

# BAB I

## RINGKASAN EKSEKUTIF

### 1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Industri makanan dan minuman domestik tahun 2017 optimistis tumbuh lebih baik. Bahkan, prediksi pelaku industri tahun ini lebih tinggi dari prediksi pemerintah. Kementerian Perindustrian (Kemprin) memprediksi sektor makanan dan minuman tahun ini hanya tumbuh kisaran 7,5%-7,8%. Faktor lainnya adalah makin menjamurnya peritel modern seperti minimarket di daerah-daerah. "Industri makanan mendapat dukungan dari para peritel yakni pembukaan minimarket yang tumbuh pesat," tuturnya. Selain itu, populasi penduduk Indonesia yang terus tumbuh. Kondisi ini membuat kebutuhan produk makanan dan minuman tetap terjaga. Pebisnis makanan dan minuman mulai merasakan manfaat pasar bebas Asean atau Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang sudah mereka garap sejak dua tahun lalu. (Sumber : kontan tahun 2017)

Makanan yang merupakan kebutuhan pokok manusia dalam kehidupannya kini semakin berkembang. Kebutuhan pokok tersebut bukan hanya makanan berat seperti nasi; bubur; roti; dan makanan pokok lainnya, tetapi makanan ringan atau yang sering disebut *snack* kini sudah menjadi hal pokok yang dibutuhkan masyarakat dari berbagai tingkat umur. Hal ini terbukti dengan adanya banyak produk *snack* yang ditawarkan oleh perusahaan besar maupun kecil dan dipasarkan di warung-warung, toko-toko, dan juga supermarket

Di wilayah Kota Purwokerto sendiri, peluang bisnis *snack* sangat terbuka lebar bagi para pelaku bisnis. Dilihat dari banyaknya Kota Purwokerto yang

berstatus mahasiswa datang dari berbagai kota. Mereka cenderung menyukai jajan atau makanan ringan untuk dikonsumsi karena bersifat praktis serta dapat dimakan kapanpun dan di manapun. Selain itu, banyak toko-toko agen makanan kecil sehingga memudahkan pelaku usaha untuk mendistribusikan produknya tanpa harus membuang banyak tenaga untuk menjajakan produk secara langsung dengan konsumen akhir.

Untuk membuat konsumen lebih leluasa menikmati *snack* yang bervariasi, oleh karena itu penulis ingin membuat suatu usaha di bidang makanan yang mendukung gaya hidup sehat ini. Penulis menawarkan produk keripik pisang dengan berbagai rasa yang penulis beri nama FITBanana. Produk FITBanana juga dapat dikonsumsi oleh orang penderita diabetes, dan sangat tepat bagi masyarakat yang peduli dengan kesehatan maupun lansia yang harus memperhatikan kandungan gizi dalam setiap asupan makanannya. Produk FITBanana yang sehat dikonsumsi semua masyarakat dari berbagai usia mengingat bahan yang dipakai alami dan sehat menjadi tujuan yang tepat untuk dikunjungi keluarga. Saat ini mulai banyak ditemukan jajanan yang menjual makanan ringan yang dianggap tidak sehat antara lain makanan berkalori tinggi, bahan baku yang kurang berkualitas, di sini penulis ingin menghadirkan suatu camilan berupa keripik pisang manis alami, yang semua bahan bakunya berasal dari buah pisang yang mana hidangan-hidangan tersebut memiliki serat, nutrisi, dan vitamin tinggi namun rendah lemak dan kalori. Peluang ini yang ditangkap penulis untuk membuka suatu bisnis camilan keripik pisang yang berbasis tetumbuhan yang sehat, rendah kalori, rendah gula, dan rendah lemak bernama FITBanana. Pisang mempunyai kandungan gizi sangat baik, antara lain menyediakan energi cukup

tinggi dibandingkan dengan buah-buahan lain. Pisang merupakan buah kaya mineral seperti kalium, magnesium, fosfor, besi, dan kalsium. Pisang juga mengandung vitamin, yaitu C, B kompleks, B6, dan serotonin yang aktif sebagai neurotransmitter dalam kelancaran fungsi otak. Dan kabar baiknya lagi, dengan jumlah karbohidrat yang tinggi, jumlah kalori dalam pisang rendah, yaitu sekitar 90 kalori.

