

Medela Freestyle. Merek yang terakhir inilah yang paling nyaman digunakan oleh responden, tetapi harga dari merek ini dapat dikatakan mahal.

Ide untuk mendirikan persewaan pompa ASI dimulai seperti penjelasan responden 1 sebagai berikut:

“Nah, Karena saya punya 4 pompa ASI, waktu itu ada teman saya yang juga mau nyewa, ke Jakarta tapi juga sama antri, akhirnya saya tawarin punya saya, untuk disewa, dianya mau, akhirnya saya mulai sewakan, waktu itu malah belum bayar sebetulnya, belum mulai aaa saya minta bayaran, dia nyewa aaa satu produk pertama gak cocok dia nyewa yang kedua baru saya *tageh*, aaa baru saya tentukan bayaran aaa apa, harganya. Terus teman saya ini ngomong ketemannya lagi, akhirnya nyewa ke saya, waktu itu memang pompanya cuman 4, cuman setiap orang aaa nanya saya ngomong pompanya masih disewa, padahal saya belum punya, awal-awal gitu dari *word of mouth*, kita belum beriklan belum ngomong apa apa belum ada *brand*-nya bahkan. Akhirnya terus karena sudah beberapa *word of mouth* itu sampek ada 3-4 gitu, nyewa rutin akhirnya saya buka waktu itu, bulan Oktober tanggal 27 Oktober 2012 anak saya lahirnya sebulan setelah anak lahir pokoknya.”

Dari hasil wawancara ini dapat diketahui awal mula Responden 1 memiliki ide untuk mendirikan persewaan alat pompa ASI. Hal ini dimulai dengan tidak dipakainya tiga alat pompa tersebut dan kemudian ada salah satu teman responden 1 yang berkeinginan untuk menyewa alat pompa di Jakarta. Ternyata teman responden 1 tersebut harus antri. Kemudian responden 1 menawarkan pompa yang dimiliki untuk disewa dan dia mau. Tetapi pada saat itu, responden 1 belum menarik uang sewa. Tetapi merek yang pertama tersebut tidak cocok, sehingga dia meminta untuk mengganti dengan merek yang lain. Barulah kemudian responden 1 meminta uang sewa. Dari kejadian inilah awal mula responden 1 memiliki ide untuk

Dari penjelasan Responden 1 dan responden 2, pimpinan dari bisnis ZamZeLova adalah responden 1. Responden 1 memulai bisnisnya setelah responden 1 melahirkan anak ketiga. Beliau juga seorang wanita pekerja yang pada saat itu sedang cuti kantor.

“Kita biasanya caranya anak kuliah, yang dia juga bisa kuliah, dan *part time-part time*, dia bisa bantu dikurir. Kalau pakek jasa kurir itu kan soalnya cenderung lebih mahal ya, jadi kita pakeknya malah kurir-kurir yang anak mahasiswa. Yang mau bekerja” (R.1)

Selain pemilik bisnis ini, ZamZeLova juga merekrut SDM dari unsur mahasiswa. Menurut responden 1, pelaku di ZamZeLova yang bagian kirim atau kurir biasanya adalah mahasiswa yang mau bekerja. Selain mereka kuliah, mereka juga dapat bekerja. Karena pekerjaan kirim barang di ZamZeLova hanya *part time*. Dan juga alasan responden 1 jika menggunakan kurir pada umumnya lebih mahal.

“... dan bisnis keluarga sebetulnya. Kalau untuk karyawannya. Kita hanya ada 2 kurir, 1 admin dan saya, saya sendiri. Itu aja sih, trus ada kurir cadangan. ada satu kurir cadangan yang ketika dibutuhkan saja, dan ada 2 kurir yang rutin itu tadi. Jadi totalnya 3+1, 1 yang cadangan. Nah, Kenapa saya bilang bisnis keluarga karena yang ngerjakan keluarga-keluarga sendiri dulu awalnya. Saya sama kakak saya, lanjut dengan saudara yang lain” (R.1)

Menurut Responden 1 bisnis ZamZeLova merupakan bisnis keluarga. Karena semua staf yang di ZamZeLova adalah keluarga dekat beliau. Karyawannya hanya tiga, dua kurir yang untuk kirim barang kepada pelanggan dan satu staf administrasi. Beliau juga terlibat didalamnya. Selain dari itu juga ada kurir cadangan yang fungsinya hanya

pada saat dibutuhkan saja. Jadi pelaku di ZamZeLova ada tiga pelaku inti, termasuk si responden 1 ditambah satu pelaku cadangan.

“Kami yang kerja di ZZL juga masih keluarga, saya sebagai admin adalah kakak dari ownernya itu. Karena dari saudara yang ada, yang punya waktu lebih banyak longgar saya, dan saya tinggalnya di Surabaya juga, jadi ini juga power ya, komunikasi bisa lancar.” (R.2)

“... saya juga sebagai wanita pekerja di kantor lain...” (R.2)

Responden 2 sebagai staf administrasi di ZamZeLova, dan beliau juga pekerja di kantor lain. Beliau kakak dari owner ZamZeLova. Beliau mengakui memiliki waktu lebih banyak dari pada saudara yang lain. Menurutnya karena beliau juga tinggal di Surabaya sehingga komunikasi bisa lancar dan menjadi kekuatan.

“Kalau saya pertama kali diajak oleh teman saya dan manajernya itu ngasik tau, masuk di ZamZeLova itu tidak harus orang yang tidak kuliah, orang kuliah juga, orang kuliah pun bisa jadi kurir, karena apa, kirim di ZamZeLova itu tidak harus ngantor jam 7 sampek jam 5 gitu, bukan seperti kurir-kurir apa kantor pos, jne.” (R.3)

“Kalau kirim kadang-kadang gak kirim kadang-kadang kirim, kalau kirimnya banyak kadang-kadang sampek tujuh, lima sampek tujuh, itu juga kadang-kadang tidak teratasi mas, kadang-kadang juga gak ada. Karena tiap harinya tidak tentu mas, bisa dua atau tiga, apaa itu tidak konsisten gitu.” (R.3)

Responden 3 awalnya di ajak teman. Beliau diberi penjelasan oleh owner/pimpinan ZamZeLova bahwa untuk bekerja di ZamZeLova anak kuliah juga bisa bekerja sebagai kurir. Karena menurut responden 3, bekerja sebagai kurir tidak harus masuk setiap hari dan tidak harus masuk seperti jam kantor pada umumnya. Pengiriman barangnya juga tidak rutin

menurut pengalaman, beliau sering menjumpai alamat tujuan pengiriman yang sama sekali belum diketahui.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa analisis yang dilakukan ZamZeLova hanya sebatas kebutuhan saat itu juga sebagaimana tugas dan peran masing-masing. Analisa kebutuhan staf administrasi dapat diinterpretasikan adalah orang yang paling dekat dengan *owner*. Hal ini dilihat dari staf administrasi yang merupakan kakak kandung *owner*, dan berdomisili di Surabaya. Sedangkan kurir analisis yang dibutuhkan adalah orang yang bisa diajak kerja untuk kirim barang. Peran ini biasanya merekrut mahasiswa yang mau kerja. Karena sistem kerja di ZamZeLova untuk kurir bersifat *freelance*. Kurir cadangan hanya dibutuhkan saat kondisi mendesak saja. Untuk *cleaner* dan *sterilizer* adalah asisten rumah tangga *owner* yang hanya berperan mencuci pompa dan dilakukan sterilisasi.

baru satu, saya gak akan beli kecuali sudah ada *waiting list* dua baru saya beli. Karena hitungan saya kalau sudah ada dua itu saya, saya kira masih banyak lah peminatnya, waktu itu. Kalau sekarang karena jenisnya juga sudah banyak kita kalau mau nambah alat biasanya kalau ada produk baru yang *booming* yang ramai di forum, kita biasanya sediakan. Terus kalau misalkan produk sudah ada tapi *waiting list* sudah sampek lima kita biasanya tambah unit . . . beli lagi namanya dengan jenis yang sama. Juga lihat-lihat pompa kita yang *fast moving*, ketika sudah habis masa sewa yang satunya, langsung ada yang sewa lagi. Unit itu juga sering kita beli . . . Jumlahnya mungkin 60-an ya . . .”

Menurut responden 1, untuk mengetahui jenis produk yang diminati ibu-ibu terkait pompa ASI, dia mengikuti forum ibu-ibu menyusui. Waktu itu, responden 1 tidak mengikuti *review* itu secara keseluruhan. Sepanjang ingatannya, dia hanya mengikuti sampai *review* produk ketujuh saja. Meski begitu, dia sudah bisa mendapatkan gambaran produk apa saja yang menjadi favorit para ibu-ibu menyusui.

Tahap selanjutnya, responden 1 mencoba menguatkan gambaran awal produk favorit itu dengan menunggu permintaan dari pelanggan. Menurutnya, jika ada satu produk yang dipesan oleh dua orang atau lebih, berarti produk tersebut layak untuk jadi pompa yang disewakan ZZL dan stoknya ditambah. Waktu itu, dia menyediakan empat produk, Medela, Avent, Pigeon, dan Unimom.

Untuk saat ini, proses penambahan stok unit pompa, ZZL berkaca pada jenis produk yang sedang *booming* di pasaran. Jika produk itu benar-benar *booming* dan diminati konsumen, ZZL langsung membeli produk itu jika belum dimiliki. Jika sudah dimiliki maka stoknya ditambah.

Yang jelas, responden 1 tidak mau ada lima orang yang mengantri

Produk jualan pendukung ASI lainnya juga disediakan. Seperti yang disampaikan oleh responden 1 dan 2 berikut :

“ . . . ada Rentals pompa ASI, ada freezer, ada booster ASI, apa plastik asi, botol asi. Itu menjadi satu kekuatan sebetulnya . . .” (R.1)

Responden 1 mengatakan, produk di ZamZeLova yang berupa jasa adalah *Rentals* pompa ASI dan *Rentals* freezer ASI. Ada juga produk pendukung untuk ibu menyusui. Seperti *booster* ASI, plastik ASI dan botol ASI. Produk tersebut menjadi salah satu kekuatan bagi ZamZeLova.

“ . . . ZZZ juga jualan pendukung ASI, ada Mama Soya, Natur, ada Momo, itu kantong plastik, ada teh ASI, ada kapsul, namanya Hulbah dll. Kalau untuk freezer . . . iya khusus ASI, yang pompa punya adek. Sedangkan yang freezer punya saya, tapi tetap dalam satu admin. Namun, khusus ASI tidak boleh dimasukin makanan lain. Sebenarnya awalnya gak ada, jadi itu karena permintaan pelanggan karena banyak yang butuh freezer buat stok asi, masih dikit kok, 10 unit. Satu admin, ya kayak kerja sama dengan adek saya” (R.2)

Responden 2 mengatakan, ZZZ (ZamZeLova) juga menjual produk pendukung ASI seperti Mama Soya, kapsul Hulbah dan teh ASI. Tiga produk tersebut adalah *booster* ASI merupakan makanan atau minuman pelancar ASI. Di samping itu, juga ada produk seperti Natur dan Momo yang merupakan kantong plastik untuk menyimpan ASI.

