lingkungan Formulasi: W3,W4 dan O3</p> <p>4. Memaksimalkan marketplace dalam memasarkan produk disaat pandemi Covid-19 Formulasi: W4 dan O4</p>
	<p>Strategi ST</p>	<p>Strategi WT</p>
	<p>1. Meningkatkan inovasi produk dan kemasan ramah lingkungan yang menjadikan produk lebih memiliki daya tarik dan harga jual yang lebih murah Formulasi: S1 dan T1,T2</p> <p>2. Produk yang ditawarkan mengutamakan bahan organik dan alami serta ramah lingkungan yang ditawarkan menjadikan dorongan bagi masyarakat untuk meningkatkan kesadaran akan gaya hidup sehat Formulasi: S2 dan T2</p> <p>3. Produk yang dijual persatuan berat (gram) dan volume (liter) dan diberikan label informasi yang jelas memudahkan konsumen dalam menentukan kuantitas sesuai yang dibutuhkan Formulasi: S3,S4 dan T3</p>	<p>1. Meningkatkan inovasi penjualan produk yang lebih beragam dan produk yang tahan lama serta meningkatkan kerja sama dengan supplier yang memeberikan harga yang lebih kompetitif Formulasi: W1,W2 dan T1</p> <p>2. Meningkatkan kampanye dan promosi diberbagai media online yang berkaitan dengan produk ramah lingkungan yang dapat menjangkau keseluruhan wilayah Indonesia Formulasi: W3,W4 dan T2,T3</p>



Tabel 5. Matrik SWOT Wanmilkshake&foods

Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
<p>Eksternal</p> <p>Peluang (O)</p> <p>1. Masih belum banyaknya toko yang sejenis</p> <p>2. Semakin berkembangnya era digital sehingga lebih memudahkan dalam hal pemasaran melalui media sosial dan marketplace</p>	<p>1. Produk yang ditawarkan terdiri dari produk olahan sendiri dan produk jadi kebutuhan sehari-hari yang mayoritas organik dan alami</p> <p>2. Pemasaran selain pada toko juga memakai sistem online dengan menggunakan berbagai media sosial dan marketplace</p> <p>3. Pengembangan usaha menggunakan sistem waralaba dan reseller</p>	<p>1. Lokasi toko kurang strategis</p> <p>2. Sebagian produk masih menggunakan kemasan plastik</p>
<p>Ancaman (T)</p> <p>1. Banyaknya toko konvensional</p> <p>2. Harga produk pada toko konvensional lebih murah untuk barang yang tidak organik dan alami</p> <p>3. Turunnya perekonomian suatu Negara berdampak pada turunnya daya beli masyarakat.</p>	<p>Strategi SO</p> <p>1. Produk yang ditawarkan hasil olahan sendiri dan menyediakan juga produk kebutuhan sehari-hari yang mayoritas organik dan alami dan belum banyak toko sejenis sehingga menjadikan produk yang ditawarkan menjadi pilihan konsumen Formulasi: S1 dan O1</p> <p>2. Berkembangnya era digital dimanfaatkan untuk memperluas pemasaran secara online keseluruh wilayah Indonesia baik melalui media sosial dan marketplace Formulasi: S2 dan O2</p> <p>3. Selain menggunakan pemasaran online, pengembangan usaha dilakukan dengan sistem reseller dan waralaba Formulasi: S2,S3 dan O2</p>	<p>Strategi WO</p> <p>1. Dengan belum banyaknya toko yang menjual produk organik dan alami menjadikan peluang untuk mengembangkan lokasi toko yang lebih strategis Formulasi: W1 dan O1</p> <p>2. Berkembangnya era digital pemasaran produk dapat menjangkau keseluruh wilayah Indonesia Formulasi: W1 dan O2</p> <p>3. Inovasi dan pengembangan kemasan produk yang ramah lingkungan dan dapat dipromosikan melalui media sosial dan marketplace Formulasi: W2 dan O2</p>
	<p>Strategi ST</p>	<p>Strategi WT</p>
	<p>1. Dengan tetap memepertahankan keunggulan produk yang ditawarkan dan menjaga kualitas menjadikan daya tarik dan pilihan masyarakat Formulasi: S1 dan T1</p>	<p>1. Meningkatkan penggunaan media online sebagai bahan promosi Formulasi: W1 dan T1</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	2. Pemasaran sistem online dan memanfaatkan berbagai macam promo-promo dapat meningkatkan daya tarik dan minat konsumen Formulasi: S2 dan T2 3. Pengembangan toko dengan sistem reseller dan waralaba keberbagai tempat menjadikan pemasaran tetap berjalan disaat perekonomian sedang turun Formulasi: S3 dan T3	2. Meningkatkan inovasi dan pengembangan penggunaan kemasan produk yang ramah lingkungan dan meningkatkan kerjasama dengan supplier yang memberikan harga lebih kompetitif sehingga meningkatkan daya tarik konsumen Formulasi: W2 dan T2,T3
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabel 6. Matrik SWOT Rumah Muslimah Pku

	Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Eksternal			
Peluang (O)		1. Produk yang ditawarkan terdiri dari kebutuhan sehari-hari, produk kecantikan, serta herbal 2. Pemasaran selain pada toko juga memakai sistem online dengan menggunakan berbagai media sosial dan marketplace 3. Pengembangan usaha menggunakan sistem reseller	1. Lokasi toko kurang strategis 3. Sebagian produk masih menggunakan kemasan plastik
1. Masih belum banyaknya toko yang sejenis 2. Semakin berkembangnya era digital sehingga lebih memudahkan dalam hal pemasaran melalui media sosial dan marketplace			
Ancaman (T)	Strategi SO	Strategi WO	
1. Banyaknya toko konvensional 2. Harga produk pada toko konvensional lebih murah untuk barang yang tidak organik dan alami 3. Turunnya perekonomian suatu Negara berdampak pada turunnya daya beli masyarakat.	1. Produk yang ditawarkan beragam mulai dari kebutuhan sehari-hari, produk kecantikan hingga produk herbal yang mayoritas organik dan alami dan belum banyak toko sejenis sehingga menjadikan produk yang ditawarkan menjadi pilihan konsumen Formulasi: S1 dan O1 2. Berkembangnya era digital dimanfaatkan untuk memperluas pemasaran secara online keseluruh wilayah Indonesia baik melalui media sosial dan marketplace Formulasi: S2 dan O2	1. Dengan belum banyaknya toko yang menjual produk organik dan alami menjadikan peluang untuk mengembangkan lokasi toko yang lebih strategis Formulasi: W1 dan O1 2. Berkembangnya era digital pemasaran produk dapat menjangkau keseluruh wilayah Indonesia Formulasi: W1 dan O2 3. Inovasi dan pengembangan kemasan produk yang ramah lingkungan dan dapat dipromosikan melalui media sosial dan marketplace Formulasi: W2 dan O2	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	3. Selain menggunakan pemasaran online, pengembangan usaha dilakukan dengan sistem reseller Formulasi: S2,S3 dan O2	
	Strategi ST	Strategi WT
	1. Dengan tetap memepertahankan keunggulan produk yang ditawarkan dan menjaga kualitas menjadikan daya tarik dan pilihan masyarakat Formulasi: S1 dan T1 2. Pemasaran sistem online dan memanfaatkan berbagai macam promo-promo dapat meningkatkan daya tarik dan minat konsumen Formulasi: S2 dan T2 3. Pengembangan toko dengan sistem reseller keberbagai tempat menjadikan pemasaran tetap berjalan disaat perekonomian sedang turun Formulasi: S3 dan T3	1. Meningkatkan penggunaan media online sebagai bahan promosi Formulasi: W1 dan T1 2. Meningkatkan inovasi dan pengembangan penggunaan kemasan produk yang ramah lingkungan dan meningkatkan kerjasama dengan supplier yang memberikan harga lebih kompetitif sehingga meningkatkan daya tarik konsumen Formulasi: W2 dan T2,T3

Kesimpulan

Toko berkonsep *zero waste* yang biasa dikenal dengan *bulk store* atau toko grosir/curah ramah lingkungan adalah yang menjual barang dalam ukuran besar dengan meniadakan kemasan plastik. Toko *zero waste* mempunyai konsep penjualan tanpa jumlah minimum. Bahan-bahan produk yang ditawarkan adalah bahan-bahan organik dan alami serta ramah lingkungan. Pelanggan yang berbelanja pada toko yang berkonsep *zero waste* disarankan membawa wadah sendiri seperti botol kaca atau tas yang *reusable*.

Berdasarkan penggunaan *benchmarking* yang mengacu pada empat aspek yaitu aspek produk, pelayanan, segmentasi pasar dan pemasaran/promosi dengan berdasarkan pada analisis matrik SWOT, maka alternatif strategi terbaik yang dapat dilakukan untuk pengembangan dalam meningkatkan penjualan toko Rindang Zero Waste adalah dengan melihat kelebihan dari toko pembanding yaitu dari aspek produk dan pemasaran/promosi. Dimana dari segi aspek produk Warmlshake&foods dan Rumah Muslimah Pku memiliki kelebihan dalam hal keberagaman produk yang lebih bervariasi dengan tetap mempertahankan kualitas, serta banyak bekerjasama dengan pemasok yang menawarkan harga yang lebih kompetitif. Kemudian dari segi pemasaran/promosi pada toko pembanding memiliki kelebihan dalam hal memanfaatkan media online dan marketplace serta melakukan penjualan dengan membuka sistem reseller dan waralaba. Maka Rindang Zero Waste dapat menerapkan strategi pengembangan penjualan produk yang lebih beragam dan bervariasi sehingga apabila suatu produk kurang diminati masih dapat ditopang oleh produk-produk yang lainnya dan memaksimalkan



kerjasama dengan pemasok lainnya yang menawarkan harga yang lebih kompetitif, sehingga harga jual dapat lebih murah. Untuk pengembangan dalam meningkatkan penjualan juga dapat memaksimalkan melalui media online dan marketplace serta dapat melakukan sistem reseller dan waralaba.

