

BAB 1

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Apa pemikiran pertama tentang *dessert* ? kaya akan rasa, rasa yang bersahabat dengan lidah masyarakat. Pemikiran-pemikiran tersebut yang ada dalam benak masyarakat tentang sebuah *dessert*. Cita rasa yang ditawarkan kepada konsumen sangat beragam, rasa yang sangat enak, membuat banyaknya peminat terhadap *dessert*. Tetapi dari makanan yang ditawarkan tersebut banyak *dessert* yang mengandung bahan dasar yang berbahaya bagi tubuh, seperti adanya pengawet, dan bahan-bahan lainnya yang berbahaya bagi tubuh, dan jika dikonsumsi secara terus menerus akan menimbulkan penyakit bagi yang mengonsumsinya.

Banyaknya makanan yang ditawarkan saat ini dengan hanya memperhatikan rasa tanpa memikirkan kandungan di dalamnya membuat masyarakat dengan mudah mengonsumsi *dessert* tersebut, tetapi menimbulkan efek yang tidak baik bagi tubuh. Saat ini sudah banyak masyarakat yang terjaring penyakit karena tidak memperhatikan makanan yang dikonsumsi.

Berawal dari penulis yang gemar mengonsumsi *dessert* dengan jumlah yang tidak sedikit, dan mengetahui kandungan-kandungan dalam *dessert* yang tidak sehat membuat penulis berpikir, bagaimana sebuah *dessert* dapat dikonsumsi tanpa perlu seseorang merasa takut untuk mengonsumsinya. Adanya pemikiran tersebut penulis berpikir untuk membuat sesuatu yang berbeda dari

yang sudah ada di pasaran yaitu, *dessert* dengan berbahan dasar yang aman dan sehat. Produk dengan rasa yang tetap nikmat untuk dikonsumsi tetapi berbahan dasar yang bersahabat pula untuk tubuh.

Saat ini bisnis industri kuliner sedang berkembang dengan pesat terutama di daerah Bandung, banyaknya *dessert* yang bermunculan dengan hanya memfokuskan cita rasa yang ditawarkan, menjadi sebuah peluang untuk penulis mengeluarkan suatu produk yang berbeda yaitu dengan fokus cita rasa yang akan disenangi masyarakat dan juga fokus terhadap bahan-bahan yang baik bagi tubuh. *Dessert* menjadi sebuah makanan yang banyak digemari oleh masyarakat dari segala usia dan kalangan. Sehingga pangsa pasar yang akan diraih menjadi cukup besar, karena rasa yang bersahabat dengan masyarakat, sehingga banyak konsumen potensial yang akan terus mencarinya.

Target pasar dari bisnis ini dimulai dari usia 20-40 tahun, (jenjang usia yang masih produktif dan memiliki penghasilan), dengan ekonomi kelas menengah (pendapatan 5 juta rupiah per bulan) dengan gaya hidup senang dengan bersosialisasi, senang akan camilan serta seorang konsumen yang *knowledgeable*.

Penulis menemukan beberapa pebisnis kuliner berbasis makanan sehat, diantaranya yaitu : chia-yo, dan mom's. Masih sedikitnya pesaing dengan tema yang hampir serupa menjadikan peluang yang cukup besar produk dikenal dan disukai oleh masyarakat.

Produk dari *Healthy Tummy* adalah produk sehat yang disajikan dalam bentuk *cake*, berbahan dasar organik, sehingga bersahabat bagi tubuh. Produk berbeda dengan produk *dessert* pada umumnya, karena bahan yang sehat sehingga aman untuk dikonsumsi segala jenis umur. *Cake* dari *Healthy Tummy* ini muncul

untuk menepis anggapan di masyarakat bahwa *dessert* atau sesuatu yang manis dan rasanya enak itu tidak sehat, karena *Healthy Tummy* adalah sesuatu yang enak dan sehat. Dengan itu keunikan dari produk *Healthy Tummy* adalah sesuatu yang enak dan dapat memanjakan lidah masyarakat tanpa perlu takut untuk mengonsumsinya, karena mengandung bahan organik yang baik bagi tubuh. *Healthy Tummy* adalah *cake* yang bebas gluten / *gluten free*, dan dapat dikonsumsi bagi masyarakat yang melakukan *vegan*, karena bahan yang dipilih tidak berasal dari hewani. *Healthy Tummy* pun cocok dikonsumsi bagi masyarakat yang sedang melakukan gaya hidup sehat, karena kandungan dari *cake* yang rendah lemak, tanpa adanya pengawet makanan, tanpa gula putih, dan tanpa telur.