Selain itu, ZZZ juga melayani sewa freezer untuk ASI. Penyediaan freezer ini berawal dari permintaan pelanggan agar ZZZ juga menyewakan freezer ASI. Freezer milik responden 2 dan pompa ASI milik Responden 1 yang tak lain adalah saudara dari responden 2. Sehingga hal ini bisa dikatakan kerja sama.

Adanya persewaan pompa ASI di ZamZeLova sangat membantu para ibu. Dengan sewa mingguan atau bulanan sudah bisa mencoba beberapa jenis dan merek pompa untuk mengetahui pompa apa yang cocok. Setelah menemukan yang cocok, pelanggan disarankan untuk membeli. Namun, ada beberapa pelanggan yang akhirnya lebih memilih menyewa terus ke ZamZeLova. Hal ini terjadi kemungkinan penyewa sudah berencana untuk tidak memiliki anak kembali.

Pasar dan Peluang bisnis ZamZeLova dari berbagai hal. Seperti hasil wawancara dengan responden 1, 2, 3, 4, 5 dan 6 sebagai berikut :

“Kalau kita jadi peluang pasti, kita sebenarnya promo belum maksimal. Seharusnya kita bisa memaksimalkan dengan menaruh brosur di setiap dokter kandungan, rumah sakit ibu anak . . . Hal tersebut belum pernah, hanya saja beberapa dokter kandungan aja dan melalui internet yang pasti. Sebenarnya masih banyak peluangnya dan banyak sekali.” (R.1)

Responden 1 optimis dengan adanya ibu melahirkan setiap hari menjadi peluang pasar bagi bisnis persewaan pompa ASI ini. Beliau merasa promosi yang dilakukan masih belum maksimal. Seperti meletakkan brosur di dokter kandungan, dan rumah sakit ibu dan anak. Selama ini promosi hanya menitipkan brosur di beberapa dokter kandungan dan melalui media sosial.

“Kalau saya sih a dari pada punya handphone mending punya pompa ASI. Kalau ibu menyusui ibaratnya dari pada beli hanphone baru mending beli alat pompa ASI. Hanya karena pompa ASI itu cocok-cocokan, lebih baik sewa dulu dari pada langsung beli, takutnya setelah beli mahal kemudian tidak terpakai. Pompa ASI itu menjadi kebutuhan wajib bagi ibu menyusui. Apalagi ibunya bekerja ataupun tidak menurut saya tetap wajib. Karena ASI itu jauh lebih bagus dari pada

susu formula dan ketika anak diberi ASI itu memang beda, sangat beda hasilnya ketika anak dengan ASI dibandingkan dengan anak tidak menggunakan ASI. Dan ASI ini sebenarnya sudah menjadi haknya anak, selama dua tahun harus dipenuhi, ketimbang menggunakan susu formula bagi saya lebih baik ASI.” (R.1)

Responden 1 memberi perbandingan dan saran kepada para ibu menyusui, dari pada membeli handphone baru lebih baik beli pompa ASI. Baik bagi ibu perkerja atau pun ibu rumah tangga. Namun, karena pompa ASI cocok-cocokan sehingga beliau menghimbau untuk sewa dulu sebagai percobaan dari pada langsung membeli.

Menurut responden 1 pompa ASI menjadi kebutuhan wajib bagi para ibu menyusui. Baik ibu yang bekerja atau pun tidak bekerja. Karena memberikan ASI kepada anak hasilnya jauh lebih baik dari pada diberi susu formula.

“Emm, apa namanya, kekuatan yang dimiliki itu peluang pasar ya, dari 60 unit pompa yang dimiliki yang *waiting list* itu sudah banyak bahkan banyak sekali. Kita sampai minta maaf dan harus menolak permintaan. Orang melahirkan itu tiap hari ya?, Di samping itu kesadaran ibu untuk menggunakan ASI juga kian meningkat. Ibu-ibu juga sangat ingin memberikan asinya secara maksimal pada buah hatinya hingga berumur dua tahun. Mungkin, karena sibuk sehingga butuh pompa untuk membantunya.” (R.2)

Responden 2 merasa pompa yang dimiliki ZamZeLova sebanyak 60 unit sudah tidak dapat memenuhi pasar secara maksimal. Beliau mengatakan banyak yang *waiting list* (antri) dan banyak yang ditolak. Hal itu bisa dijadikan indikator ZamZeLova masih memiliki peluang pasar yang cukup luas untuk dikembangkan.

Responden 2 juga menyampaikan, orang melahirkan setiap hari ada. Kesadaran dan pengetahuan ibu-ibu memberikan ASI kepada bayinya sampai dua tahun semakin meningkat. Akan tetapi karena kesibukan para ibu sehingga butuh pompa untuk membantu memberikan ASI kepada bayinya hingga dua tahun.

“Kalau respon dari penyewa selama ini, satu tahun saya menjalani jadi kurir, banyak sih yang bilang itu, banyak yang bilang terbantu oleh ZamZeLova, karena di sisi lain ia terbantu untuk penyewaan pompa ini untuk menghemat apa ya, em meminimalisir uang itu mas. Karena orang melahirkan tahu sendiri kan. Banyak pengeluarnya, jadi ZamZeLova membantu disitu, karena untuk beli itu cukup mahal, 1 juta, sampai ada yang harganya 4 jutaan” (R.3)

Menurut Responden 3, respon pelanggan selama ini yang sering beliau temui adalah banyak yang merasa terbantu dengan adanya persewaan pompa ASI di ZamZeLova. Menurutnya hal ini juga dapat meminimalisir pengeluaran dana. Karena orang yang baru melahirkan tentu banyak pengeluaran. Sehingga dengan adanya sewa dapat membantu efisiensi pengeluaran dari pada beli dengan harga yang relatif mahal.

“Bagus juga itu, boleh juga tuh. Jadi ibu-ibu bisa tahu ya mungkin cocoknya yang mana karena ada berbagai macam corong, seperti Medela itu, dia kan punya banyak itu kan, kadang itu ngak tahu jadi dikasik tau. Jadi bisa ya, seharusnya dikembangkan, cuman itu edukasinya lebih disampiakan ya . . .” (R.4)

Responden 4 menyetujui atas dikembangkannya persewaan pompa ASI di ZamZeLova. Menurut beliau, ibu-ibu bisa mengetahui cocoknya yang mana. Dengan berbagai macam corong dapat dicoba. Para ibu yang

tereduksi. Semisal, ASI yang dari pompa bukan lantas diberikan kepada bayi dengan menggunakan botol, tetapi idealnya diberikan dengan menggunakan sendok ASI. Beliau sangat senang jika ada toko bayi berupa *online shop* atau apa yang menjual dan membantu kebutuhan ibu menyusui.

“Iya itu tadi, dikembangkan di Sidoarjo. Hehe. Owh ini, nambah pompa lagi yang banyak, soalnya teman saya itu dua orang katanya antri mbak gitu bilang ke saya, kan kalau nambah nanti gak ada yang antri. Gitu aja” (R.5)

Responden 5 memiliki harapan yang berbeda tapi memberikan tantangan kepada ZamZeLova. Beliau berharap ZamZeLova dapat melakukan ekspansi bisnis ke daerah Sidoarjo. Beliau berharap ZamZeLova bisa menambah pompa lagi karena dua orang temannya antri untuk sewa di ZamZeLova.

“Apa ya? Bingung aku, ya dikembangkan bagus. Owhh nambah pompa yaa, soalnya teman aku itu antri, kasian dianya.” (R.6)

Responden 6 berharap untuk dikembangkan dan bisa menambah pompa lagi. Alasan beliau karena temannya antri untuk sewa di ZamZeLova. Beliau merasa kasian kepada temannya karena belum dapat pompa yang disewakan di ZamZeLova.

Peneliti menelusuri motif atau alasan pelanggan untuk menyewa pompa ASI. Berikut hasil wawancara dengan Responden 4, 5 dan 6 adalah:

“Kalau yang saya pribadi punya, saya menggunakan swing, swing biasa, dan pertama kali saya menggunakan mini elektrik, terus pernah sewa di ZamZeLova itu yang Freestyle sama Swing Maxi. Karena saya keluar kota waktu itu, jadi butuh dobel pompa” (R.5)

Responden 4 memiliki pompa sendiri, yaitu Medela Mini elektrik dan Medela swing. Kemudian beliau sewa di ZamZeLova dengan merek Medela tipe Freestyle dan Medela tipe Swing Maxi. Dua pompa tersebut merupakan dobel pompa yang bisa digunakan payudara kanan dan kiri. Menurutnya sewa ke ZamZeLova dikarenakan mau keluar kota dan butuh pompa yang dua sekaligus.

“Sangat membantu sekali. Apalagi seperti saya yang belum bisa beli, hehe, membantu, saya banyak teman-teman yang tak rekomendasikan. Ini lo ada sewa, coba dulu, ada yang coba langsung beli, ada yang coba ini itu, begitu. Sip pokoknya” (R.5)

Responden 5 sebagai wanita pekerja dan karena belum bisa beli, sehingga beliau merasa sangat terbantu dengan adanya persewaan pompa ASI di ZamZeLova. Beliau juga menyarankan dan merekomendasikan kepada teman-temannya untuk menyewa di ZamZeLova sebelum memutuskan membeli.

“Iya tidak apa-apa biar bisa simpan aja, kalau tidak pakai pompa kan tidak bisa simpan ke Freezer gitu” (R.6)

Responden 6 memberikan alasan yang berbeda. Sekalipun beliau sebagai ibu rumah tangga yang seharusnya memberikan ASI kepada bayinya secara langsung, namun beliau juga memilih untuk sewa pompa.

Karena menurut beliau kalau sewa pompa stok ASI bisa disimpan di freezer. Kalau tidak menggunakan pompa tidak bisa simpan stok.

Salah satu Staf ZamZeLova mendengarkan komentar dari para pelanggan. Berikut hasil wawancara dengan responden 3 :

“Karena yang saya tahu dari *customer* itu, karena saya menjumpai semua *customer* untuk beli itu memang bilanganya *customer* itu mahal. Semuanya rata-rata pompa itu diatas satu, satu juta, ya untuk belinya kalau beli mas ya kalau cocok, bilanganya *customer* gitu untuk beli satu juta sih kalau uang bisa nabung bisa, tapi kalau cocok atau tidak kita kan gak tau mas, Alhamdulillah sih ada ZamZeLova ini bisa membantu untuk cocok tidaknya.” (R.3)

Sebagai staf ZamZeLova yang bertemu langsung dengan pelanggan, responden 3 mendengarkan yang disampaikan pelanggan. Menurutnya, pelanggan untuk langsung beli merasa mahal. Karena rata-rata pompa harganya di atas satu juta. Lain dari pada itu keluhan pelanggan persoalan cocok atau tidaknya pompa belum dapat dipastikan. Sehingga pelanggan memilih untuk sewa terlebih dahulu. Dan menurut responden 3 pelanggan bersyukur dengan adanya persewaan pompa ASI di ZamZeLova. Karena dapat mencoba pompa untuk mencari yang cocok.

