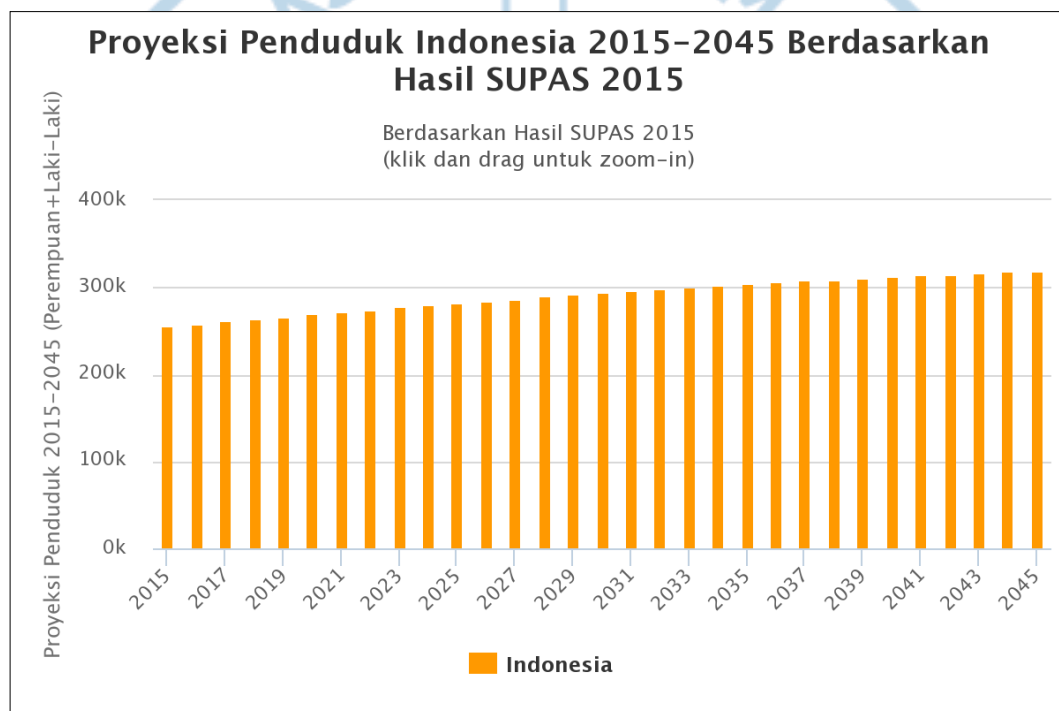


BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pada bab 1 ini akan dijelaskan mengenai deskripsi konsep bisnis yang menjelaskan mengenai gambaran secara umum diadakannya bisnis ini. Selain itu pula, pada bab ini menjelaskan tentang deskripsi bisnis dari usaha.