Daftar Pustaka

- Afithey, Z., Analisis *Benchmarking* Bisnis Kompetitif Steak (Studi Kasus Obonk *Steak and Ribs* di Bogor, Jawa Barat), Skripsi, Jurusan Ekstensi Manajemen Agribisnis, Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2008.
- Asnawati, H., Strategi Pengembangan Usaha dengan Metode Analisis SWOT pada Usaha Laundry Istiqomah di Samarinda, *e-Journal Administrasi Bisnis*, Vol. 6, No. 1, ISSN 2355-5408, 2018.
- Bahaduri, B. I., Perancangan Marketplace Boxwood untuk Mempermudah Konsumen Membeli Produk Hijau, Seminar Nasional Envisi: Industri Kreatif, 2020.
- Hakya, H. Z., Setyaningsih, W., Winarto, Y., Konsep Zero Waste pada Desain Environmental Learning Park di Batu, Jawa Timur, *Jurnal SenTHong*, Vol. 3, No. 1, E-ISSN : 2621 – 2609, 2020.
- Nirmala, S., *Zero Waste Adventure*, zerowasteadventures, 2017.
- Putranti, H, R, D., dan Suparmi., Pengaruh Kemasan Ramah Lingkungan dan Informasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Konsumen AMDK Kota Semarang), Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC, Universitas Bakrie, 2016.
- Putri, J, R., Analisis Benchmarking Posisi Coffee Shop X Terhadap Franchise Coffee Shop Y di Jatiningor, *JPSB*, Vol. 8 No.1, 2020.
- Putri, Y, R., *Analisis Kinerja Agrowisata Rumah Sutera Alam Desa Pasir Eurih, Kecamatan Taman Sari Kabupaten Bogor*, Skripsi Jurusan Manajemen Agribisnis, Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2008.
- Wardhani, DK., *Belajar Zero Waste: Menuju Rumah Minim Sampah*, Penerbit Pustaka Rumah Main Anak (RMA), 2018.
- Wardhani, DK., *Bye-Bye! Sekali Pakai*, Penerbit Bentala Kata, 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

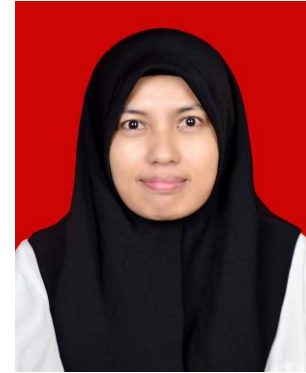
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Annisa Selvia
 NIM : 11352205391
 T. L. : Sialang Rindang, 09 Juli 1995
 Alamat : Sialang Rindang, RT. 017 RW. 006,
 Kec. Tambusai, Kab. Rokan Hulu
 No. HP : 0852 7141 3349
 Email : annisa.selviaui13@gmail.com,
 annisa.selvia@students.uin-suska.ac.id
 Judul TA : Analisis *Benchmarking* Toko Zero Waste (Studi Kasus: Rindang
 Zero Waste di Pekanbaru)



Nama Orang Tua

Nama Ayah : Sulardi
 Nama Ibu : Khumaiyah

Riwayat Pendidikan

- SD Negeri 018 Tambusai, Rokan Hulu (2001-2007)
- SMP Negeri 02 Rambah, Rokan Hulu (2007-2010)
- SMA Negeri 03 Rambah Hilir, Rokan Hulu (2010-2013)
- S1 Teknik Industri UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru (2013-2021)

Riwayat Organisasi

- Koordinator departemen pembinaan anggota (DPA) FU Assalam FST
- Badan Penasehat akhwat FU Assalam FST
- Anggota bidang pementoran badan koordinasi mentoring (BKM) FST
- Anggota departemen pembinaan anggota (DPA) FKII Asy Syams UIN Suska Riau
- Anggota bidang pementoran FKII Asy Syams UIN Suska Riau
- Liaison officer (LO) puskomda Aceh dan Banten pada forum silaturahmi lembaga dakwah kampus nasional (FSLDKN) ke 18 di Pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Melaksanakan kerja praktek (KP) di PMKS Topaz Asian Agri, dengan judul Analisis Implementasi Budaya Kerja 5S pada Karyawan di Stasiun *Thresing* dan Stasiun *Press* (studi kasus: PT. Tunggal Yunus Estate) dan juga melakukan pengabdian Kuliah Kerja Nyata (KKN) didesa Pematang, Kec. Pangean Kab. Kuantan Singingi dengan tema tematik posdaya berbasis masjid di masjid Al-Hafshah.

@Hak Cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU