

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1. Deskripsi Konsep Bisnis

Di Indonesia terdapat makanan tradisional yang beraneka ragam, khususnya di Jawa Barat. Daerah Jawa Barat merupakan salah satu daerah yang mempunyai banyak aneka makanan tradisional. Namun saat ini pola konsumsi masyarakat mulai banyak berubah, semakin maraknya makanan modern semakin menurun pula tingkat mengkonsumsi makanan tradisional di kalangan masyarakat. Hal ini disebabkan banyaknya makanan produk olahan sehingga sebagian masyarakat lebih memilih makanan modern dibanding makanan tradisional agar lebih bergengsi untuk disuguhkan.

Makanan modern ditunjukan dengan kecepatan penyajian makanannya, selain itu tampilannya juga sangat menggiurkan dan pembuatan makanan biasanya menggunakan alat-alat yang sudah canggih, berbeda dengan makanan tradisional yang cara penyajiannya tergolong lama.

Seperti yang terjadi pada kue ladu makanan tradisional ini mulai mengalami penurunan. Seiring perkembangan zaman popularitas kue ladu saat ini mulai terpinggirkan dengan banyaknya makanan olahan modern yang marak di jual di berbagai tempat.

Selain disebabkan karena banyaknya makanan olahan modern, penurunan yang terjadi pada produk kue ladu juga disebabkan karena berkurangnya para produsen yang memproduksi kue ladu tersebut, sehingga untuk mempertahankan makanan tradisional ini produsen yang masih bertahan perlu meningkatkan jumlah produksi dan memperluas target pasarnya.

Dari kondisi yang terjadi saat ini bukan berarti semua produsen kue ladu merasa bahwa produk ini tidak bisa berkembang di masyarakat dan juga tidak disukai oleh para konsumennya. Kondisi ini mampu dibaca oleh produsen kue ladu dari kota Sukabumi salah satunya Bapak Budiyanto dan itu dijadikannya peluang usaha.

1.1.1. Peluang Bisnis

Peluang usaha adalah kesempatan yang pasti bisa didapatkan seseorang atau lebih dengan mengandalkan potensi diri yang ada dan dengan memanfaatkan berbagai kesempatan baik itu peluang usaha apa saja, yang bisa dengan sigap kita ambil. (Putu-Darmayasa, 2012).

Setelah penulis mencoba menggali informasi dari produsennya langsung dan mengetahui arti dari peluang usaha, maka penulis mengetahui bahwa peluang usaha kue ladu ini masih terbuka sangat lebar, artinya prospek usaha ini sangat menjanjikan. Hal ini dapat dibuktikan dengan data-data penjualan yang dimiliki oleh Bapak Budiyanto satu tahun terakhir yang dimana saat ini keadaan pasar masih terbatas, jumlah produksi masih dalam skala kecil namun permintaan pasar sangat banyak, keuntungan dalam setiap produksinya pun mencapai 100%, dan tentunya bahan-bahan penunjang produksi ladu ini semuanya asli dari Indonesia sehingga tidak menyulitkan proses produksi dan sangat mudah didapatkan.

Tabel I

Data Penjualan Tahun 2013

Bulan	Produksi (potong)	Permintaan (potong)
Januari	12000	18500

Februari	13000	18500
Maret	14000	18500
April	15000	22000
Mei	15000	20000
Juni	15000	18000
Juli	15000	20000
Agustus	15000	23000
September	15000	25000
Oktober	15000	25000
November	15000	25000
Desember	5000	25000

Sumber: data pemilik usaha (2013)

1.1.2. Persaingan

Dalam proses pengamatan yang penulis coba lakukan, penulis melihat ada beberapa produsen ladu lainnya yang juga saling bersaing untuk memasuki pasar di daerah Sukabumi dan sekitarnya. Hal itu sudah diantisipasi oleh Bapak Budiyanto, beliau tidak mengikuti para produsen lainnya yang mencoba memasuki pasar yang ada di Kota Sukabumi, beliau mencari pasar di luar kota yaitu Kota Bogor dan Kota Bandung. Pada awal beliau memasuki pasar di dua kota tersebut dan belum ada produsen kue ladu lainnya yang memasarkan produk kue ladu di Kota Bogor maupun Kota Bandung, tapi seiring berjalannya waktu para pesaing tersebut yang berasal dari Kota Cianjur dan Kota Sukabumi akhirnya mulai memasuki pasar yang sama. Dengan kondisi yang dialami oleh beliau tentunya ini harus dihadapi dan tidak bisa dihindari. Beliau masuk di dalam persaingan tersebut dengan bermodalkan kualitas

produk dan harga jual produk itu sendiri. Artinya beliau sangat memperhatikan kualitas produk yang dibuat mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, dan sampai dengan mengemas produk tersebut. Karena sikap konsisten yang dilakukan beliau dalam setiap produksi ladunya, maka produk ladu tersebut memiliki kualitas yang disukai oleh para konsumen dan mampu menguasai pasar yang ada walaupun berada ditengah-tengah persaingan. Berikut tabel pasar yang dimasuki para pesaing dari Sukabumi dan Cianjur:

