

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

1.1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan kulinernya. Industri kuliner di Indonesia merupakan sektor yang strategis bagi perkembangan ekonomi Indonesia. Kuliner bukan lagi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia semata, saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pertumbuhan kuliner sangat berkembang pesat, semakin diminati oleh masyarakat, semakin kreatif, dan inovatif. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia mencapai angka 8% pada tahun 2012 dan 13% pada tahun 2013. Hal ini membuktikan bahwa pertumbuhan kuliner sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. (Widyatama, 2016)

Salah satu jenis industri kuliner yang banyak peminatnya adalah camilan. Camilan merupakan makanan ringan yang dinikmati sebagai selingan atau orang-orang juga memanfaatkannya sebagai makanan penunda lapar. Camilan bisa bermacam-macam jenisnya, mulai dari camilan buah, makanan kering, sampai keripik. Camilan disukai oleh semua orang baik anak-anak hingga orang tua. Karena penggemar camilan begitu banyak, maka hal ini bisa menjadi peluang bisnis yang baik. Usaha camilan selain memiliki pangsa pasar yang besar, juga dapat memberikan keuntungan yang tinggi karena modal yang dibutuhkan cenderung kecil, produknya dapat bertahan lama (daya simpan lama), ruangan

yang dibutuhkan kecil, dan variasinya banyak serta pengelolaannya yang mudah. (Bisnis UKM, 2010)

Salah satu kekayaan alam di Indonesia yang dapat dimanfaatkan sebagai camilan adalah pisang. Pisang merupakan buah yang selalu dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Kandungan vitamin dan karbohidrat menjadikan buah pisang dapat dimanfaatkan dalam berbagai macam makanan olahan, sehingga banyak produk makanan yang menggunakan buah pisang sebagai bahan dasarnya. Buah ini tersusun dalam tandan dengan kelompok-kelompok yang tersusun menjari yang biasanya disebut sisir.

Jenis buah pisang yang penulis manfaatkan dalam pembuatan bisnis ini adalah pisang olahan, yakni pisang kepok. Pisang kepok adalah salah satu jenis pisang yang masuk ke dalam kelompok kultivar ABB artinya pisang jenis ini termasuk ke dalam kelompok pisang olah atau plantain disebabkan tinggi kandungan patinya.

Ada dua jenis pisang kepok yang populer di Indonesia yakni pisang kepok kuning dan putih. Dari kedua jenis pisang kepok ini memiliki kandungan nutrisi yang sama. Namun dalam hal rasa dan kenikmatan maka pisang kepok kuninglah yang memiliki rasa yang manis dan nikmat. Dari hal tersebut penulis memilih pisang kepok yang berwarna kuning sebagai bahan baku utama dalam menjalankan bisnis ini.

(Khair, 2016)

1.1.2 Peluang Bisnis

Oleh karena itu, peluang untuk menjalankan bisnis camilan sangat terbuka lebar,

melihat perkembangan industri kuliner yang terus maju karena kebutuhan manusia akan makanan adalah mutlak jadi pemenuhannya pun akan semakin berkembang. Selain itu, industri kuliner merupakan salah satu industri yang berpengaruh bagi perekonomian Indonesia. Industri kuliner juga termasuk dalam industri kreatif, sehingga untuk membuka usaha kuliner tidak bisa asal-asalan, dibutuhkan kreativitas atau inovasi dalam membangun bisnis dalam bidang ini. Dapat dilihat, para pemain industri kuliner khususnya camilan belum banyak yang melakukan inovasi dalam produk padahal sesuatu yang baru dan unik merupakan daya tarik bagi masyarakat dan dapat menghasilkan pangsa pasar yang lebih luas.

Melihat hal tersebut, penulis mencoba untuk melakukan inovasi baru pada produk pisang goreng dengan menambah nilai produk dan kemasan yang menarik, berbeda dengan pisang goreng yang dijual oleh pedagang kaki lima pada umumnya, serta menggunakan sistem penjualan yang berbeda. Sehingga, dengan adanya unsur kreatifitas industri kuliner dan perekonomian Indonesia akan semakin berkembang.

1.1.3 Persaingan

Peluang usaha makanan ringan boleh dikatakan tidak ada matinya bahkan cenderung sangat prospektif. Makanan ringan dan camilan merupakan makanan yang banyak dibutuhkan orang dari semua kalangan. (Joesck, 2015)

Kebiasaan masyarakat yang terbelang sangat konsumtif dalam hal membeli aneka macam makanan ringan, menjadikan peluang bisnis ini cukup menjanjikan untuk dijalankan setiap orang. Kondisi inilah yang kemudian mendorong persaingan pasar di bisnis camilan semakin hari kian padat merayap. Bisnis ini

memiliki persaingan yang cukup ketat karena produk pisang sendiri, khususnya yang dikemas menjadi camilan sudah cukup banyak di pasaran. Beberapa contoh bisnis camilan yang memanfaatkan buah pisang adalah keripik pisang Mr. Monkey, Zanana, dan piscok Lumer.

1.1.4 Produk

Definisi produk menurut Kotler & Keller (2009) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yang ditawarkan dalam bisnis ini adalah makanan ringan atau camilan berupa pisang goreng wijen dengan tambahan variasi *dipping sauce*, yang diberi nama *Crispy Banana Stick* dan *Vacuum Crispy Banana Stick*. Perbedaan dari produk ini hanya dari segi kemasannya saja, *Crispy Banana Stick* untuk penjualan langsung dan *Vacuum Crispy Banana Stick* untuk penjualan secara *online* dengan menggunakan plastik *vacuum*. Sehingga dengan demikian, produk ini dapat dijangkau oleh seluruh konsumen di Indonesia maupun di luar negeri. Berikut ini tampilan produk dari *Crispy Banana Stick* pada Gambar 1.1, 1.2 dan *Vacuum Crispy Banana Stick* pada Gambar 1.3.