Jumlah kalori yang rendah dikarenakan kandungan serat pisang yang tinggi, serta kandungan air yang mencapai 75%. Kebanyakan buah-buahan, termasuk pisang, memang merupakan buah yang kepadatan energinya tinggi, maksudnya adalah, dengan jumlah kalori yang sedikit, makanan tersebut cukup padat dan mengenyangkan. Serat dalam pisang tidak hanya berperan untuk membuat pisang mengenyangkan, serat juga berperan dalam menurunkan berat badan karena mampu memperlambat pencernaan sehingga makanan tercerna dengan baik, dan menjaga gula darah tetap seimbang.

Bagi penulis, pisang adalah alternatif terbaik untuk menyediakan energi di saat-saat istirahat atau jeda, dan pada waktu otak sangat membutuhkan energi yang cepat tersedia untuk aktivitas biologis.

Target pelanggan FITBanana ini adalah semua kalangan dan usia khususnya para pelaku gaya hidup sehat mengingat produk berbasis tetumbuhan dan rendah kalori. Jumlah pelaku vegetarian dan kesadaran masyarakat Indonesia akan konsumsi makanan sehat juga meningkat. Hal ini menjadikan bisnis ini dapat memiliki jumlah konsumen yang senantiasa bertambah dari waktu ke waktu. Usaha penulis ini akan memproduksi keripik pisang dengan rasa Tiramisu, Coklat,

Greentea, Vanilla, Mocca, dan Cookie Oreo dengan komposisi yang higienis, rendah gula, aman dikonsumsi oleh setiap orang.

Harga jual produk FITBanana berkisar antara Rp15.000,00 - Rp20.000 untuk produk kemasan kecil (*small*), dan Rp25.000,00 - Rp30.000,00 untuk produk kemasan sedang (*medium*). Tempat outlet FITBanana ini berada di dalam Rita Supermall Purwokerto yang terletak di tengah kota dan mudah dijangkau. FITBanana memiliki konsep unik untuk menarik minat konsumen untuk mencoba. Tepatnya di dalam sebuah kios yang terletak di Ground Floor yang disewa per 6 bulanan. Di lantai ini banyak terdapat kafe, kios jajanan, serta supermarket sehingga pengunjung akan dengan mudah menemukan *outlet* FITBanana, selain itu lantai ini menjadi akses keluar masuk pengunjung dari gedung parkir (*basement*) menuju mall maupun sebaliknya.

Rita Supermall merupakan mall pertama di kota Purwokerto (diresmikan tanggal 22 Desember 2016). Rita Supermall adalah sebuah mall yang menyatu dengan hotel yaitu Swiss Belhotel terletak di Jalan Jenderal Sudirman. Rita Supermall terletak di pusat kota tepat di depan alun – alun yang berada di depan Pendopo Sipanji Kabupaten. Yang berarti bahwa Rita Supermall berada di depan persis kawasan pusat pemerintahan sekaligus tempat keramaian publik (alun-alun).



**Gambar 1.1 Tampak Depan Rita Supermall**

Sumber: Purwokerto Guidance

Lokasi ini dapat dijadikan alasan penulis memilih Rita Supermall Purwokerto, selain lokasi yang sangat strategis, merupakan pusat perbelanjaan yang cukup luas dan lengkap, dan merupakan pusat keramaian kota Purwokerto.

Selain itu penulis menangkap peluang dengan menjalin hubungan kerjasama dengan Pita Merah Wedding Organizer dan Blossom Souvenir di wilayah Purwokerto. Promosi yang dilakukan FITBanana yaitu melakukan publisitas melalui media sosial Instagram dan personal selling khususnya dengan metode *Word of Mouth*. Pembuatan akun Instagram dan website resmi diharapkan dapat memberikan banyak informasi mengenai FITBanana mulai dari produk yang tersedia, harga produk, bahkan promosi yang sedang berlangsung. Sehingga dalam keseharian informasi dapat diperoleh dengan mudah dan diharapkan dapat menarik minat konsumen. FITBanana ingin menyematkan di benak konsumen bahwa produk FITBanana merupakan camilan yang enak, aman tanpa pengawet, mengandung bahan baku berkualitas, serta sehat untuk dikonsumsi.