Banyak produk buatan yang kandungannya menyerupai ASI. Juga terjadi kesalah pahaman masyarakat luas antara ASI dan susu pengganti ASI. Berikut ulasan tentang ASI dan susu buatan yang disampaikan oleh responden 1:

“Enggak, kalau itu sudah pasti tidak. Sebetulnya Mas, nikmat Tuhan mana sih yang mau kita dustakan? Ibaratnya begitu. Mana ada sih buatan manusia yang lebih bagus dari buatan Tuhan? Ibaratnya kan

dianugrahkan Tuhan yakni kepintaran. Bahkan manusia itu adalah makhluk paling sempurna yang bisa membuat *back up plan* dengan mengalahkan iblis dan malaikat. Manusia menurut beliau bisa membuat nama, menciptakan sesuatu dan bisa melakukan apa saja yang sifatnya preventif.

Responden 1 memberikan statemen, nikmat “Tuhan mana yang didustakan oleh makhluknya”. Atas dasar tersebut, responden 1 tetap mengulangi pernyataannya dengan tegas bahwa ASI tetap lebih bagus dari pada susu formula. Namun, dalam kenyataan tidak semua ibu kuat untuk memberikan ASI kepada bayinya. Karena tidak semua ibu kuat menyusui anaknya hingga dua tahun. Menurut beliau, kalau bicara bisa pasti bisa. Tapi kalau bicara kuat belum tentu. Sehingga perlu dimunculkan solusi yang bersifat preventif dengan susu buatan.

Tetapi responden 1 mengulangi perkataannya, sekali lagi menurut beliau hal tersebut bersifat pengamanan dan pencegahan. Jadi para ibu diharapkan untuk tidak salah kaprah dalam memahami kejadian yang dulu sempat *booming* di Indonesia dengan adanya susu buatan yang menyerupai ASI. Mulai dari kandungan dan fungsinya. Tetapi susu tersebut tetap tidak lebih baik dari ASI. Hanya saja hampir menyerupai ASI. Oleh karena itu, para ibu tetap dihimbau untuk terus berusaha memberikan ASI kepada anaknya selama enam sampai 24 bulan.

Kelebihan kandungan ASI dalam penelitian ini juga dibahas sebagai pemberian penjelasan kepada pelanggan. Berikut hasil wawancara

di pumping memang turun karena kan bisa jadi botolnya kena bakteri. Bisa saja nanti minumannya entah pakek gelas, entah pakek botol, iya itu akan mungkin ada bakterinya. Tapi tetap lebih baik dari pada susu formula.”

Responden 1 menyampaikan bahwa banyaknya ibu bekerja yang juga menjadi peluang bagi ZamZeLova. Di samping itu, juga karena adanya penemuan baru sekitar lima tahun yang lalu, ASI dapat dibekukan. Menurutnya, ASI setelah dipompa harus diletakkan di udara standart beberapa lama. Kemudian masuk kulkas yang bawah. Lalu terakhir dimasukkan ke kulkas full freezer. ASI yang diletakkan di kulkas standart dapat bertahan hingga tiga bulan. Sedangkan ASI yang dibekukan di freezer dapat bertahan hingga enam bulan dengan melakukan tahapan yang dijelaskan di atas.

Menurut responden 1, ASI yang dipompa memang turun kadarnya ketimbang ASI yang langsung diberikan kepada bayi dari payudara. Karena dalam penyajian kepada anak menggunakan botol. Bisa jadi botol atau gelas yang terkena bakteri. Tetapi meskipun demikian ASI tetap lebih baik dari pada susu buatan lain.

Dari penjelasan diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa ASI tetap yang terbaik buat anak. Karena ASI secara kandungan sudah lengkap untuk kebutuhan anak dan secara finansial juga dapat meminimalisir pengeluaran. Sehingga peneliti juga membenarkan pernyataan responden di atas bahwa nikmat “Tuhan mana yang mau didustakan oleh makhluknya”. Sehingga perlu disadari bahwa pemberian Tuhan tetap yang

dimunculkan nama persewaannya. Yaitu *ZamZeLova Breast Pump Rentals* Surabaya. Tambahan nama menjadi *ZamZeLova Breast Pump & Freezer Rentals* Surabaya setelah adanya permintaan pelanggan untuk menyediakan freezer yang disewakan juga sebagaimana penjelasan di atas.

Setelah itu *ZamZeLova* beriklan di media online. Seperti tokobagus.com (sekarang menjadi olx.com) dan di kaskus.com. Bertepatan dengan hal tersebut ada orang dengan tanpa sengaja memberikan testimoni di media online berupa informasi tentang persewaan pompa ASI.

Pembuat testimoni itu, memberikan informasi di forum ibu-ibu “*the urban mama*”, bahwa ada persewaan pompa ASI bernama *ZamZeLova* lengkap dengan kontak nomer telepon dan PIN BlackBerry (BB). Sehingga, menurut responden 1, dari hal tersebut nama *ZamZeLova* menjadi terkenal. Bahkan setiap kali mencari persewaan pompa ASI di google selalu muncul *ZamZeLova*. Kemudian setelah banyak dikenal orang, bisnis ini berjalan dengan lancar.

“umumnya mereka *word or mouth*, apa itu, dari teman ke teman, juga banyak, juga mereka tau di iklan, iklan kami di fb, juga tokobagus yang sekarang jadi olx itu, berniaga.com atau lainnya, kami share info produk dan kontak di media online gitu-gitu. Juga ada, ada yang share offline, sebar info gitu, seperti brosur atau kartu nama ditiptkan di rumah sakit ibu anak, atau di bidan-bidan gitu. Owner juga bisa menjadikan keynote *ZamZeLova* ini ketika di search di google itu teratas, paling atas, jadi pelanggan bisa mudah mengetahui kami, kontak kami dll”

Menurut responden 2, pada umumnya pelanggan mengetahui *ZamZeLova* dari mulut ke mulut. Juga ada yang mengetahui dari media

online seperti facebook, tokobagus.com (sekarang menjadi olx.com), dan berniaga.com. Menurutnya, pemilik usaha ZamZeLova ini bisa menjadikan kata kunci ZamZeLova paling atas ketika dicari di google. Sehingga pelanggan dengan mudah mendapatkan informasi tentang ZamZeLova, termasuk juga kontak ZamZeLova.

Menurut responden 2, ZamZeLova juga menyebarkan informasi offline seperti brosur atau kartu nama di Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA), dan di bidan-bidan. Sehingga pengunjung atau pasien bisa dapat mengetahui informasi tentang ZamZeLova di beberapa Rumah Sakit Ibu dan Anak dan Bidan-Bidan disekitar lokasi bisnis ZamZeLova.

Potensi pasar dan tindakan ZamZeLova dalam beriklan dapat diketahui dari hasil wawancara dengan responden 1 seperti berikut :

“Kalau kita jadi peluang pasti, kita sebenarnya promo belum maksimal, maksudnya belum maksimal itu, seharusnya kita bisa maksimalin naruk brosur di setiap dokter kandungan, rumah sakit ibu anak . . . Belum, belum pernah, cuman beberapa dokter kandungan aja dan internet yang pasti. Sebenarnya masih banyak peluangnya, banyak sekali”

Menurut responden 1, dengan adanya orang melahirkan setiap hari pastinya menjadi peluang bagi bisnis ini. Dia merasa promosi yang dilakukan belum maksimal. Selama ini ZamZeLova menitipkan brosur hanya pada beberapa dokter kandungan dan Rumah Sakit Ibu dan Anak saja. Tidak merata disetiap dokter kandungan atau Rumah Sakit Ibu dan Anak. Dan hanya beriklan di media online. Beliau merasa, masih banyak peluang untuk dikembangkan.

ketika memang merasa pompanya terlalu gak oke dia balikin juga gak papa. Kalau gak yakin gak papa. Tapi tetep bayar ongkir sebagai ganti rugi BBM (Bahan Bakar Mesin) kurir. Gitu aja. Gak masalah”

Selama ini, Responden 1 merasa, pengguna jasa persewaan pompa ASI di ZamZeLova merasa puas. Hanya saja, ada beberapa yang tidak puas. Mereka yang merasa tidak puas disebabkan rasa was-was terhadap kesterilan pompa. Karena mereka takut ada penyakit dari penyewa sebelumnya menempel di pompa itu.

Untuk masalah kesterilan pompa, Responden 1 melakukan sterilisasi dan pengecekan barang terlebih dahulu sebelum dikirim. Hal tersebut menurutnya adalah bagian dari pelayanan di ZZL.

Responden 1 mengatakan, pompa ASI ZamZeLova harus melalui proses sterilisasi selama 30 menit dalam sterilizer. Sebenarnya menurut standar sterilisasi, bakteri akan mati dengan durasi sepuluh menit. Namun apabila ada pelanggan yang merasa barang yang sudah dikirim kurang baik dan tidak yakin kesterilannya, boleh membatalkan penyewaan sekalipun kurir sudah tiba di alamat calon pelanggan. Akan tetapi, pelanggan harus membayar ongkos kirim kurir.

Selanjutnya peneliti menanyakan tentang berbagai macam pelayanan yang sudah diberikan kepada para pelanggan dan persyaratan penyewaan. Berikut ulasan hasil wawancara dengan responden 1:

“Kalau kita di tempat itu kita juga udah bedakan, kita udah bikin gimana cara merawatnya dari kurir ke *customer* harusnya kurirnya menjelaskan, selalu menjelaskan, mana yang perlu dicuci, mana yang gak perlu dicuci, gitu, cuman tetap pasti ada kendala rusak, kendala eror, kendala kenak air, akhirnya kita di service, biaya servicenya

memang tanggungan *customer*, ketika dia terima baik-baik saja ternyata pulang-pulang rusak itu yang memang di tanggung *customer*, . . . atau ganti part, betul, kalau elektro, mesinnya yang rusak ya service. Kalau ada partnya yang rusak misalnya, kebanyakan itu dia, sterilnya direbus kebakar, kelamaan nynyut, itu ganti . . . Ada, kita ada tandatangan syarat dan ketentuan, dan ada *form* syarat dan ketentuan ketika menyewa dan dia harus ngasikin KTP-KK, dia ada cek listnya juga, barangnya diterima dengan baik, nanti bisa diambil aja mas, buat contoh, Ada”

Responden 1 mengatakan, pompa yang dikirim ke pelanggan ditempatkan pada sebuah kotak yang menyesuaikan dengan jenis pompa. Seperti pompa elektrik yang harus dikemas dalam dua kotak. Karena satu kotak dikhususkan untuk part-partnya, sedangkan satu kotak lainnya untuk komponen kelistrikan. Sedangkan untuk pompa manual cukup satu kotak saja.