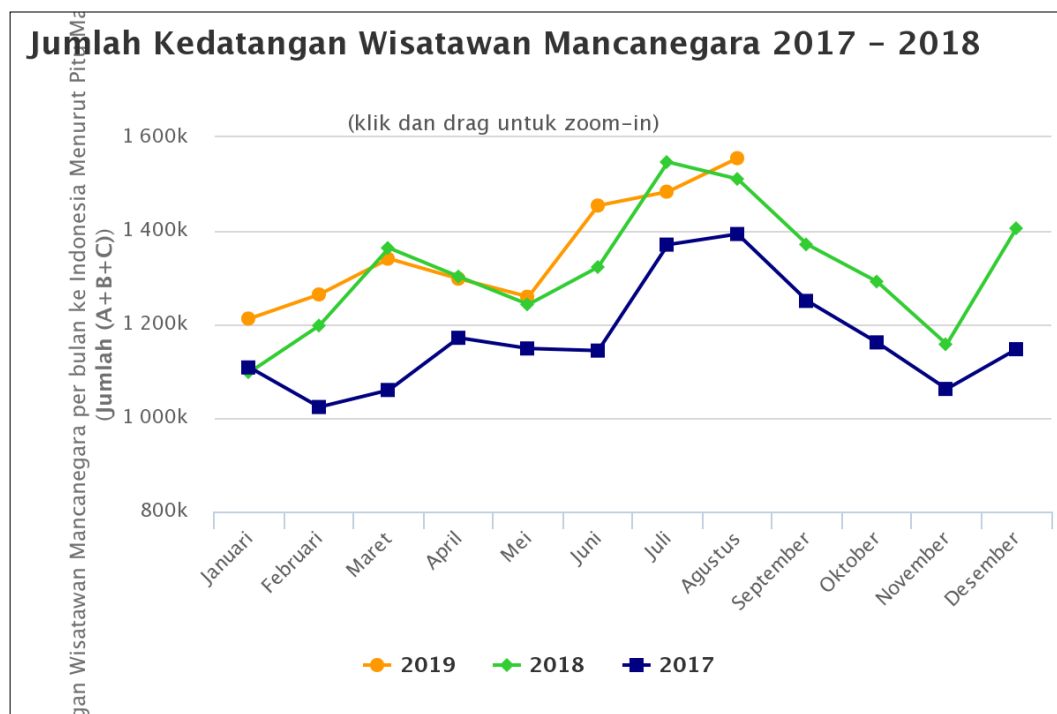
1.1 Deskripsi Konsep Bisnis



Gambar 1.1 Proyeksi Penduduk Indonesia

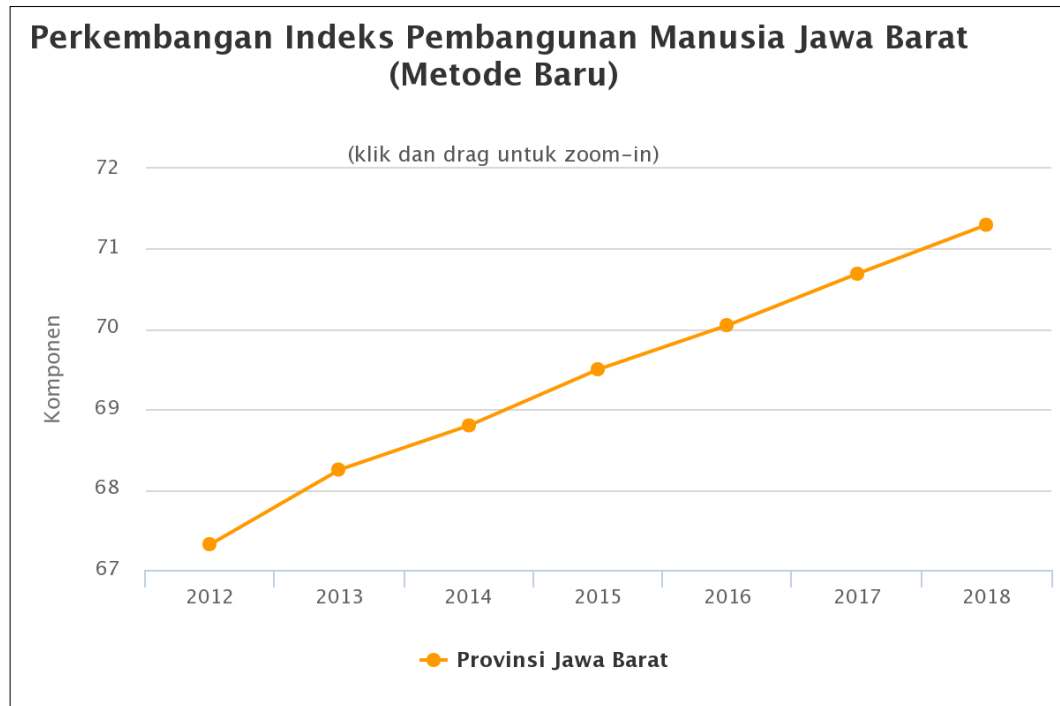
Berdasarkan hasil SUPAS proyeksi penduduk Indonesia akan selalu meningkat setiap tahunnya (Badan Pusat Statistik, 2019). Dilihat dari peningkatan jumlah penduduk di Indonesia tidak menutup kemungkinan kebutuhan akan makanan di Indonesia pun terdorong untuk meningkat. Indonesia merupakan salah

satu negara yang terlihat cukup konsumtif di dalam bidang makanan. Masyarakat Indonesia selalu ingin memenuhi kebutuhannya terlebih di dalam kebutuhan makanan, maka tidak dapat dipungkiri bahwa semakin banyak peningkatan jumlah penduduk akan berdampak pada kebutuhan akan makanannya.