Gambar 1.1 *Crispy Banana Stick*
Sumber: Internal Perusahaan (2016)



Gambar 1.2 *Crispy Banana Stick* dalam Kemasan
Sumber: Internal Perusahaan (2016)



Gambar 1.3 *Vacuum Crispy Banana Stick*
Sumber: Internal Perusahaan (2016)

1.1.5 Target dan Potensi Pasar

Dengan adanya target pasar yang jelas, akan mempermudah perusahaan untuk menentukan produk yang sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Dapat diartikan pula bahwa target pasar merupakan pasar yang memiliki konsumen dengan daya beli yang cukup potensial. (Bisnis UKM, 2010)

Dalam menetapkan sasaran pasar (target pasar), perusahaan terlebih dulu harus melakukan segmentasi pasar, dengan cara mengelompokkan konsumen

(pembeli) ke dalam kelompok dengan ciri-ciri (sifat) yang hampir sama. Setiap kelompok konsumen dapat dipilih sebagai target pasar yang akan dicapai.

(Sarifin, 2013)

Target pasar dalam bisnis ini adalah konsumen remaja dan dewasa yang menyukai camilan dan konsumen yang sangat menyukai buah pisang. Lokasi pasar yang ditargetkan adalah daerah Kota Bogor sebagai salah satu kota yang besar dan terkenal industri kulinernya. Bisnis camilan ini mempunyai potensi pasar yang cukup besar khususnya di Indonesia, dengan budaya masyarakat yang sangat menyukai camilan sebagai penganjal perut.

Strategi pemasaran bisnis ini menggunakan media sosial karena memiliki pengaruh yang besar bagi konsumen dan perkembangannya sangat tinggi, khususnya di Indonesia. Selain itu, bisnis ini akan menggunakan *WOM (Word of Mouth)* sehingga dari strategi pemasaran ini akan menghasilkan konsumen kategori *referral*.

1.1.6 Kelayakan Investasi

Bisnis ini secara keseluruhan layak untuk dijalankan, karena modal usaha yang dibutuhkan tidak besar untuk pemula. Produk yang ditawarkan sudah sangat dikenal oleh masyarakat, bahan baku yang digunakan tidak sulit dicari dan harganya *relative* stabil. Selain itu keuntungan yang didapat dari bisnis ini sudah diperkirakan dalam jangka waktu sesingkatnya 3 tahun, dengan perhitungan NPV positif, *pay back period* nya pun didapat dalam kurun waktu kurang dari 1 tahun, *profitability indeks*nya lebih dari 1 dan dengan *internal rate of return* lebih besar dari tingkat suku bunga. Bisnis ini berpeluang besar untuk terus maju, mengingat

kemajuan dunia kuliner khususnya camilan yang semakin lama semakin meningkat. Penjelasan keuangan lebih rinci dijelaskan pada Bab VI.

1.2 Deskripsi Bisnis

1. Nama Perusahaan: *Saru Goma* (サルゴマ) dalam bahasa Jepang yang memiliki arti *Saru*: Monyet, dan *Goma*: Wijen.
2. Logo Perusahaan dipaparkan pada Gambar 1.4



Gambar 1.4 Logo Saru Goma
Sumber: Internal Perusahaan (2016)

Logo perusahaan terdiri atas gambar monyet, pisang dan nama perusahaanya itu *Saru Goma*. Nama perusahaan memakai bahasa Jepang karena ingin menanamkan citra produk seperti produk Jepang yang selalu unik. Warna yang dipakai adalah kuning tua dan hitam untuk mencerminkan warna pisang dan bijinya, dan menunjukkan bahwa pisang adalah bahan baku utama yang digunakan dalam bisnis ini. Letak pisang pada mulut monyet menunjukkan industri dari bisnis ini, yaitu industri kuliner.

3. Alamat Perusahaan: Teras Yasmin, Jalan K.H.R. Abdullah Bin Nuh No.33, Kota Bogor, Jawa Barat 16113.
4. Bentuk kepemilikan dan perizinan: *Saru Goma* diawali dengan perusahaan kecil perorangan dan pada tahap awal berdirinya bisnis ini dijalankan oleh penulis sendiri dengan keluarga atau kerabat dekat. Selanjutnya dalam pengembangan usaha *Saru Goma* akan melakukan perizinan dan sertifikasi usaha dengan mengisi Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan mengikuti segala prosedur yang ada serta mematenkan merek dan logo usaha. Selain itu, *Saru Goma* akan secepatnya mendaftarkan produk ke Badan POM agar memiliki kejelasan dan kelayakan produk.
5. Bidang usaha: Kuliner, makanan ringan/ camilan

1.2.1 Visi dan Misi Perusahaan

Visi *Saru Goma* adalah “Menjadi Perusahaan Camilan Pisang yang Unggul dan dikenal luas oleh masyarakat di Indonesia.”

Misi-misinya antara lain:

- Memperkenalkan semua produk ke seluruh masyarakat dengan cara yang kreatif dan efektif.
- Menjaga kebersihan produk dan sistem produksi
- Menjaga kualitas dan cita rasa produk dan terus berinovasi
- Memberikan harga produk yang terjangkau
- Menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan
- Kedepannya *Saru Goma* akan membuka cabang di daerah lain yang strategis dan menambah variasi produk.