Penempatan pompa dalam kotak-kotak tersebut bertujuan untuk mempermudah pelanggan dalam membedakan komponen-komponen pompa. Juga untuk memudahkan pelanggan saat melakukan perawatan. Responden 1 menjelaskan, kotak yang berisi bagian tersebut boleh dicuci untuk disetrilkan. Namun untuk kotak yang berisi peralatan listrik tidak boleh dicuci agar tidak merusak peralatan.

Di sinilah peran kurir bertambah, selain sebagai pengantar barang, kurir juga diwajibkan untuk memberi penjelasan pada pelanggan seputar perawatan pompa. Kurir harus menjelaskan secara rinci apa saja yang perlu dicuci dan apa saja yang tidak.

Namun, meski sudah dijelaskan secara lengkap, ada pelanggan yang kurang memperhatikan. Sehingga, pompa yang disewa mengalami

kerusakan ketika dikembalikan. Kerusakan tersebut disebabkan kelalaian pelanggan dalam mencuci dan mensetirkan peralatan.

Akibatnya, peralatan harus diservice atau diganti. Dalam masalah ini, ketika ada kerusakan pada peralatan, maka pelangganlah yang bertanggung jawab. Pelanggan nantinya akan mengganti biaya service dan perbaikan peralatan secara keseluruhan. Hal tersebut sudah tertera dengan jelas dalam persyaratan atau ketentuan-ketentuan dalam proses sewa-menyewa pompa ASI di ZamZeLova.

Persyaratan dan ketentuan tersebut memang sudah disetujui secara tertulis oleh pelanggan. Sehingga, ketika ada kerusakan, pelanggan tidak bisa komplain atau mengeluh. Perjanjian tersebut ditandatangani pelanggan dan petugas ZamZeLova dengan menyerahkan fotocopy KSK atau KTP.

Bentuk fasilitas dan pelayanan ZamZeLova saat proses peminjaman disampaikan oleh Responden 2, berikut ini penjelasannya:

“Iya ada gadget khusus yang namanya, namanya ZamZeLova Breast Pump Rentals di profile BBMnya. Memang disediakan, disediakan sama ownernya. Khusus. Zzl sengaja tidak buat grup, buat grup bbm, seperti online lainnya. Em jadi, Jadi kami ada gadget khusus ZamZeLova, nama, nama profilnya ZamZeLova. Gadget itu khusus, khusus untuk pelanggan dan komunikasi lainnya. Tapi hanya, apa ya, hanya dengan teks message saja. Tidak untuk telpon maksudnya. Karena kalau telpon makan waktu lama. Gitu, jadi sengaja, kalau ada yang namanya, sengaja kalau ada yang telpon sengaja diriject. Emang sengaja, karena lama nanti jadinya kalau teleponnya apalagi ibu-ibu. Hehehe”

“Karena nanti bisa pindah-pindah tangan untuk adminnya, dan bisa lebih fokus. Kan dulunya admin ZamZeLova itu si ownernya, ketika aku yang jadi adminnya maka tinggal hpnya tadi aku pegang, mungkin nanti kalau pindah ke orang lain adminnya ya tinggal dikasikan aja

hpnya sebagai fasilitas dan kontak khusus ZamZeLova. Lain dari pada itu biar bisa lebih fokus untuk memberikan informasi kepada pelanggan dan biar ada pin dan kontak khusus. Jadi bukan atas nama *owner* atau lainnya seperti aaa, rininta online shop, atau fatima online shop atau lainnya. Saya kira hal ini ada gadget khusus itu lebih efektif, dan kalau di grup bbm itu ada maksimal anggotanya, jadi ruang geraknya lebih terbatas. Itu bagian dari cara *owner* untuk bisa lebih mengendalikan bisnis online ini”

Responden 2 mengatakan, ZamZeLova menggunakan gadget khusus yang disediakan pemilik bisnis ini untuk melayani para pelanggan. Gadget tersebut dilengkapi dengan aplikasi BBM dengan akun ZamZeLova. Meski ada gadget dengan aplikasi BBM, pihak ZamZeLova tidak membuat BBM Group. Hal inilah yang membedakan ZamZeLova dengan online shop pada umumnya yang membuat grup BBM.

Untuk proses pemesanan, ZamZeLova hanya melayani pemesanan dengan pesan tertulis saja. Bukan melalui telepon atau panggilan suara. Hal tersebut merupakan usaha pemilik untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Alasan pemilik menggunakan sistem tersebut adalah menghemat waktu. Sebab jika menggunakan sambungan telepon, waktu akan terbuang sia-sia karena percakapan yang memerlukan waktu yang lebih lama. Sehingga hal ini akan menyebabkan terbaikannya pelanggan selanjutnya yang bisa jadi pelanggan tersebut menganggap ZamZeLova tidak memberikan pelayanan terbaik.

Selain itu, dengan adanya gadget khusus ini, pihak staf administrasi akan lebih dimudahkan saat pergantian petugas. Karena jika menggunakan BBM grup, yang bisa mengelola hanya satu orang. Lantaran grup hanya

bisa diatur oleh satu akun saja. Berbeda dengan akun khusus yang bisa diatur oleh siapa pun. Disamping itu, gadget ZamZeLova dengan pin dan kontak khusus tersebut bertujuan agar lebih fokus untuk memberikan informasi. Dengan begitu, waktu bisa lebih dihemat dan efisien tetapi pelayanan tetap diberikan dengan baik.

Responden 2 menjelaskan tentang penyiasatan dan pelayanan tim yang dilakukan di ZamZeLova sebagai berikut:

“Bener, saya juga sebagai wanita pekerja di kantor lain. Em, sebenarnya tidak ada masalah sih, ZamZeLova tetap, manajemen ZamZeLova tetap jalan, pelayanan bisa berjalan. Juga dikelola sebagaimana biasanya, lancar-lancar aja. Aaa kan ini pekerjaan hanya sampingan, jadi tugas admin juga memberikan informasi kepada kurir, kepada kurir, *share* info, ini besok kirim apa saja, kemana saja, gitu-gitu. Periode berapa lama bayar berapa. Aa ada standart update informasi yang harus d *share* ke kurir, a yaitu nama pembeli atau penyewa, no. hp, lama sewa bagi yang sewa, alamat dan harus bayar berapa. Itu rutin, rutin. Biasanya, dikerjakan di malam hari, malam hari habis datang kerja, kerja lagi, kerja di ZamZeLova, udah gitu aja, terus besok pagi-pagi update status. Di BBM yang sering, setiap saat, nanti agak siangan, habis makan siang, soreee update status terus, biasanya gitu. Tapi ya gak rutin juga sih, tergantung sikonnya. Em, terus sudah banyak yang tanya-tanya, kemudian, kemudian ada yang deal kirim ada yang tidak. Nah, kemudian, yang deal kirim itu, nanti malam nya saya share, share ke kurir apa aja yang dikirim a pompa apa, atau kirim mama soya atau produk lainnya . . . Kalau untuk freezer, sewa freezer bisanya saya yang kirim sendiri, soalnya itu pakek mobil, saya nanti ngajak kurir”.

Responden 2 juga bekerja dikantor lain. Dia merasa tidak ada masalah dalam melakukan bisnis ini karena dia bisa membagi waktu. Manajemen dan pelayanan ZamZeLova tetap berjalan lancar, karena pekerjaan di ZamZeLova hanya sampingan yang membutuhkan penyiasatan waktu dalam melayani pelanggan ZamZeLova.

Tugas staf administrasi yaitu memberikan informasi lengkap kepada kurir. Mulai dari memberikan informasi ke alamat yang dituju, atas nama siapa, nomer handphone, periode sewa dan pelanggan harus bayar berapa. Hal tersebut biasanya beliau kerjakan pada malam hari setelah pulang kerja. Kemudian besok paginya beliau mengupdate status di media sosial untuk memberikan informasi kepada pelanggan. Juga biasanya staf administrasi mengupdate status di BBM siang hari saat makan siang dan sore hari.

Dengan mengupdate status tersebut pelanggan atau calon pelanggan mudah mengetahui informasi tentang pompa yang siap disewakan atau produk pendukung ASI yang tersedia di ZamZeLova. Sehingga banyak pelanggan yang bertanya, ataupun langsung memesan pompa tersebut.

Responden 2 pada malam harinya *share* informasi kepada kurir. Apa saja yang dikirim dan kemana saja akan dikirim dengan standart informasi seperti disebutkan di atas. Untuk pengiriman freezer menggunakan mobil. Biasanya responden 2 mengirim sendiri dan mengajak kurir.

Tentang kegiatan pribadi dan cara melayani pelanggan Responden 3 sebagaimana hasil wawancara berikut :

“ . . . kirimnya kadang kan pas kuliah minta pagi, tapi ketika pagi berbenturan dengan kuliah saya bilang ke adminnya gak bisa, biasanya sore, biasanya orangnya juga mau dikirm sore atau malam, . . . Ya orang kalau minta ke kantor ya kirim ke kantor, kalau rumah ya,

Selama saya masih bisa kirim siang, saya kirim siang ke kantor, kalau nggak saya kirim ke rumah”

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diketahui bahwa responden 3 berstatus sebagai mahasiswa. Beliau dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan adalah melalui cara menyesuaikan dengan jadwal kuliah dan kemauan pelanggan. Sehingga dapat dikatakan waktu pengiriman fleksibel. Ketika responden 3 tidak bisa mengirim pada pagi hari, sementara pelanggan minta pagi, maka beliau melapor kepada staf administrasi bahwa waktunya berbenturan. Dalam hal ini responden 3 akan meminta bantuan staf administrasi untu dicarikan waktu dan tempat yang lebih efektif. Bisa jadi pengirimannya dilakukan pada sore atau malam hari berdasarkan kesepakatan dengan pelanggan.

Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki ZamZeLova juga memiliki kegiatan lain yang menjadi kegiatan prioritas pribadi. ZamZeLova merupakan usaha sampingan yang hanya membutuhkan tenggang waktu saja. Termasuk juga responden 3, sebagai kurir, dia tetap melaksanakan kegiatan pribadinya sebagai mahasiswa. Sehingga untuk bekerja di ZamZeLova, menyesuaikan dengan waktu kosongnya staf masing-masing.

Pelayanan yang dilakukan oleh beberapa staf mungkin akan dikatakan kurang representatif karena hanya pada waktu tertentu mereka melayani pelanggan. Sehingga sangat mungkin ada pelanggan yang gelisah karena lama untuk direspon. Berikut penjelasan responden 2 terkait

Kemudian pada bulan 13 pompa tersebut dijual murah. Dijual separuh dari harga beli. Penjualan pompa setelah satu tahun bertujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Disamping itu dari sudut pandang bisnis, menurut responden 1 ada resiko besar yang ditanggung setelah 12 bulan dari awal beli. Tindakan biasanya terjadi hanya pada pompa elektrik saja.

