

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1.Deskripsi Konsep Bisnis

Dalam kehidupan modern yang serba cepat, masyarakat sering melupakan mengenai masalah kesehatan. Dengan gaya hidup yang serba cepat dan instan, tidak mengherankan banyak anggota masyarakat yang lebih memilih untuk makan dan minum dengan cara yang praktis, tanpa mempertimbangkan kesehatan yang dimiliki (health.detik.com, 2016). Pada akhirnya, gaya hidup dan pola makan dan minum yang buruk ini dapat memunculkan masalah kesehatan yang besar yang dapat menjadi beban di kemudian hari, dalam bentuk masalah kesehatan.

Masalah kesehatan yang muncul di masyarakat, seperti serangan jantung, penyakit jantung koroner (PJK), gangguan *kardiovaskular* seperti *stroke* dan tersumbatnya pembuluh darah, dan diabetes, merupakan jenis-jenis penyakit yang dapat muncul dari pola hidup yang tidak sehat (Hadi, dalam Kartika, 2014). Bukan hanya itu, pola makan yang tidak baik dan konsumsi zat-zat tertentu yang bersifat *karsinogenik*, dapat memunculkan gejala kanker di kemudian hari. Karena itu, mulai muncul kesadaran di masyarakat, untuk memulai hidup sehat, misalnya dengan mulai berolahraga, menjaga pola makan dan minum, dan mengonsumsi bahan makanan dan minuman yang sehat dan tinggi antioksidan, yang dapat memperbaiki dan meningkatkan fungsi tubuh dalam memelihara kesehatan.

Salah satu cara yang baik dalam memulai pola hidup sehat, adalah dengan mengkonsumsi buah-buahan (health.detik.com, 2017). Buah-buahan mempunyai kandungan vitamin, serat gizi, dan mineral yang mampu menjaga kesehatan badan manusia setiap hari. Banyak orang dari anak-anak hingga orang lanjut usia yang menggemari aneka buah. Selain itu, senyawa antioksidan yang banyak terkandung di dalam sayuran dan buah memiliki banyak manfaat. Kandungan antioksidan bermanfaat untuk mencegah proses oksidasi molekul lain. Oksidasi ini merupakan suatu reaksi kimia berbahaya yang bisa menimbulkan terjadinya serangan radikal bebas, dampaknya bisa merusak sel, bahkan bisa memicu kanker (health.kompas.com 2013). Karena itu, konsumsi buah-buahan penting untuk dapat menjaga kesehatan.

Konsumsi buah dan sayuran yang kaya akan kandungan serat bermanfaat untuk menghindari kegemukan, dimana kandungan serat bisa membuat seseorang kenyang lebih tahan lama, hal ini penting untuk mencegah makan berlebihan (kompas.com, 2016). Tingginya kandungan serat juga bermanfaat untuk kelancaran proses metabolisme tubuh, dan proses BAB (buang air besar) bisa berjalan dengan lancar. Kandungan vitamin dan mineral yang tinggi di dalam sayuran dan buah bermanfaat sangat penting. Kandungan vitamin dan mineral penting tersebut berupa vitamin A, vitamin C, vitamin E, kalium magnesium, seng, fosfor, dan asam folat (tempo.com, 2016). Kandungan-kandungan tersebut sangat penting untuk memenuhi kebutuhan nutrisi tubuh, serta bermanfaat untuk mencegah berbagai macam penyakit. Dengan demikian, konsumsi buah-buahan yang rutin dapat membantu meningkatkan dan memperbaiki pola hidup sehat yang

dijalani oleh masyarakat. Tidak mengherankan, ada banyak orang yang menggunakan konsumsi buah sebagai suatu bentuk terapi kesehatan dengan cara makan buah-buahan, yang dianggap merupakan cara diet yang segar dan mengandung berbagai manfaat baik bagi tubuh. Hal ini terjadi tak terlepas dari buah-buahan sangat baik dikonsumsi oleh manusia setiap hari untuk menjaga kebugaran dan kesehatan tubuhnya.

Selain itu, negara Indonesia yang terletak di daerah tropis memungkinkan buah-buahan tumbuh dengan subur (Hamdan, 2015, dalam alihamdan.id/jenis-buah-buahan, 2015). Dengan demikian, buah-buahan dengan kualitas yang baik akan lebih mudah didapat dan diolah, dan memiliki kesegaran yang baik. Indonesia memiliki buah-buahan yang tumbuh subur dan cukup dikenal oleh masyarakat dunia, seperti buah Mangga, Durian, Jambu, dan Sawo, dikenal sebagai buah endemic asli Indonesia. Meskipun buah-buahan ini lebih populer diproduksi oleh negara-negara lain (terutama Thailand), namun kualitas buah-buahan Indonesia juga sudah dikenal oleh dunia. Dari sejumlah buah-buahan mentah yang diekspor mulai dari jambu, salak, rambutan, nanas, durian, manggis, melon, mangga, jeruk hingga semangka, ada tiga buah-buahan yang menjadi primadona ekspor Indonesia. Buah tersebut adalah manggis, salak, dan manga (dalam ekbis.sindonews.com, 2017). Hal ini menggambarkan, potensi buah-buahan Indonesia yang masih belum dimaksimalkan.