Produksi dilakukan dengan cara pemilihan kualitas buah pisang yang baik, pengelupasan, proses pemanggangan, sampai tahap pencampuran bahan dengan masing-masing varian rasa. Proses produksi dilakukan sampai dengan selesai dalam waktu  $\pm 70$  menit. FITBanana memiliki persediaan bahan baku yang distok selama satu minggu.

FITBanana memiliki struktur organisasi dimana pemilik memiliki 5 karyawan dibawahnya yang memiliki masing-masing tanggung jawab yang diberikan (1 karyawan sebagai ketua tim, 2 karyawan sebagai PIC produksi, 1 karyawan sebagai kasir, dan 1 karyawan pelayanan melalui online dimana setiap karyawan memiliki kriteria yang memenuhi persyaratan melalui tahap seleksi akhir. Waktu kerja setiap karyawan 08.00-20.30, gaji pokok yang diberikan kepada ketua tim sebesar Rp1.600.000/bln dan untuk 4 karyawan lainnya sebesar Rp1.100.000/bln. Dalam kinerja pada FITBanana terdapat SOP yang berlaku.

Modal yang digunakan dalam perputaran awal bisnis FITBanana merupakan modal dari tabungan pribadi sebesar Rp50.500.000 dan sisanya merupakan modal orang tua sebesar Rp66.641.500. Perkiraan penjualan pada tahun pertama adalah Rp277.900.000, tahun kedua meningkat sebesar Rp291.400.000, dan tahun ketiga meningkat sebesar Rp304.900.000. Pengembalian investasi dalam perencanaan bisnis ini adalah 8 bulan. Pada perhitungan NPV dalam bisnis ini sebesar Rp128.986.782 dan nilainya  $> 0$ , perhitungan IRR sebesar  $46,3\% > 20\%$ , nilai PI sebesar  $3,16 > 1$  maka bisnis FITBanana layak untuk dijalankan.

## 1.2 Deskripsi Bisnis

Pembuatan produk ini tidak begitu sulit, karena bahan mudah didapatkan dan tidak membutuhkan terlalu banyak proses. Untuk membuat produk ini penulis membutuhkan bahan utama pisang serta bahan pembantu yang terdiri dari gula halus rendah lemak, tepung jagung rendah kalori, buah lemon segar, garam, dan bubuk perasa yang terbukti dibuat dengan bahan yang berkualitas. Dalam memproduksinya, penulis juga membutuhkan peralatan seperti pisau, alat pemasrah atau pemotong, toples besar, oven, sendok ukur, ayakan, timbangan, centong, serta bahan pembantu lainnya.

Nama : FITBanana

Logo :



**Gambar 1.2 Logo FITBanana**

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Logo diatas memiliki arti “FIT” yang dalam bahasa Inggris berarti sehat, dan “Banana” memiliki arti bahwa produk yang ditawarkan penulis merupakan produk yang berbasis buah pisang. Pada bagian bawah tertulis slogan “healthy banana chips” yang dapat menggambarkan lebih jelas bahwa produk yang ditawarkan adalah keripik pisang yang menyehatkan.

Bentuk Kepemilikan dan Perizinan : Perusahaan Perseorangan atau Perusahaan Dagang

**Perizinan :**

1. Perjanjian Sewa Menyewa
2. Perizinan Kegiatan Usaha:
  - a. Surat Izin Usaha Perdagangan
  - b. Nomor Pokok Wajib Pajak
  - c. PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga)
  - d. Sertifikat Label Halal MUI
  - e. Tanda daftar perusahaan

**Visi dan Misi :**

- **Visi :** Menjadi salah satu produsen camilan keripik pisang yang berinovasi, dan memiliki cita rasa yang inovatif dan variatif pada tahun 2030.
- **Misi :**
  1. Berorientasi pada kepuasan konsumen dengan kualitas dan harga yang terjangkau.
  2. Selalu mengutamakan dan memaksimalkan kualitas dan pelayanan
  3. Mengembangkan inovasi baik didalam produk maupun pelayanan

4. Mengembangkan usaha di beberapa tempat yang strategis guna memperluas usaha
5. Menambah pengalaman, wawasan mengenai cara berwirausaha

Tujuan dan nilai penulis dalam membuat usaha ini adalah selain memperoleh profit namun juga meningkatkan kesadaran pada masyarakat mengenai pandangan hidup sehat dengan mengonsumsi makanan yang sehat tetapi tetap memiliki cita rasa yang enak.