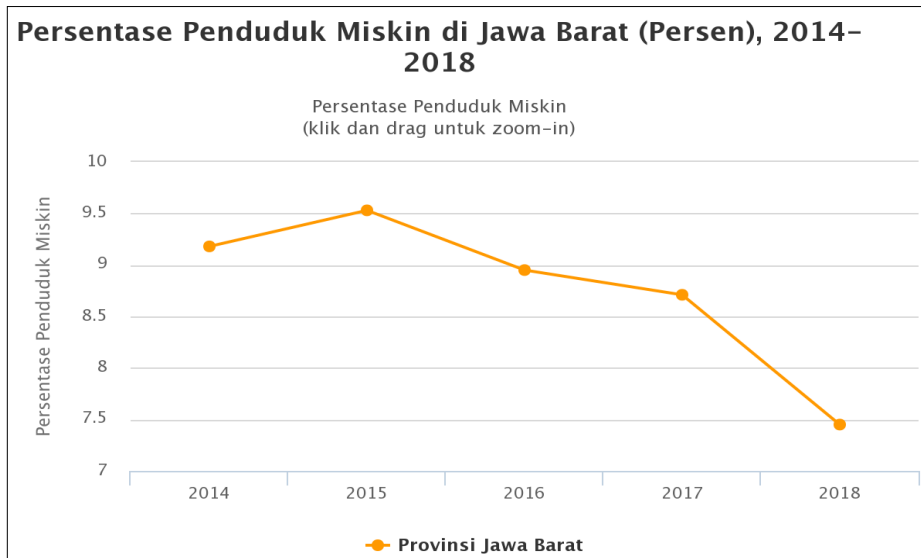
Gambar 1.2 Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara

Kemudian berdasarkan jumlah kedatangan wisatawan di mancanegara dari tahun-tahun sebelumnya pun selalu ada peningkatan (Badan Pusat Statistik, 2019). Dengan adanya peningkatan tersebut dapat memungkinkan adanya wisatawan yang cukup konsumtif ketika tinggal di Indonesia. Melonpan juga bisa berkesempatan untuk mengenalkan produk roti melon yang berisikan selai melon ini kepada para wisatawan dari beraneka macam wisatawan. Tidak hanya mengenalkan nilai dari produk tetapi memperkenalkan bahwa di negara Indonesia ini juga memiliki produk-produk inovatif yang dapat diperlihatkan kepada para wisatawan mancanegara.



Gambar 1.3 Perkembangan Indeks Pengembangan Manusia Jawa Barat

Perkembangan indeks pembangunan manusia di Jawa Barat juga menjadi pengaruh terhadap peningkatan jumlah penduduk di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2018). Dapat dilihat dari grafik di atas bahwa pembangunan di Jawa Barat cukup meningkat setiap tahunnya. Melonpan juga berpeluang dalam memperkenalkan produk di Jawa Barat seiring dengan pembangunan di Jawa Barat. Dengan adanya pembangunan di Jawa Barat akan mendorong juga peningkatan kebutuhan masyarakat di Jawa Barat.



Gambar 1.4 Persentase Penduduk Miskin di Jawa Barat

Persentase penduduk miskin di Jawa Barat terlihat cukup menurun (Badan Pusat Statistik, 2018). Dengan penurunan persentase garis kemiskinan, maka tidak dapat dipungkiri bahwa daya beli masyarakat juga bisa meningkat. Dengan peningkatan daya beli masyarakat dapat membuat Melonpan juga ikut terdorong dan selalu meningkat karena adanya peningkatan jumlah pembeli yang selalu ingin mencoba hal-hal baru.