Pelayanan ZamZeLova kepada pelanggan ketika sedang menyewa. Seperti hasil wawancara dengan responden 1 sebagai berikut:

“ya kita admin itu fungsinya untuk komuniaksi sama pelanggan yaa, apa mereka cocok atau ngak?, kan jadi ketika sudah sewa mereka ditanya, gimana mbak cocok atau ngak, nant kan misalkan sewa seminggu, cocok ngak mba?, oh ngak cocok, mau coba pompa lain? oh cocok, mau di perpanjang mba atau mau beli. Jadi kayak gitu, Jadi ditawarkan beli juga beli di kita, ditawarkan pompa lain kalau gak memang cocok. Kenapa gak cocoknya? Misalnya oh corongnya kayaknya kekecilan, oh ini terlalu ribet, terus disarain pompa-pompa yang gak ribet, gitu, cari kendala untuk disolusikan yang tepat.”

Responden 1 mengatakan, staf administrasi fungsinya adalah berkomunikasi dengan pelanggan. Ketika pelanggan sedang menyewa, staf administrasi bertanya tentang kecocokan pompa yang sedang dipakai. Ketika tidak cocok akan ditanyakan masalahnya apa, terkendala dimana. Sehingga dapat diganti dengan pompa lain atau dicarikan solusi.

Seperti yang dicontohkan responden 1, misalkan pelanggan merasa pompanya terlalu ribet, maka disarankan pompa yang tidak ribet. Mungkin juga corongnya terlalu kecil, maka disarankan pompa yang corongnya bisa diganti ukuran yang lebih besar. Kalau misalkan pelanggan merasa cocok

konselor laktasinya, . . . bisa konseling, bisa tanya, konselor laktasi dari AIMI yang harus *class* 24 jam, AIMI sudah didekengi organisasi luar WHO. Hem”

Responden 1 awalnya memiliki impian Rentals pompa ASI tidak online seperti saat ini. Keinginan besarnya adalah terwujudnya tempat yang luas dimana tempat itu seperti Kafe tempat orang-orang nongkrong. Namun uniknya di Kafe itu yang nongkrong adalah ibu-ibu yang sedang menyusui. Dimana para ibu-ibu tersebut sedang beraktifitas untuk mendukung laktasi.

Kafe tersebut merupakan pusat aktifitas ibu-ibu menyusui. Aktifitas pertama, para ibu bisa mencoba berbagai macam pompa ASI saat itu juga. Dengan memasuki bilik tertutup dapat mencoba dan merasakan satu-persatu pompa ASI untuk mendapatkan kenyamanan dan hasil terbaik. Sehingga nanti ketika menemukan suatu produk yang cocok dapat membeli di ZamZeLova juga.

Yang kedua, para ibu bisa menikmati produk pendukung laktasi seperti Booster ASI yang disediakan siap saji di Kafe ZamZeLova. Baik berupa makanan, minuman dan pil/kapsul. Booster ASI tersebut membantu melancarkan dan meningkatkan produktifitas ASI. Dan juga dapat menjaga stamina ibu menyusui. Sehingga kesehatan ibu menyusui terjaga. Pemberian ASI kepada buah hati bisa lancar enam bulan sampai 24 bulan.

Yang ketiga, ada yang sedang konsultasi atau melakukan bimbingan konseling kepada para ahli. Para ibu dapat belajar dan mengetahui cara memberikan ASI yang baik dan benar kepada bayi. Lain

dari itu, misalkan para ibu bermasalah dalam memberikan ASI baik permasalahan tersebut dari si bayi atau dari si ibu, juga bisa curhat dan diskusi untuk mendapatkan solusi.

Lingkungan menjadi salah satu hal yang mempengaruhi *mood* ibu dalam berjuang memberikan ASI eksklusif kepada anak. Konsep ZamZeLova untuk mewujudkan suatu kafe tempat nongkrong para ibu menjadi tempat yang ideal, nyaman, membantu dan mendukung para ibu menyusui. Semua fasilitas dan kebutuhan para ibu tersedia. Sehingga cita-cita para ibu untuk memberikan ASI Eksklusif kepada anak sangat mungkin terwujud dari enam hingga 24 bulan dengan penuh dukungan.

Sebagai langkah awal dari terwujudnya kafe, ZamZeLova membuka toko offline. Seperti hasil wawancara dengan responden 1, 2 dan 3 sebagai berikut :

“Iya karena, toko offline itu sebagai bentuk nyata dari bisnis online pada umumnya termasuk kalau bisnis ini memang wajib, karena konsep awalnya memang offline. Terwujud gitu. Online disini hanya sebagai alternatif pemula saja. Untuk konselornya itu, itu sebagai fasilitas dan membantu para ibu menyusui agar dapat memberikan ASI dengan baik dan benar. Gitu.” (R.1)

Selama ini ZamZeLova berjalan dengan menggunakan media online. Pemesanan sewa dan penjualan di ZamZeLova dengan sistem online. Menurut responden 1, ZamZeLova akan membuka toko offline. Bagi ZamZeLova toko offline adalah kewajiban. Karena toko offline merupakan bentuk nyata dari bisnis online.

Toko offline merupakan cita-cita awal ZamZeLova. Responden 1

2. Analisis Data

a. Profile

ZamZeLova sebagai nama bisnis persewaan pompa ASI sudah dikenal beberapa masyarakat. Terutama kalangan ibu-ibu yang pernah menggunakan produk atau jasa persewaan pompa ASI. ZamZeLova sebagai sebuah nama tidak terlepas dari arti dan harapan yang diinginkan. ZamZeLova dengan huruf kapital ZZL diambil dari nama depan anak pemilik persewaan pompa ASI ini. Yaitu Zamir, Zelo dan Lova.

ZamZeLova sebagai nama merek kegiatan usaha jasa persewaan pompa ASI. Nama tersebut menjadi label atas semua yang berhubungan dengan bisnis tersebut. Mulai dari media online yang dimiliki seperti email, facebook, BlackBerry Masanger (BBM) dan WhatsApp menggunakan nama tersebut. Email sebagai media komunikasi personal hanya diberi nama zamzalova saja. Sedangkan facebook, BBM dan WA sebagai media komunikasi publik mencantumkan nama jenis usahanya dan nomer telepon, yaitu *ZamZeLova Breast Pump Rentals Surabaya 085707101070*. Dalam perkembangannya ZamZeLova membuka persewaan freezer ASI. Sehingga nama media publik tersebut menjadi *ZamZeLova Breast Pump & Freezer Rentals Surabaya 085707101070*.

Brand name terdiri dari nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut. Sebuah nama diberikan kepada sebuah produk bertujuan untuk mengidentifikasi diri terhadap produk tersebut. Juga dapat menjadi pembeda dengan produk lain, dapat menjadi

produk dan jasa yang menjadi konsentrasi bisnisnya. Terutama bagi ibu-ibu yang baru melahirkan dan membutuhkan pompa ASI. Dengan nama-pula masyarakat dapat membedakan dengan kompetitor lain. Sehingga nama perlu untuk dijaga. Karena nama merupakan aset berharga.

b. Pelaku

Sumber Daya Manusia (SDM) ZamZeLova berjumlah empat orang. Satu orang sebagai pimpinan yang merupakan pemilik bisnis persewaan pompa ASI. Satu orang staf administrasi dan satu orang kurir. Tiga orang tersebut adalah pelaku inti bisnis ZamZeLova. Ditambah satu orang lagi kurir cadangan. Dimana kurir cadangan hanya digunakan saat keperluan mendesak saja. Sebenarnya ada satu sumber daya manusia lagi tapi tidak masuk dalam kategori pelaku di ZamZeLova. Dia asisten rumah tangga *owner* yang memiliki tugas membersihkan dan melakukan sterilisasi pompa. Pelaku ZamZeLova masih ada hubungan keluarga atau orang dekat *owner*. Hal ini dapat membantu kelancaran komunikasi.

Perekrutan yang dilakukan ZamZeLova bersifat kebutuhan saat itu juga dan memfungsikan keluarga atau orang dekat yang ada. Staf administrasi ZamZeLova adalah saudara kandung *owner* yang tinggal di Surabaya. Kurir yang dimiliki adalah seorang mahasiswa yang mau diajak kerja *part time*. Semua pelaku tersebut memiliki pekerjaan lain yang lebih fokus. Pemilik dan staf administrasi merupakan wanita karir di kantor lain. Karena ZamZeLova bersifat pekerjaan sampingan yang dapat dilakukan kapan saja.

Pemilik persewaan pompa ASI memiliki tugas utama cek barang yang membutuhkan untuk pengadaan. Biasanya dilakukan satu minggu sekali. Staf administrasi memiliki tugas melayani pelanggan. Mulai dari menjawab pertanyaan dan memberikan informasi kepada pelanggan melalui media sosial di gadget yang telah disediakan. Tanggungjawab staf administrasi tersebut dilakukan diluar jam kantor seperti saat makan siang, sore hari setelah pulang kantor dan lebih fokus pada malam hari. Kurir memiliki tugas seperti kurir pada umumnya yaitu mengirim barang. Akan tetapi ada tambahan tanggung jawab yaitu menjelaskan cara merawat dan menggunakan pompa kepada pelanggan.

Jadwal kurir tidak mesti ada setiap hari dan bersifat *freelance*. Dan jika berbenturan dengan kuliah sebagai tugas pribadinya, kurir dapat memberikan informasi kepada staf administrasi dan dicarikan waktu yang tepat untuk mengirim barang berdasarkan kesepakatan dengan pelanggan. Sehingga kurir harus memiliki waktu yang relatif lebih lama bertemu pelanggan. Hal tersebut yang menjadikan kurir menggunakan mahasiswa yang mau kerja dan berpengaruh terhadap penyesuaian jadwal kirim. Tetapi, Pelaku ZamZeLova sekalipun memiliki kesibukan masing-masing manajemen yang dikelola tetap berjalan lancar.

Menurut Mahmud dan Anomsari, kemampuan manajemen berpengaruh terhadap kinerja SDM. Apabila seorang wirausaha memiliki kemampuan manajemen yang baik dalam hal berkomunikasi, kemampuan membuat keputusan, kemampuan menyelesaikan masalah, kemampuan

memimpin, memotivasi karyawan, mampu membuat rencana strategi, mampu menetapkan tujuan, mampu melihat perubahan lingkungan, mampu membangun tim kerja, maka dia akan mendapatkan kepercayaan yang tinggi baik dari para karyawannya ataupun dari konsumennya.⁶³

Sumber daya manusia yang dimiliki ZamZeLova dapat dikatakan memadai untuk ukuran bisnis yang dapat dikendalikan dengan tidak membutuhkan waktu panjang. Mahasiswa yang bekerja sebagai kurir dan harus menjelaskan kegunaan dan cara merawat pompa tentu cukup mampu untuk melakukan tanggungjawabnya. Bagian cleaner dan sterilizer yang berstatus sebagai asisten rumah tangga tidak diragukan lagi dalam hal membersihkan dan mensterilkan pompa.