Hal inilah yang memunculkan sebuah peluang usaha baru yakni bisnis minuman jus buah segar yang sangat menjanjikan dan menguntungkan. Dengan membuka usaha jus buah-buahan termasuk peluang bisnis modal kecil dengan keuntungan

yang besar. Usaha ini bisa dijalankan sebagai bisnis yang relatif lebih mudah dikelola dan dikembangkan. Bahkan, dalam daya yang diungkapkan detik.com, *Global Industries Analysts*, pasar smoothie dan jus di dunia akan mencapai \$ 11 miliar (Rp.14 triliun) tahun 2015. Hal ini terjadi karena anak-anak juga mulai menyukai minuman dan makanan yang disedot. (dalam <https://food.detik.com/info-sehat/d-2810375/makan-buah-potong-lebih-sehat-dari-minum-jus-buah-ini-alasannya>, 2017).

Tidak mengherankan, banyak produsen makanan dan minuman yang melirik bisnis Juice ini. Menurut Riset yang dilakukan oleh Marketing Research Agency (MARS), didapat bahwa Tingkat konsumsi jus buah segar siap minum 3 tahun belakangan cukup fluktuatif. Tahun 2013 tingkat penetrasi pasar jus buah siap minum sebesar 18,3 persen, setahun kemudian turun menjadi 16,6 persen. Pada tahun 2015 kembali meningkat dengan persentase sebesar 17,2 persen. Selain itu, berdasarkan survey yang dilakukan oleh MARS Indonesia terhadap pasar dan kinerja jus buah asli bermerek di Indonesia ditemukan beberapa *insight* menarik dari konsumen Indonesia. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa penurunan konsumsi jus buah siap minum terjadi di kelompok segmen *middle up*. Sementara konsumen *middle low* cenderung mengalami peningkatan. Selama tiga tahun berturut-turut *brand* Buavita keluaran Unilever menjadi *market leader* di Indonesia dengan pangsa pasar tertinggi sebesar 68,14 persen. Diikuti oleh minuman jus buah segar merek ABC, Minute Maid Pulply Orange, Floridina, dan Love Juice. Selama enam tahun terakhir ini, *business value* minuman jus siap minum terus meningkat dengan rata-rata sebesar 16,6 persen per tahun. Hingga tahun ini, total *business*

value dari jus buah siap minum mencapai lebih dari 8 triliun rupiah (marsindonesia.com, 2016).

Namun, masyarakat juga kini menjadi lebih selektif. Dibandingkan dengan memilih jus dalam kemasan yang memiliki kadar gula dan bahan pengawet yang tinggi, masyarakat banyak memiliki jus segar. Salah satu gerai jus segar yang menginspirasi peneliti untuk melakukan pengembangan Rencana Bisnis ini adalah King Mango, yang merupakan gerai jus asal Thailand, yang memiliki keunikan dibandingkan dengan jus lainnya. King Mango Thai belum lama buka di Neo Soho Mall. Tapi keberadaannya sudah menarik minat banyak orang. Sampai antrean pembeli bisa sekitar 2 jam untuk menikmati minuman di sini. Memang tampilan minuman begitu menggugah selera. Gelas tinggi diisi dengan empat lapisan yang memiliki citarasa dan tekstur berbeda. Mulai dari *smoothie* mangga, *whipped cream*, *slushie* mangga dan *topping* potongan mangga segar.



Gambar 1.1. Ilustrasi Produk King Mango

Jus Mangga ini menjadi suatu trend tersendiri. Selain itu, banyak kompetitor yang mengikuti usaha ini, dengan menawarkan bentuk dan produk yang persis sama, di mall-mall di Jakarta, Bekasi, dan Bandung. Jus Mangga Kekinian yang dipelopori oleh *King Mango* memiliki 4 lapisan yaitu Jus Mangga, *Whipped Cream* (Krim Kocok), Es Sorbet (Es Krim) Mangga, dan Potongan Buah Mangga segar. Karena itu, jus mangga ini tampil “Spektakuler” dengan ukuran gelas yang besar dan menggoda.

Adanya peluang bisnis jus dengan tampilan yang baru dan menarik ini, membuat peneliti tertarik untuk membuat *Juice bar* yang memiliki konsep serupa, tetapi tidak hanya menggunakan Mangga, tetapi juga buah-buahan endemik Indonesia, yang lebih mudah didapatkan setiap tahun. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk membuat konsep perencanaan bisnis *Phuket Juice Bar*, yang

merupakan salah satu inovasi bagi masyarakat untuk dapat menikmati buah-buahan asli Indonesia yang sehat dan menyegarkan, dengan konsep yang baru (*Thailand Look*) yang lebih mudah dikenali masyarakat.