**BADAN PUSAT STATISTIK
KOTA BANDUNG**

Tahun Year	Jumlah Penduduk Population	Laju Pertumbuhan Penduduk per Tahun Annual Population Growth Rate (%)
(1)	(2)	(3)
2012	2 444 617	0,64
2013	2 458 503	0,57
2014	2 470 802	0,5
2015	2 481 469	0,43
2016	2 490 622	0,37
2017	2 497 938	0,29

Gambar 1.5 Jumlah Penduduk Bandung

Pertumbuhan jumlah penduduk di kota Bandung meningkat setiap tahunnya (Badan Pusat Statistik, 2019). Meningkatnya jumlah penduduk di kota Bandung sangat berdampak pada produksi Melonpan karena dengan peningkatan jumlah penduduk memungkinkan penjualan produk Melonpan ini menjadi meningkat. Peningkatan penjualan produk Melonpan dikarenakan banyaknya permintaan akan produk yang ditawarkan. Apalagi kota Bandung bisa dikatakan menjadi kota wisata dan kuliner. Dengan melihat kondisi ini makan Melonpan memiliki peluang dalam berusaha dengan adanya peningkatan setiap tahunnya.

Jumlah masyarakat di kelas menengah terus bertambah. Bertambahnya kelas menengah dapat menyebabkan bergesernya jenis konsumsi masyarakat dari kebutuhan primer (makanan dan sandang) menjadi kebutuhan sekunder bahkan tersier (mewah), (Sakti, 2018). Dengan bertambahnya jumlah masyarakat di kelas menengah membuat Melonpan akan memfokuskan penjualan pada kelas menengah. Akibat dari kebutuhan primer meningkat juga berpengaruh pada penjualan makanan, termasuk dari produk Melonpan ini. Bertambahnya kebutuhan primer juga membuat penjualan produk Melonpan akan semakin meningkat.

Konsep bisnis ini muncul ketika melihat adanya ketidakcocokkan antara roti melon dengan kandungan yang ada di dalam roti tersebut, hal ini menjadi buah pemikiran penulis untuk membuat roti melon dengan varian asli melon yang terdapat di dalam roti. Rasa melon ini juga jarang sekali atau bahkan tidak pernah ditemukan di berbagai roti yang tersedia di macam-macam pasar. Berdasarkan hal tersebut, roti melon memiliki peluang besar di Kota Bandung karena memiliki rasa yang berbeda dibanding roti-roti yang ada di pasaran. Roti melon juga memiliki

potensi mejadi pelopor rasa melon pada sebuah roti di Kota Bandung karena belum ada bisnis roti yang menggunakan rasa melon pada roti-roti nya.

Roti melon yang dibuat memiliki kandungan berbagai macam bahan-bahan roti pada umumnya, seperti: air, ragi, telur, gula, tepung, garam, mentega, baking powder, dan susu. Dalam membuat roti melon sebenarnya memiliki berbagai macam cara, salah satunya dengan menggunakan bahan yang berbeda yaitu adanya parutan kulit lemon. Dilihat dari rasa melon yang ditawarkan, roti melon ini memiliki kandungan melon yang sangat baik bagi kesehatan, yaitu adanya kandungan vitamin C yang meningkatkan sistem kekebalan tubuh, mencegah tekanan darah tinggi karena adanya kalium yang tinggi, memiliki serat yang baik untuk mengatur pencernaan, dan memiliki asam folat yang baik untuk wanita hamil, sehingga roti melon ini memiliki kadungan gizi yang baik.

Target pasar yang dituju adalah orang yang berusia antara 11 tahun hingga 45 tahun dan tidak dibatasi oleh jenis kelamin pria maupun wanita, karena pada rentang usia tersebut, orang-orang baik pria maupun wanita gemar untuk mencari makanan unik yang pada umumnya masih jarang ditemui apalagi roti melon ini belum ada di pasaran Indonesia. Sistem penjualan dengan sosial media dan *online shop* lebih cepat dikenal dengan masyarakat luas, yang berdampak sangat positif untuk penawaran produk ini. Tidak adanya persaingan yang signifikan dan merupakan pelopor pertama membuat produk ini sangat layak untuk dijadikan sebuah investasi bisnis yang menguntungkan.

Potensi pasar Melonpan sangat memiliki peluang dikarenakan dapat dilihat bahwa kawasan Bandung dan sekitarnya masih minim akan pesaing dan potensi pasarnya yang baik dimana orang-orang yang membutuhkan makanan

secara cepat dan nikmat. Bandung bisa dikatakan merupakan kota wisata dan kuliner dikarenakan kota Bandung memiliki beraneka macam tempat wisata dan banyak jenis makanan yang tersedia, maka dari itu potensi pasar Melonpan menjadi terlihat besar juga berada di kota Bandung.