Pelaku di ZamZeLova tersebut dapat dikatakan sudah sesuai dengan porsinya kemampuan masing-masing. Hal ini dapat terjadi terhadap manajemen yang dikelola dengan maksimal. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan dan Mahmud dan Anomsari bahwa kemampuan manajemen memiliki berpengaruh kinerja sumber daya manusia (SDM). Melihat kemampuan pelaku ZamZeLova baik dalam hal berkomunikasi, memimpin, membangun tim kerja, dan dapat membangun kepercayaan yang tinggi. Baik bagi karyawannya atau pun konsumen. Kemampuan memimpin dan membangun tim kerja yang dimiliki pimpinan

⁶³ Mahmud dan Ariati Anomsari, "*Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Usaha Kecil Menengah di Kawasan Usaha Barito Semarang)*", Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi (Semantik) Terapan, Vol 1, No 1 2011, (online), Fakultas Ekonomi Universitas Dian Nuswantoro Semarang, hlm. 6. diakses pada tanggal 22 Juli 2015 pukul 12.30 WIB. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/semantik/article/view/27>

sekaligus *owner* ZamZeLova terbukti dengan memfungsikan keluarga dan orang dekatnya. Hal ini tidak bisa dikatakan sepele. Tentu membutuhkan kepercayaan dan tanggung jawab yang diberikan. Kemampuan komunikasi yang nyata ditemukan yaitu dalam menentukan jadwal kirim. Bila berbenturan antara jam kurir dan permintaan pelanggan maka staf administrasi harus melakukan *lobbying* kepada pelanggan untuk menentukan kesepakatan jam dan tempat kirim.

c. Produk

Persewaan Pompa Asi sebagai fokus utama produk bisnis jasa ZamZeLova. Proses penentuan produk ZamZeLova diawali dengan permintaan pasar. Dengan mengikuti diskusi pompa yang banyak dibicarakan oleh ibu-ibu menjadi indikator awal mula pengambilan keputusan penentuan merek dan type pompa yang akan disewakan. Selang beberapa lama setelah persewaan pompa ASI berjalan, ZamZeLova menambah unit pompa dengan memenuhi permintaan dari pelanggan atau calon pelanggan.

Pelanggan menjadi hal utama bagi pengembangan produk. Misalkan apabila ada pelanggan yang meminta satu merek pompa tertentu, maka ZamZeLova dengan segera akan memenuhi permintaan pelanggan tersebut.

ZamZeLova menjadi penyedia jasa persewaan pompa ASI, bisa dianggap sebagai kegiatan usaha yang pro terhadap pemberian ASI kepada bayi. Sehingga ZamZeLova juga menyediakan produk pendukung ASI.

Mulai dari wadah untuk stok ASI seperti kantong plastik dan botol ASI perah. Selain itu ZamZeLova juga menjual makan dan minuman yang dapat melancarkan produktifitas bayi.

Setelah sekitar satu tahun ZamZeLova berjalan beberapa pelanggan mengusulkan agar ZamZeLova juga menyediakan persewaan freezer. Semakin banyaknya pelanggan meminta agar ZamZeLova menyediakan jasa persewaan freezer khusus ASI, maka ZamZeLova pun juga menyediakan layanan ini. Dengan memenuhi permintaan pasar, maka ZamZeLova selain dapat memenuhi permintaan pasar, juga berpengaruh terhadap banyaknya produk yang disediakan di bisnis ini. Hal ini menjadi salah satu strategi pengembangan bisnis dari ZamZeLova.

Perusahaan untuk berkembang harus melakukan strategi yang tepat. Menurut Guyana dan Mustamu, “strategi yang cocok yang dilakukan perusahaan yaitu strategi pengembangan produk dan strategi penetrasi pasar”.⁶⁴

Produk yang tepat bila mana dapat diterima atau diharapkan pasar akan memperbesar bisnis tersebut. Dengan memenuhi permintaan pasar dan pangsa pasar yang sudah merupakan pilihan yang tepat untuk berwirausaha. Pengambilan keputusan ZamZeLova dalam menyediakan dan mengembangkan produk persewaan pompa ASI adalah strategi yang

⁶⁴ Guyana dan Mustamu, 2013, “*Perumusan Strategi Bersaing Perusahaan Yang Bergerak Dalam Industri Pelayaran*”, Jurnal AGORA Vol. 1, No. 3, Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra Surabaya, hlm. 12. diakses pada tanggal 22 Juli pukul 12.45 WIB. <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/viewFile/1067/959>

ZamZeLova sebagai persewaan pompa ASI menjadi solusi bagi para ibu yang ingin mengeluarkan ASI dengan pompa. Terutama bagi ibu-ibu yang belum berpengalaman menggunakan pompa. Sehingga mereka dapat bertanya dan meminta masukan pompa apa yang cocok karena tidak setiap pompa bisa cocok kepada ibu menyusui.

Ada dua jenis pompa ASI yaitu elektrik dan manual. Selain itu pompa ini juga banyak merek dan tipenya. Pompa ASI elektrik tidak menjamin akan menghasilkan ASI yang banyak. Pompa ASI manual juga bukan lantas hanya bisa mendapatkan ASI sedikit. Karena pompa ASI tergantung pada penggunaannya. Kecocokan penggunaan pompa ini tidak tergantung dari merek, tipe dan jenisnya, tetapi tergantung dari kerja mesin pompa elektrik dan tergantung pada kekuatan dan gerak tangan pengguna pada pompa yang manual.

Menurut Aswara dan Sri Hartini, beberapa peluang yang dapat memajukan bisnis adalah, berkembangnya teknologi, bertumbuhnya konsumen yang potensial, dukungan kebijakan pemerintah dan kemudahan masuk pasar.⁶⁵ Berkembangnya teknologi dapat menjadikan pekerjaan lebih optimal. Sekalipun hal ini berdampak terhadap meningkatnya pengangguran, akan tetapi baik untuk tingkat produksi suatu bisnis dengan

⁶⁵ Desy Anggrita Wida Aswara dan Sri Hartini, "Perencanaan Strategi Bisnis UKM Produk Berbahan Limbah Kayu Menggunakan Metode Quantitative Strategy Planning Matrix (QSPM) (Studi Kasus : UD. MURSODO)", *Industrial Engineering Online Journal*, Volume 3, nomor 4, tahun 2014, Program Studi Teknik Industri Universitas Diponegoro Semarang, hlm. 9-10. diakses pada tanggal 22 Juli 2015 pukul 11.45 WIB <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/6695>

adanya dukungan teknologi. Kecanggihan teknologi yang ditemukan, dapat memberikan peluang bisnis.

Perkembangan bisnis juga bisa dipengaruhi atas dasar peraturan pemerintah. Sekalipun dalam beberapa fenomena peraturan pemerintah menjadi polemik bagi bisnis tertentu. Bagi ZamZeLova sebagai bagian kecil dari kegiatan bisnis yang pro ASI, maka peraturan dan target pemerintah untuk memberikan ASI eksklusif kepada anak menjadi peluang besar. Sehingga dengan mudah mendapat dukungan dan dapat diterima oleh pasar.

Bisnis juga dapat berkembang dengan mudahnya memasuki pasar yang luas. Kompetitor bermunculan bisa menjadi indikator bahwa peluang pasarnya masih terbuka lebar. Hal ini sekalipun bagi beberapa pebisnis serupa dapat memberikan ancaman. Kejadian seperti ini yang harus menjadi fokus utama adalah orientasi pasar. Orientasi pasar terdiri dari orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan informasi pasar harus ditingkatkan.⁶⁶ Dalam artian wirausahawan harus mampu membaca orientasi pelanggan dan orientasi pesaing sehingga informasi tentang peluang pasar meningkat. Guna dapat menangkap peluang yang ada untuk mengembangkan bisnis yang ditekuni.

⁶⁶ Daniel Alexander Titahena dkk, “*Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran dengan Intervening Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Industri Menengah dan Besar Mebel dan Furniture di Kota Semarang)*”, Jurnal Manajemen Universitas Dian Nuswantoro, Februari 2012, Pasca Sarjana Magister Manajemen UDINUS, Semarang, hlm 11. diakses pada tanggal 22 Juli 2015 pukul 11.50 [http://eprints.dinus.ac.id/15075/1/JURNAL_TESIS_\(P32.2009.00137\).pdf](http://eprints.dinus.ac.id/15075/1/JURNAL_TESIS_(P32.2009.00137).pdf)

e. Periklanan

ZamZeLova dikenal masyarakat sebelum beriklan. Baik di media cetak atau media elektronik. Pada awalnya masyarakat mengetahui ZamZeLova dari mulut ke mulut. Pada saat itu, persewaan pompa ASI ini masih anonim. Jadi hanya sebatas teman ke teman saja pelanggan persewaan pompa saat itu. Setelah beberapa teman pemilik bisnis ini rutin menyewa pompa, baru bisnis pompa ASI ini di beri nama ZamZeLova dan di buka secara resmi.

Selanjutnya, ZamZeLova dikenalkan di media dengan beriklan. Baik di media elektronik online seperti tokobagus.com yang saat ini menjadi olx.com, berniaga.com, di facebook dan BBM ZamZeLova *Breast Pump & Freezer Rentals* Surabaya. Selain itu ZamZeLova juga beriklan dengan menggunakan media cetak seperti brosur dan kartu nama yang disebar di beberapa tempat seperti Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA), dan Dokter kandungan.

Nama ZamZeLova *booming* setelah ada seorang ibu yang memberikan testimoni berupa informasi tentang adanya persewaan pompa ASI di Surabaya. Testimoni tersebut di media online forum ibu-ibu menyusui. Ibu tersebut memberikan testimoni atas inisiatif sendiri. Dari itu ketika persewaan pompa ASI Surabaya dicari di google selalu berada paling atas.

BlackBerry Massanger (BBM) dalam beriklan melalu update status yang dilakukan secara rutin setiap hari. Mulai dari pagi, siang

hingga sore dan malam hari. Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi intens kepada khalayak. Karena di BBM status yang baru diperbaharui masuk pada *recents update* di semua kontak BBM yang dimiliki. Sehingga orang lain yang punya BBM ZamZeLova mengetahui informasi pompa ASI dan produk lainnya dengan rutin.

Menurut Aswara dan Sri Hartini, strategi prioritas yaitu penetrasi pasar untuk mengembangkan bisnis. Melakukan promosi secara maksimal dan rutin setiap bulan dengan memanfaatkan media brosur dan pamflet. Baik di media cetak atau media elektronik seperti internet dan lain-lain. Untuk memberi informasi bisnis atau promo harga paket sebagai upaya meningkatkan minat pelanggan.⁶⁷ Tindakan semacam ini dapat menyebarluaskan informasi dan memberikan ketertarikan kepada masyarakat banyak. Hal ini berdampak terhadap terbukanya peluang pasar yang lebih lebar.

Menurut Guyana dan Mustamu, perusahaan melakukan kegiatan promosi atas jenis produknya ke khalayak umum dengan melalui kartu nama, kalender, *word of mouth*, dan brosur dengan sistem pemasaran atau distribusi secara langsung dari perusahaan kepada konsumen/klien.⁶⁸ Hal

⁶⁷ Desy Anggrita Wida Aswara dan Sri Hartini, "Perencanaan Strategi Bisnis UKM Produk Berbahah Limbah Kayu Menggunakan Metode *Quantitative Strategy Planning Matrix (QSPM)* (Studi Kasus : UD. MURSODO)", *Industrial Engineering Online Journal*, Volume 3, nomor 4, tahun 2014, Program Studi Teknik Industri Universitas Diponegoro Semarang, hlm. 10. diakses pada tanggal 22 Juli 2015 pukul 11.45 WIB. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/6695>

⁶⁸ Guyana dan Mustamu, 2013, "Perumusan Strategi Bersaing Perusahaan Yang Bergerak Dalam *Industri Pelayaran*", *Jurnal AGORA* Vol. 1, No. 3, Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra Surabaya, hlm. 4. diakses pada tanggal 22 Juli pukul 12.45 WIB. <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/viewFile/1067/959>

tersebut dilakukan untuk meningkatkan pemberian informasi kepada masyarakat dan dengan tujuan meningkatkan penjualan atas produk yang dihasilkan.

Kartu nama, brosur, terutama kalender merupakan media iklan untuk memberikan informasi kepada masyarakat yang dapat disimpan dan sewaktu-waktu ketika dibutuhkan dapat diambil kembali. Media cetak kalender lebih mudah memberikan informasi dan kemungkinan tidak akan hilang. Karena kalender dapat dipajang dan difungsikan dari hari ke hari dan bulan ke bulan. Dijaman moderen seperti sekarang media elektronik online berupa internet melalui web resmi atau media sosial juga dapat membantu memberikan informasi kepada masyarakat. Dan bisa dilihat kapan saja dimana saja.

Selain dari media cetak dan elektronik, untuk menyampaikan informasi bisa dengan cara *Word Of Mouth* (WOM). Menurut *Word Of Mouth Marketing Association* (WOMMA) yang dikutip oleh Saputra (2010) *Word Of Mouth* adalah “usaha pemasaran yang memicu konsumen untuk membicarakan, mempromosikan, merekomendasikan hingga menjual merek kepada calon konsumen lainnya”.⁶⁹ Tujuan dari *word of mouth* disamping karena tujuan periklanan atau pemasaran juga menyampaikan informasi yang bisa lebih dipercaya ketimbang media cetak atau elektronik. Karena bertemu langsung dengan orang yang dapat

⁶⁹ Angga Saputra, 2010, "*Analisis Pengaruh Kepuasan, Kualitas, Dan Experiential Marketing Terhadap Word Of Mouth Situs Jejaring Sosial Facebook Pada Mahasiswa Fe Undip Semarang*", Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang. hlm. 13. diakses pada tanggal 23 Juli 2015 pukul 08.00 WIB. http://eprints.undip.ac.id/26418/1/SKRIPSI_FULL_TEXT.pdf

dengan sangat bijak. Pelanggan yang merasa was-was atas pompa ASI sebagai produk ZamZeLova, diberikan hak untuk memutuskan jadi sewa atau batal sewa pada saat dikirim kurir ke alamat. Pelanggan yang batal sewa, hanya diberi resiko mengganti ongkos kirim kurir yang telah mengantar pompa tersebut. Hal ini dapat disimpulkan bahwa ZamZeLova tidak memaksakan kehendak pelanggan atau calon pelanggan harus jadi sewa atau membatalkan sewa setelah melakukan pemesanan.

Pompa ASI yang elektrik dibedakan menjadi dua kotak. Satu kotak alat kelistrikan dan satu kotak lagi berisi *spare part* pompa. Hal ini bertujuan agar pelanggan dengan mudah membedakan mana yang harus dicuci dan mana yang tidak perlu dicuci. Sedangkan pompa yang manual hanya cukup satu kotak saja. Karena semua komponen pompa bisa dicuci.

Pelanggan yang ingin sewa pompa ASI di ZamZeLova, setelah setuju sewa, mereka harus menandatangani satu lembar syarat dan ketentuan sewa sebagai dokumen kontrak dan perjanjian sewa, serta dua lembar dokumen serah terima barang yang ditandatangani pelanggan dan kurir. Dokumen tersebut sebagai informasi dan bukti daftar komponen yang disewa. Pelanggan juga harus menyerahkan fotocopy identitas diri. Baik KTP, KK, SIM, atau Paspor. Dengan tujuan sebagai dokumen ZamZeLova dan dapat memberikan kejelasan informasi identitas pelanggan.

ZamZeLova dalam melayani pelanggan lebih berkonsentrasi terhadap komunikasi personal seperti BBM, WhatsApp (WA) dan SMS.

ZamZeLova tidak menerima order atau lainnya lewat telepon. Hal ini dilakukan untuk memperpendek waktu dalam melayani pelanggan, dan sebagai upaya agar ZamZeLova dapat segera melayani pelanggan selanjutnya.

Staf administrasi ZamZeLova menggunakan *gadget* khusus yang disediakan ZamZeLova dalam rangka melayani pelanggan dengan memberikan informasi dengan lebih jelas. Misalnya informasi mulai dari pompa apa saja yang siap disewa, *review* pompa, spesifikasi pompa, dan mem-*follow up* pelanggan. Penyampaian informasi bertujuan untuk memberikan kepuasan pelanggan dengan maksimal. *Follow up* yang dilakukan kepada pelanggan untuk mengetahui kecocokan dan keenakan pelanggan dalam menggunakan pompa tertentu. Ketika pelanggan mendapatkan suatu masalah, staf administrasi ZamZeLova akan memberikan saran dan mencari solusi atas persoalan yang dialami pelanggan.

Sebelum melakukan pengiriman kurir berkomunikasi terlebih dahulu dengan pelanggan untuk menyepakati jam pengiriman. Kesepakatan jam adalah berdasarkan kesepakatan kurir dan pelanggan. Hal ini dikarenakan kurir ZamZeLova ketika ketemu pelanggan tidak hanya meletakkan barang saja, namun kurir juga harus menjelaskan dengan detail kegunaan dan cara merawat pompa kepada pelanggan. Hal ini yang membedakan kurir ZamZeLova dengan kurir pada umumnya.

Pelanggan ZamZeLova merasakan kenyamanan atas pelayanan yang diberikan. Mulai dari order pompa/barang, pengiriman, penukaran pompa dan pengambilan pompa kembali. Pelayanan ZamZeLova bagi pelanggan bersifat kekeluargaan. Sekalipun dalam laporan responden pernah terjadi keterlambatan pengiriman karena kurir terjebak macet dan pelanggan keburu pulang. Pelanggan juga berharap untuk terus melakukan pengembangan terlebih pada nilai edukasi yang harus disampaikan kepada pelanggan.

Harga sewa pompa ASI relatif terjangkau, ZamZeLova mengambil nominal pada umumnya dalam tingkat kewajaran. Harga dipengaruhi spesifikasi pompa. Pompa yang disewakan ZamZeLova maksimal periode satu tahun sewa. Satu tahun kemudian pompa lama dijual apa adanya dan membeli baru untuk disewakan. Hal ini bertujuan untuk kenyamanan, kepuasan dan antisipasi kewas-wasan pelanggan. Pelanggan yang beruntung mendapatkan pompa sewa baru buka dari kardus merasa memiliki kepuasan tersendiri.

Menurut pendapat Guyana dan Mustamu, perusahaan sangat penting untuk tetap mengoptimalkan kompetensi sumber daya manusia, menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan, dan mengefektifkan fungsi-fungsi manajemen yang terdapat di perusahaan. Strategi ini bertujuan agar perusahaan bisa menghadapi tingginya tingkat persaingan.⁷¹

⁷¹ Guyana dan Mustamu, 2013, "*Perumusan Strategi Bersaing Perusahaan Yang Bergerak Dalam Industri Pelayanan*", Jurnal AGORA Vol. 1, No. 3, Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra Surabaya, hlm. 10. diakses pada tanggal 22 Juli pukul

ZamZeLova dengan meningkatkan pelayanan dan dengan memfungsikan sumber daya manusia yang ada merupakan tindakan yang harus dioptimalkan. Sehingga pelanggan merasakan *excellent service* dari wirausahawan tersebut. Tindakan ini dapat menjadikan usaha yang dijalani mampu menghadapi tingginya tingkat persaingan.

g. Inovasi

Bagi wirausahawan inovasi sebagai bagian dari hal yang penting untuk dunia bisnis. Inovasi menjadi ujung tombak dari umur suatu kegiatan usaha. Dilontarkan dari ide-ide yang kreatif akan menjadi ide yang inovatif. Ide yang kreatif dan inovatif akan menjamin keberlangsung kegiatan usaha bila terwujud. Wirausahawan yang terus menerus berinovasi dalam bisnisnya akan sanggup menghadapi masa yang akan datang.

Inovasi yang diimpikan ZamZeLova sangat unik dan *marketable*. Sebagai kegiatan usaha yang bergerak dibidang jasa persewaan pompa ASI, ZamZeLova terus melakukan upaya untuk mewujudkan cita-cita besarnya. *Step by step* dilakukan oleh ZamZeLova, mulai dari menambah unit pompa hingga sekarang ada 64 unit pompa yang dimiliki sebagai aset utama dalam menyediakan produk pendukung ASI dan ibu menyusui serta memenuhi permintaan pelanggan dengan menyediakan persewaan freezer ASI.

Pada dasarnya, ZamZeLova sudah memiliki cita-cita besar. Memiliki kafe yang menjadi pusat aktifitas ibu-ibu menyusui. Kafe

tersebut menyediakan semua pendukung dan kebutuhan ibu-ibu menyusui. Mulai dari tempat percobaan pompa ASI, menyediakan makanan dan minuman bosster ASI dan menyediakan jasa konseling yang diberikan oleh dokter yang ahli tentang ibu menyusui.

Tempat percobaan pompa ASI di kafe seperti ada bilik-bilik kecil sebagai ruangan privasi untuk mencoba pompa ASI yang akan disewa. Para ibu bisa mencoba pompa dari beberapa merek dan beberapa tipe sekaligus saat itu juga untuk mencari pompa yang paling cocok. Selain itu ketika pelanggan menyarankan ZamZeLova untuk membeli pompa baru yang belum ada di ZamZeLova, maka ZamZeLova akan menindak lanjuti. Ide ini sangat inovatif sekali untuk menunjang keberlangsungan bisnis persewaan pompa ASI di ZamZeLova.

Pengunjung yang notabene para ibu dapat menikmati makanan dan minuman yang menjadi pelancar produktifitas ASI. Seperti susu mama soya, ASI booster tea, kapsul hulbah atau lainnya dengan dihidangkan siap saji berdasarkan permintaan. Kegiatan ini bisa dilakukan dengan keluarga pelanggan. Minimal suami atau dengan beberapa teman yang sama-sama sedang menyusui. Ide ini menjadi pendukung bagi para ibu menyusui. Tentu ketika ditemani suami, para ibu akan menjadi lebih semangat dan mempengaruhi meningkatnya produktifitas ASI yang dikeluarkan. Pada dasarnya ibu menyusui membutuhkan dukungan lingkungan sekitar terutama orang dekatnya. Dengan hadirnya lingkungan yang pro ASI ini, maka dapat membantu para ibu untuk terus memberikan ASI.