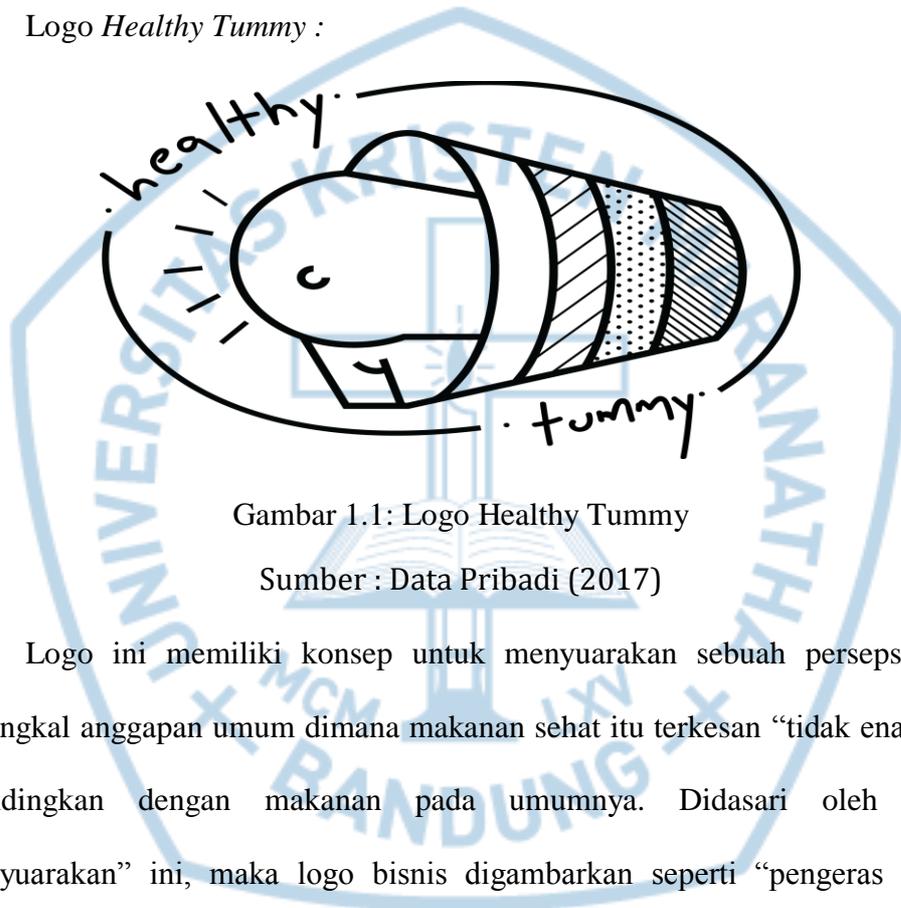
Bisnis ini dipromosikan melalui media sosial yaitu instagram, facebook, twitter, karena bisnis ini akan berbasis secara online. Bisnis ini akan memiliki akun resmi dan mempromosikannya dengan cara mengendorse *public figure* dengan asumsi produk akan mudah dikenal oleh masyarakat secara luas.

Kelayakan investasi dari bisnis *Healthy Tummy* berdasarkan perhitungan PP, NPV, dan PI adalah : usaha bisnis *Healthy Tummy* akan menutup kembali pengeluaran investasi (balik modal) selama 2,97 bulan dilihat dari perhitungan PP. Bisnis *Healthy Tummy* memiliki nilai NPV sebesar Rp 305.544.729 mengartikan bisnis ini layak untuk dijalankan karena $NPV > 0$. Dilihat dari perhitungan PI bisnis *Healthy Tummy* memiliki nilai 10.11 diartikan bahwa $PI > 1$. Maka secara keseluruhan bahwa bisnis *Healthy Tummy* layak untuk dijalankan jika dilihat dari aspek keuangan karena nilai kelayakan investasi sudah memenuhi syarat.

1.2 Deskripsi Bisnis

Nama dari Produk ini adalah *Healthy Tummy*. Arti dari kata *Healthy Tummy* adalah perut sehat, sesuai dengan tema yang diusung bahwa makanan yang dijual adalah makanan-makanan ringan dengan tema makanan sehat, dengan ini penulis mengharapkan konsumen dapat mengonsumsi makanan ringan ini dan membuat sehat.

Logo *Healthy Tummy* :



Gambar 1.1: Logo Healthy Tummy

Sumber : Data Pribadi (2017)

Logo ini memiliki konsep untuk menyuarakan sebuah persepsi yang menangkalkan anggapan umum dimana makanan sehat itu terkesan “tidak enak” jika dibandingkan dengan makanan pada umumnya. Didasari oleh alasan “menyuarakan” ini, maka logo bisnis digambarkan seperti “pengeras suara”. Terdapat juga gambaran perut yang hadir bersama dengan “pengeras suara”, gambaran perut ini menggaris bawahi bahwa makanan sehat juga dapat bersifat enak dan “memanjakan”, karena produk yang dihadirkan dalam bisnis ini merupakan makanan “*dessert*” yang pada dasarnya “memanjakan”.

Bentuk kepemilikan dari bisnis ini adalah Tamara Putri Agustine sebagai pemilik dari bisnis ini, sebagai yang mengeluarkan modal, lalu yang bertanggung

jawab atas jalannya bisnis ini bila telah direalisasikan. Bisnis ini sebuah usaha dengan bentuk kepemilikan perusahaan perseorangan, Bisnis yang dijalankan masih berskala kecil, sehingga bisnis ini belum memerlukan izin khusus seperti SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan).

Demi tercapainya suatu tujuan diperlukan perencanaan dan tindakan nyata untuk dapat mewujudkannya, secara umum dapat dikatakan bahwa Visi dan Misi adalah suatu konsep perencanaan yang di sertai dengan tindakan sesuai dengan apa yang direncanakan untuk mencapai suatu tujuan.

Visi *Healthy Tummy* adalah menjadi pelopor *cake* sehat di Kota Bandung pada tahun 2020

Misi *Healthy Tummy* yaitu :

- *Healthy Tummy* menjaga kualitas premium
- *Healthy Tummy* menjaga cita rasa konsisten
- Bersahabat dengan lidah masyarakat
- Menjaga kebersihan premium
- Memerhatikan bahan dasar produk

Bisnis ini menggunakan sistem distribusi melalui *online shopping* dengan memiliki akun resmi sebagai mediana, sehingga bisnis ini tidak memiliki *offline store*, tetapi bisnis ini memiliki lokasi untuk memproduksinya yang berjalan di Jalan Muara Indah no.1, alasan memakai lokasi ini karena lokasi ini merupakan tempat tinggal pemilik sehingga meminimalisir biaya yang harus dikeluarkan.