Menurut Kotler (2009) Strategi Pemasaran adalah unsur utama proses manajemen pemasaran yang mendalam dan kreatif yang dapat memandu kegiatan pemasar. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.

Promosi (*promotion*), adalah suatu yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi. Hal ini dilakukan untuk mencapai sasaran dari pemasaran perusahaan. Keputusan harga promosi wajib disesuaikan dengan rancangan produk yang nantinya di distribusikan. Selain itu juga wajib melakukan promosi dengan membentuk program pemasaran yang tepat dan efektif.

Bisnis ini akan menawarkan produk melalui sosial media. Karena hampir semua orang di semua kalangan di masyarakat dari usia muda sampai tua menggunakan sosial media saat ini sehingga dapat menjangkau masyarakat secara luas, memudahkan dalam melakukan promosi kepada banyak orang dan juga memperkecil biaya yang dikeluarkan dalam hal promosi kepada masyarakat saat ini.

Promosi yang dilakukan akan diawali dengan memberi potongan harga sebesar Rp 2.000,- dimana harga awal dari roti ini sebesar Rp 11.000,- dan harga sesudah promo adalah Rp 9.000,- dengan alasan promo pembukaan Melonpan.

Kemudian, setelah terlihat konsumen cukup puas dan banyak peminat yang membeli roti melon ini akan merubah sistem promosi yang diberlakukan. Promosi yang akan dilakukan setelah banyak peminat roti melon adalah dengan memotong harga jika membeli tiga buah roti melon harga akan menjadi Rp 30.000,- yang akan membuat kemungkinan permintaan meningkat. Setelah itu, ketika konsumen sudah banyak yang menyukai produk Melonpan ini maka harga mungkin akan ditingkatkan kembali menjadi Rp 11.000,- per buah rotinya.

Nilai NPV yang didapatkan adalah sebesar Rp 146.942.928,91 sehingga dapat dikatakan layak karena nilainya positif. Sementara *payback period* yang didapatkan adalah sebesar 0.88 tahun yang dapat dikatakan bahwa tidak terlalu lama. PI yang didapatkan silai 1.1 sehingga dapat dikatakan layak untuk dijalankan.

1.2 Deskripsi Bisnis

Melonpan adalah sebuah nama dari produk ini. Alasan dinamakan Melonpan karena asal nama dari roti melon ini adalah melonpan yang cukup populer di Jepang karena manisnya roti ini hingga disukai semua kalangan.



Gambar 1.6 Logo Melonpan

Logo Melonpan dibuat sederhana karena dilihat dari roti melon yang memiliki harga yang terjangkau untuk banyak orang. Bergambarkan seorang penyaji yang mengartikan bahwa dibuat oleh seseorang yang ahli dalam membuat roti melon dengan kualitas terbaik. Warna yang dipilih sebagai logo Melonpan adalah putih yang mengartikan kebersihan yang dijaga dalam membuat roti melon ini, dan logo digambarkan dengan warna hitam yang mengartikan keseriusan dan rasa hormat dalam menunjukkan kedisiplinan.