Peneliti bermaksud membuka bisnis ini di kota Pandeglang, Banten, yang dikenal sebagai daerah yang memiliki potensi bisnis yang menarik.

Untuk strategi pemasaran produk *Phuket Juice Bar* sendiri saya melakukan 3 strategi awal pengenalan produk kepada para konsumen, dimulai dari kota Pandeglang Banten.

- Media Sosial

Phuket Juice Bar akan menggunakan fasilitas media sosial seperti instagram dan facebook untuk memperkenalkan produk jus ini dan mempromosikan *Phuket Juice Bar*. Media sosial saya pilih sebagai sarana awal promosi karena biayanya yang tidak terlalu mahal, dan banyak sekali masyarakat yang menggunakan media sosial saat ini.

- *Word of Mouth*

Setelah mempromosikan melalui media sosial selanjutnya diharapkan akan muncul *word of mouth* secara positif bagi produk saya di kalangan masyarakat Pandeglang yang akan meningkatkan citra merek dari *Phuket Juice Bar* ini.

- Pemberian Promosi Menarik

Strategi lain yang saya lakukan adalah dengan cara memberi promosi *Buy 2 Get 1* dalam jangka waktu tertentu dengan syarat konsumen harus foto produk kami, lalu upload di sosial mediana dengan tag ke sosial media kami.

1.2.Deskripsi Bisnis

Nama Bisnis: PHUKET JUICE BAR

Lokasi Bisnis: Alun-alun / pusat kota Pandeglang, Banten

Pemilik usaha: 1 orang

Modal Usaha: Sendiri

Format Usaha: *Juice Bar/ Mini Café* dengan jus buah dikemas ala Thailand

Ciri dan Identitas Usaha:



Gambar 1.2. Logo Phuket Juice Bar

Pengertian Logo dan Filosofi logo:

- Logo menggunakan warna hijau dan oranye, yang menggambarkan kesegaran dari bahan baku dan pengerjaan.
- Nama “Phuket” dipilih sebagai identitas karena menggambarkan salah satu tempat wisata di Thailand yang sangat dikenal oleh masyarakat. Selain itu, nama Phuket dipilih karena menggambarkan konsep *Thai-look* dari jus buah yang dibuat.
- Nama dan logo dengan gambar/ikon Mahkota, menggambarkan keinginan dari pemilik sehingga perusahaan dapat menjadi pemimpin pasar dari bisnis jus segar.

Moto: *Fruity, Yummy, and Healthy.*

Motto yang dipilih menggambarkan visi dari pemilik dalam mengembangkan bisnis:

- *Fruity*, menjadi identitas bahwa produk utama yang digunakan adalah jus buah segar yang diolah langsung.
- *Yummy*, menggambarkan kualitas dari produk, yaitu enak dan nikmat untuk dikonsumsi.
- *Healthy*, menggambarkan keinginan dari pemilik untuk membuat jus yang berkualitas dan mengedepankan gaya hidup sehat yang baik bagi masyarakat.

Visi: “Menjadi pemimpin bisnis jus siap saji dengan gaya Thailand di Jawa Barat

Misi:

- Fokus kepada kualitas

Phuket Juice Bar memiliki kepedulian yang besar terhadap produk yang berkualitas dan bermutu tinggi, yang memiliki nilai tambah yang *excellent* bagi semua pelanggan dan pengguna.

- Fokus pada jaringan

Phuket Juice Bar memiliki fokus pada kemampuan berjejaring dan berkembang melalui partisipasi bersama seluruh pengguna dan kontributor.

- Fokus pada pelayanan

Phuket Juice Bar berfokus pada pengembangan pelayanan dengan standar yang prima, untuk memberikan kepuasan kepada seluruh pelanggan.

Alamat perusahaan sendiri pada tahap awal, saya berencana berjualan dengan mobil pick up di Alun-Alun Kota Pandeglang, untuk meminimalkan biaya modal usaha, lalu untuk kedepannya tergantung prospek penjualan *Phuket Juice Bar* sendiri, jika modal sudah cukup akan berjualan di tempat seperti toko untuk menambah kenyamanan pembeli kami. Karena menurut saya tempat disini cukup strategis apalagi belum adanya saingan yang menjual produk yang sama. Terlebih lagi di Alun-Alun Kota ini tersedia banyaknya pilihan makanan, minuman, bahkan jajanan sekalipun. Jadi orang jika masuk ke Alun-Alun Kota tinggal pilih apa saja yang ingin mereka beli, karena menurut saya pribadi jika kita berjualan di tempat-

tempat yang memang banyak penjual makanan, biasanya banyak pengunjunnya. Karena para pengunjung lebih senang melihat-lihat sesuatu jika banyak pilihan didalamnya.