Penyediaan dokter ahli tentang cara menyusui dengan memberikan jasa konseling kepada pelanggan akan mendukung angka kesadaran ibu menyusui dan naiknya angka pemahaman tentang pemberian ASI eksklusif kepada anak mulai dari 0-6 bulan hingga 24 bulan. Terwujudnya kafe tersebut dengan didukung oleh ide kreatif untuk mengembangkan ZamZeLova diyakini akan diterima oleh pasar. Masyarakat akan senang dengan hadirnya kafe ZamZeLova.

Sebagai langkah awal mewujudkan kafe ZamZeLova adalah setelah berjalan dua tahun lebih dan akan membuka toko offline. Toko tersebut sebagai bentuk nyata dari bisnis persewaan pompa ASI ini yang selama ini bersifat online. Barang-barang ZamZeLova masih menjadi satu dengan rumah pemilik bisnis persewaan pompa ASI ini. Dengan adanya toko offline, produk-produk ZamZeLova akan ditempatkan pada toko ZamZeLova. Sekalipun nantinya dalam pelayanan tetap lebih dominan dengan sistem online.

Toko yang sedang memproses design sebagai tempat ZamZeLova ini juga merupakan step awal perwujudan dari kafe ZamZeLova. Dalam toko tersebut ada 1 bilik kecil khusus untuk mencoba pompa ASI di ZamZeLova. Stok barang pompa yang sudah siap kirim dan produk dukungan ASI lainnya akan diletakkan di toko tersebut.

Menurut pendapat Putra dan Djazuli (2011) bahwa seseorang yang melakukan kewirausahaan harus memiliki sikap inovatif yang berbentuk “dinamisasi pelaku usaha untuk menemukan pasar baru, selalu

menciptakan kategori produk yang bervariasi, konsisten menciptakan nilai bagi pelanggan serta membangun hubungan kemitraan”.⁷²

Menurut pendapat Titahena dkk (2012), pengembangan bisnis harus memerlukan peningkatan terus-menerus agar tetap unggul dan bersaing “yang harus ditingkatkan lagi adalah industri untuk meningkatkan lagi keunggulan bersaing adalah sarana distribusi dan inovasi teknis”.⁷³ Peningkatan yang dilakukan pelaku bisnis sebagai upaya menjadikan perusahaan tetap unggul dan bersaing. Semakin pesatnya kompetitor sebagai pesaing yang bermunculan menjadi tugas rumah para pelaku bisnis untuk terus berbenah.

Berbenah dalam bidang sarana distribusi adalah dengan meningkatkan sarana prasana yang dibutuhkan. Sedangkan dalam hal inovasi teknis, dalam analisa peneliti pelaku usaha harus terus menumbuhkan ide-ide kreatif yang menjadi inovasi dimasa yang akan datang. Teknis disini dapat diartikan sebagai cara apa yang digunakan dan bagaimana perwujudan dari inovasi dimaksud.

Menurut Rahayu Puji Suci (2009), dalam pengembangan bisnis yang harus ditanamkan dalam diri pelaku bisnis yaitu mempunyai

⁷² Defin Shahrial Putra & Atim Djazuli, “Pengaruh Strategi Resource-Based terhadap Keunggulan Bersaing yang Dimediasi oleh Orientasi Kewirausahaan (Studi pada Usaha Kecil Menengah Sasirangan Kota Banjarmasin)”, Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol. 11, No. 3, September 2013 Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya Malang, hlm. 395-396. diakses pada tanggal 22 Juli 2015 pukul 12.55 WIB. <http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=253845>

⁷³ Daniel Alexander Titahena dkk, “Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran dengan Intervening Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Industri Menengah dan Besar Mebel dan Furniture di Kota Semarang)”, Jurnal Manajemen Universitas Dian Nuswantoro, Februari 2012, Pasca Sarjana Magister Manajemen UDINUS, Semarang, hlm 10. diakses pada tanggal 22 Juli 2015 pukul 11.50 WIB. [http://eprints.dinus.ac.id/15075/1/JURNAL_TESIS_\(P32.2009.00137\).pdf](http://eprints.dinus.ac.id/15075/1/JURNAL_TESIS_(P32.2009.00137).pdf)

lambat usaha yang diajalani akan berkembang dengan baik. Begitu juga sebaliknya. Ketika energi lingkungan berdampak negatif maka menghambat terhadap perkembangan usaha.

Kafe ZamZeLova menjadi cita-cita besar yang diimpikan. Inovasi tersebut sangat menarik untuk dikembangkan. Kafe pada umumnya adalah tempat orang nongkrong melepas lelah dengan minum secangkir kopi atau lainnya. Kafe ZamZeLova ini tidak seperti kafe pada umumnya. Kafe tersebut secara konsep sama dengan kafe pada umumnya. Tetapi pelanggan yang didominasi ibu-ibu menyusui akan beraktifitas di kafe dimana didalamnya ada tiga macam fokus bisnis. Pertama sebagai tempat mencoba beberapa pompa ASI untuk mencari pompa yang cocok untuk membeli pompa yang baru. Kedua, menyediakan makanan dan minuman booster ASI yang siap saji dan variatif. Tiga, menyediakan konsultan ahli laktasi.

Konsep ide kafe ZamZeLova berdampak kepada dibutuhkannya jumlah unit pompa yang relatif lebih banyak dari pada aset saat ini, untuk itu membutuhkan perekrutan sumber daya manusia yang mampu sebagai pengelola. Konsep ini secara segmen pasar tidak jauh beda dengan *babyshop* atau *babymart* atau sejenisnya, yaitu ibu-ibu yang baru punya bayi. Tetapi konsep ini lebih unik dan penemuan penerobosan pasar baru sekalipun pada dasarnya segmen pasarnya sama dengan beberapa bisnis lainnya.

Wirausaha untuk menemukan pasar baru harus mampu menciptakan produk yang variatif, meningkatkan pelayanan kepada pelanggan dan membangun jaringan kemitraan. Memutuskan untuk menciptakan produk yang variatif memberikan jalan berkembangnya suatu usaha. Meningkatkan layanan kepada pelanggan dapat membina kesetiaan dan loyalitas pelanggan, dan besar kemungkinan merekomendasikan kepada temannya yang lain. Semakin luas kemitraan yang dibangun dapat dijadikan salah satu indikator bahwa bisnis yang dijalani dapat diterima oleh masyarakat. Tiga hal tersebut membutuhkan keberanian mengambil keputusan dan melakukan penetrasi dan membutuhkan ide-ide kreatif inovatif. Ide-ide tersebut bisa jadi muncul dari pimpinan, staf atau pelanggan.

Kafe ZamZeLova mengharuskan untuk menambah bekerja sama dengan beberapa pihak terkait. Tidak hanya seperti pada saat sekarang ini yang hanya menitipkan brosur atau kartu nama saja. Kafe tersebut yang pasti membutuhkan kerja sama dengan ahli laktasi, untuk memenuhi pelayanan konseling laktasi. Tindakan menentukan ide dan konsep yang diambil ZamZeLova sangat tepat dengan teori di atas.

h. Amar Ma'ruf

Strategi pengembangan bisnis yang akan dilakukan ZamZeLova dapat diyakini membantu banyak orang, memberikan yang terbaik baik kepada bayi atas haknya menerima Air Susu Ibu dan merupakan kewajiban

memberikan nama merek pada bisnis yang dijalani diambil dari nama anaknya adalah tindakan yang memberikan rangsangan optimistis akan terwujudnya sebuah cita-cita bisnis yang besar.

Pelaku ZamZeLova keluarga dekat sendiri dan orang-orang disekitar saja. Mulai dari saudara terdekat, kolega terdekat dan terus ke yang lainnya. Ini salah satu cara ZamZeLova dalam memberdayakan sanak famili dan orang disekitarnya. Mereka diberi tanggung jawab dan peranan masing-masing dalam menjalankan manajemen persewaan pompa ASI di ZamZeLova.

ZamZeLova memiliki fokus produk pro ASI. Pro ASI adalah produk-produk yang tersedia merupakan pendukung pemberian ASI eksklusif kepada bayi dari enam bulan sampai 24 bulan. Meliputi persewaan pompa ASI, persewaan freezer ASI, penjualan alat pendukung ASI perah seperti botol ASI dan kantong plastik untuk penyimpanan stok ASI perah. Tersedia produk makanan atau minuman pendukung produktifitas ASI seperti, susu mama soya, teh pelancar ASI dan kapsul ASI. Dengan berbagai macam varian produk yang disediakan pelanggan dapat memilih produk yang diinginkan.

Segmentasi pasar ZamZeLova adalah ibu-ibu yang menyusui. Ibu-ibu menyusui sangat membutuhkan dukungan dari lingkungan sekitar. Terlebih dari suaminya yang menjadi orang terdekatnya. Ibu menyusui membutuhkan sarana penunjang keberhasilan cita-cita yang diinginkan yaitu memberikan ASI eksklusif dari enam bulan sampai 24 bulan. Dengan

beriklan memfungsikan media yang ada, ZamZeLova terus dapat dikenal masyarakat dan dapat membantu dengan memberikan fasilitas untuk disewa sebagai penunjang pemberian ASI kepada bayi.

ZamZeLova sebagai bisnis yang bergerak dibidang jasa persewaan tentu yang harus diutamakan adalah pelayanan. Pelayanan yang diberikan dengan memberikan kepuasan pada pelanggan melalui sumber daya manusia yang ada dilakukan dari setiap pelaku di ZamZeLova. Melayani dengan kekeluargaan, memberikan saran dan masukan pompa yang sesuai dengan masing-masing pelanggan. Serta menjelaskan kegunaan dan cara merawat pompa ASI.

ZamZeLova dalam berinovasi tetap terus mengembangkan bisnis yang ditekuni. Terus berupaya untuk dapat dijadikan sebagai mitra bisnis kepercayaan pelanggan dengan mengambangkan bisnis persewaan pompa ASI. Menambah unit pompa untuk disewakan, menyediakan produk pendukung laktasi dan bercita-cita memiliki kafe yang menjadi pusat kegiatan ibu-ibu dalam rangka mencoba dan mencari pompa yang cocok, makan atau minum booster ASI siap saji dan berkonsultasi kepada konselor yang disediakan.

Langkah yang diambil dan inovasi yang dilakukan merupakan fokus terhadap kegiatan usaha yang pro ASI. Bisnis ini dapat dikatakan sebagai bisnis yang memiliki strategi pengembangan yang unik, peluang pasar masih lebar dan tak akan mati serta memiliki nilai *amar ma'ruf*