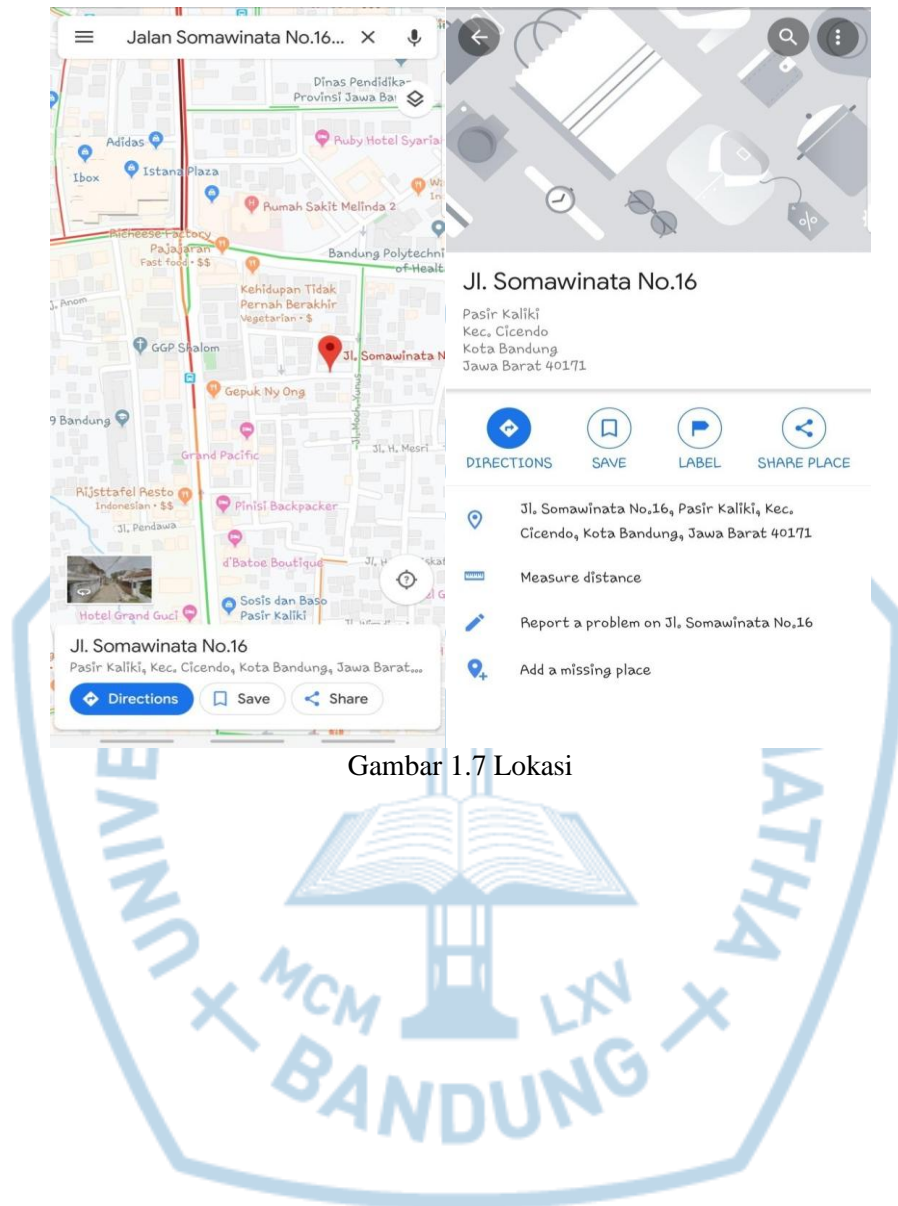
Bentuk kepemilikan dan perizinan dari usaha ini adalah perusahaan perseorangan (PO) karena bisnis ini hanya dimiliki oleh pemilik tunggal. Pemilik perusahaan memiliki tanggung jawab penuh atas usaha dan segala asset-aset yang dimiliki oleh perusahaan karena pemilik perusahaan yang akan memimpin, mengelola, dan mengatur segala hal yang berkaitan dengan usaha roti melon ini.

Visi dari Melonpan adalah menjadi perusahaan roti melon terbesar di kota Bandung pada tahun 2030. Misi yang dijalankan untuk mencapai visi yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut.

1. Melonpan menggunakan selai melon murni yang berkualitas premium.
2. Menggunakan bahan-bahan yang memiliki kualitas premium.
3. Pemakaian gula dan bahan-bahan alami (tanpa bahan pengawet makanan) juga diperhatikan demi kebaikan dan kesehatan konsumen kalangan tua maupun muda

Melonpan beralamatkan di Jalan Somawinata no. 16, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat, 40171. Alamat tersebut menjadi kantor sekaligus tempat produksi roti melon karena Melonpan saat ini masih dalam bentuk *Home Industry*. Lokasi ini dipilih oleh Melonpan karena berada dipusat kota yang

dekat dengan sekolah-sekolah, kampus-kampus, perkantoran, dan lainnya sehingga memudahkan pengiriman dan meminimalkan biaya transportasi.



Gambar 1.7 Lokasi