Tabel II

Daerah Lokasi Pasar yang Sama-Sama Dimasuki oleh Pesaing

Bandung	Sukabumi	Bogor
Kebon Kelapa	Daerah Cisaat	Pasar Anyar
Pasar Astana Anyar	Daerah pusat kota	Pasar Ramayana
-	Pusat jajanan pasar Pelita	-
-	-	-

Sumber: data pemilik usaha

1.1.3. Produk

Pengertian produk (product) menurut Kotler & Armstrong, (2001: 346) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dari definisi produk, produk Ladu merupakan makanan tradisional yang rasanya manis dan berwarna coklat dengan bahan pokok kelapa, beras ketan, gula pasir, dan gula merah. Seperti yang kita ketahui bahwa bahan baku pokok dalam pembuatan produk tersebut asli Indonesia dan mudah didapatkan dimana-mana.

Bahan pokok tersebut juga memiliki kandungan gizi yang baik dan dibutuhkan oleh tubuh manusia, yaitu kelapa memiliki kandungan asam lemak yang terkandung dalam daging buah kelapa mengandung 90% asam lemak jenuh dan 10% asam lemak tak jenuh. Meskipun tergolong minyak jenuh, minyak kelapa dikategorikan sebagai minyak berantai karbon sedang (medium chain fatty acids, MCFA). Keunggulan asam lemak rantai sedang dibandingkan dengan asam lemak rantai panjang yaitu asam lemak rantai sedang lebih mudah dicerna dan diserap. Asam lemak rantai sedang saat dikonsumsi dapat langsung dicerna di dalam usus tanpa proses *hidrolisis* dan *enzimatis*, langsung dipasok ke aliran darah dan diangkut ke hati untuk dimetabolisir menjadi energi. (Sumber: www.smallcrab.com; 25 Oktober 2013)

Kemudian beras ketan mengandung energi sebesar 362 kilokalori, protein 6, 7 gram, karbohidrat 79, 4 gram, lemak 0, 7 gram, kalsium 12 miligram, fosfor 148 miligram, dan zat besi 1 miligram. Selain itu di dalam Beras Ketan Putih juga terkandung vitamin A sebanyak 0 IU, vitamin B1 0, 16 miligram, dan vitamin C 0 miligram. Hasil tersebut didapat dari melakukan penelitian terhadap 100 gram Beras Ketan Putih, dengan jumlah yang dapat dimakan sebanyak 100 %. (Sumber: <http://www.organisasi.org>; 25 Oktober 2013)

Adapun kandungan gizi gula merah bagi tubuh adalah *Thiamine* (vitamin B1), *Riboflavin* (vitamin B2), *Nicotinic Acid* (vitamin B3), *Pyridoksin* (vitamin B6), *Cyanocobalamin* (vitamin B12), *Ascorbic Acid* (Vitamin C), dan Garam mineral. (Sumber: <http://tanamanobat-herbal.blogspot.com>; 25 Oktober 2013)

Kandungan gizi gula pasir adalah 364 kilokalori, protein 0 gram, karbohidrat 94 gram, lemak 0 gram, kalsium 5 miligram, fosfor 1 miligram, dan zat

besi 0 miligram. Selain itu di dalam Gula Pasir juga terkandung vitamin A sebanyak 0 IU, vitamin B1 0 miligram dan vitamin C 0 miligram. Hasil tersebut didapat dari melakukan penelitian terhadap 100 gram Gula Pasir, dengan jumlah yang dapat dimakan sebanyak 100 %. (Sumber: <http://www.organisasi.org> ; 25 Oktober 2013)

Dari pemaparan tentang beberapa bahan pokok yang dibutuhkan dalam produksi kue ladu, kita tahu bahwa tidak ada bahan baku yang berbahaya, namun semua bahan baku yang digunakan untuk memproduksi kue ladu memiliki kandungan gizi yang sangat dibutuhkan oleh tubuh manusia.

1.1.4. Target dan Pasar Potensial

Definisi target pasar adalah pasar yang memiliki konsumen dengan daya beli yang cukup potensial. (Sumber: <http://blogbisnisonlinegratis.blogspot.com>, 25 Oktober 2013)

Dari definisi tersebut penulis mengklasifikasikan target pasar produk ladu, yaitu usia produktif dengan jenis kelamin laki-laki maupun perempuan, dengan berbagai tingkat pekerjaan dan tingkat ekonomi dari yang rendah sampai yang tinggi, karena harga yang relatif murah, dan konsumen yang menyukai rasa manis.

Kotler (1997:118) menyatakan bahwa: potensi pasar adalah batas yang di dekati oleh permintaan ketika pengeluaran pemasaran industri mendekati tak terhingga untuk lingkungan yang telah ditentukan. Dari definisi tersebut penulis menganalisis potensi pasar produk Ladu, dengan memperhatikan permintaan yang semakin bertambah banyak (seperti pada tabel 2) sehingga perusahaan dapat mengetahui peluang pasar yang ada. Saat ini pasar yang memiliki potensi yang cukup besar adalah toko-toko kue yang berada di pasar-pasar tradisional, agen-agen kue,

serta penulis akan mencoba memasuki tempat-tempat yang menjual oleh-oleh, contohnya Kartikasari, Mayasari, dan tempat lainnya yang sejenis.

1.1.5. Strategi Pemasaran dan Kelayakan Investasi

Untuk memasuki pasar yang ada tentunya tidak bisa sembarangan, dengan kata lain produsen perlu memiliki strategi pemasaran. Menurut Philip Kotler (2004, 81): “Strategi Pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.”

Strategi spesifik untuk pasar sasaran yang dilakukan oleh Bapak Budiyanto adalah beliau tidak memasuki semua pasar yang menjual kue di dalam satu lokasi yang jaraknya berdekatan, akan tetapi beliau hanya memasuki beberapa pasar dalam satu lokasi yang dianggap memiliki prospek lebih baik dari yang lainnya. Hal itu ditandai dengan banyaknya produsen kue yang menitipkan produknya ke toko tersebut, banyaknya jumlah konsumen yang membeli kue di toko tersebut, kemudahan dalam proses pembayaran, dan letak toko. Hal itu dilakukan dengan tujuan agar produk kue Ladu terfokus pada pasar yang memang memiliki prospek yang lebih besar.

Strategi spesifik untuk bauran pemasaran yang dilakukan oleh Bapak Budiyanto adalah dalam produksinya beliau selalu menjaga kualitas produk mulai dari bahan baku, proses, hingga pengemasan, selanjutnya pemberian merek pada produk agar konsumen mudah mengingat. Selain penerapan strategi pada produk beliau juga menerapkan strategi pada harga, saluran distribusi, dan promosi. Strategi pada harga dilakukan dengan cara penetrasi harga, artinya pada awal penjualan

bapak Budiyanto menetapkan harga yang relatif rendah dan mengalami kenaikan secara bertahap, dengan tujuan untuk menguasai pangsa pasar. Selanjutnya adalah strategi dalam saluran distribusi, bapak Budiyanto memilih saluran distribusi yang lokasinya mudah dijangkau dan letak dari satu lokasi ke lokasi lainnya berdekatan tujuannya adalah untuk mengurangi besarnya pengeluaran pemasaran yang dilakukan oleh bapak Budiyanto. Kemudian yang terakhir adalah strategi untuk promosi yang dilakukan oleh bapak Budiyanto sampai saat ini adalah WOM (*Word of Mouth*) dan *personal selling*.

Di awal usaha yang dilakukan bapak Budiyanto tentunya sudah dilakukan studi kelayakan, dan saat ini saya juga mencoba membuat studi kelayakan yang diterangkan pada bagian aspek keuangan. Pengertian studi kelayakan usaha menurut Kasmir dan Jakfar (2007:4) adalah suatu penelitian tentang layak atau tidaknya suatu proyek bisnis yang biasanya merupakan proyek investasi itu dilaksanakan.

Tujuan dilakukannya studi kelayakan adalah untuk menghindari keterlanjuran penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan.

Apabila dilihat dari perhitungan keuntungan usaha kue Ladu ini sangat menjanjikan bagi para investor untuk melakukan penanaman modal (tercantum dalam bab bagian keuangan). Sekaligus ini membuktikan bahwa Usaha kue Ladu layak untuk dijalankan.

1.2 Deskripsi Bisnis

1.2.1. Nama

Brand atau merek bukanlah sekedar nama tetapi juga mencakup citra dan pelayanan. David Aaker (dalam Amin Wijaja (2005:10) mengemukakan bahwa merek adalah sebuah nama ataupun simbol yang bertujuan untuk membedakan dan mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual ataupun sekelompok penjual yang merupakan pesaing mereka. Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa identitas sebuah produk sangatlah penting.

Memang sampai sekarang produk ladu ini belum memiliki nama, namun karena pentingnya sebuah nama pada produk, bapak Budiyanto akan segera memberikan nama **“INTAN SARI”** pada produk ladunya. **“INTAN SARI”** terdiri dari dua kata yaitu **INTAN** dan **SARI**, **INTAN** berarti batu permata yang berkilauan berasal dari karbon murni dalam bentuk kristal (zat yang terkenal paling keras, dipakai untuk permata cincin, gelang, kalung, giwang, bros, dan sebagainya). Kemudian dalam kata intan terdapat penggalan kata **TAN**, kata tersebut merupakan marga dari keluarga. Selanjutnya kata **SARI** memiliki makna bunga, nama perusahaan, nama merek produk, dan lain-lain. Bila melihat dari makna masing-masing kata terhadap nama produk tersebut pemilik berharap produknya memiliki identitas yang disukai oleh konsumen, selalu dicari oleh konsumen, dan menghiasi dunia kuliner khususnya di Jawa barat dan umumnya diseluruh Indonesia.

1.2.2. Logo

Definisi logo menurut Wikipedia (<http://id.wikipedia.org/wiki/Logo>, 3 November 2013) merupakan suatu bentuk gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, perkumpulan, produk,

negara, lembaga/organisasi dan hal-hal lainnya yang dianggap membutuhkan hal yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya.

Penulis mencoba membuat logo sebagai berikut:



Gambar 1

Logo Usaha

Keterangan gambar:

- Gambar *diamond* melambangkan bahwa produk kue Ladu ini memiliki tingkat kualitas yang tinggi. Dengan berbagai sudut yang melambangkan bahwa setiap masyarakat bisa mengkonsumsinya.
- Bentuk oval dengan menggunakan garis berwarna merah yang terputus maknanya kekerabatan atau kekeluargaan yang sangat kuat.
- Warna merah menunjukan keberanian.
- Intan sari merupakan brand dari produk kue Ladu sendiri dan tulisannya menggunakan warna merah.

- Gambar orang yang di dalam diamond menunjukkan tingkat kualitas produk dari segi pembuatan hingga penyajian produk tersebut.
- Background logo tersebut warna emas karena warna logam mulia (emas) menunjukkan keagungan, kemuliaan, kemakmuran, kekayaan.

1.2.3. Bentuk Kepemilikan dan Perizinan

Menurut Wikipedia (<http://id.wikipedia.org/wiki/Bisnis> 3 November 2013) terdapat beberapa macam kepemilikan bisnis, salah satunya adalah perusahaan perseorangan artinya bisnis yang kepemilikannya dipegang oleh satu orang. Pemilik perusahaan perseorangan memiliki tanggung jawab tak terbatas atas harta perusahaan. Sehingga apabila bisnisnya mengalami kerugian, pemiliklah yang harus menanggung seluruh kerugian itu.

Usaha kue Ladu “**INTAN SARI**” merupakan perusahaan perorangan yang dimiliki oleh bapak Budiyanto dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki oleh beliau.

Usaha yang telah dilakukan selama 20 tahun, saat ini telah memiliki izin usaha. Izin usaha merupakan suatu bentuk persetujuan atau pemberian izin dari pihak berwenang atas penyelenggaraam suatu kegiatan usaha oleh seorang pengusaha atau suatu perusahaan. (Sumber: <http://zhu-herman5.blogspot.com>, 3 November 2013). Dari usaha kue ladu sendiri sudah mendapatkan izin dari tetangga sekitar tempat produksi dan pihak Dinas Kesehatan, kemudian rencana selanjutnya adalah tentang izin halal. Izin tersebut sangat berguna untuk perkembangan usaha ladu agar bisa lebih maju dan berkembang.

1.2.4. Visi dan Misi

Visi misi perusahaan makanan harus menjadi dasar dalam membangun bisnis. Dengan visi yang jelas dan misi yang terarah langkah awal yang baik untuk menuju langkah berikutnya. Karena begitu penting visi dan misi dalam sebuah usaha, maka usaha ladu ini sendiri memiliki visi misi sebagai berikut.

Visi: Mewujudkan makanan tradisional yang memiliki cita rasa nasional dan mampu menembus pasar internasional.

Misi:

- Menjaga dan mempertahankan kualitas kue ladu dalam setiap produksi.
- Berinovasi secara berkala baik dalam produk, kemasan, maupun pemasaran.
- Mengembangkan pemasaran hingga ke seluruh daerah di Indonesia.

1.2.5. Alamat Perusahaan

Usaha kue Ladu “**INTAN SARI**” saat ini berada di Jl. RA Kosasih, Gg Samsi no 57 Kota Sukabumi.