

## BAB I

### RINGKASAN EKSEKUTIF

Berdasarkan hasil analisis Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake bagian financial ini layak. Hasil IRR yang didapatkan pada data Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake sebesar 44,88%. Selain itu juga, hasil dari *cash flow* pada Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake mengalami pertumbuhan yang stabil, dengan syarat harus memiliki perfoma yang sama secara terus menerus. Agar mendapatkan perfoma yang baik, kami melakukan dengan cara; Endorsement (*Influencer*) melalui *social media* seperti Instagram, Facebook, dan lain-lain.

Kendala yang dihadapi pemilik adalah balik modal yang cukup lama sekitar pada tahun ketiga pada bulan maret, dikarenakan ada pembagian profit pada pemilik pada tahun kedua sampai pada tahun keempat. Profit tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti makan dan transportasi. Profit distribution yang didapatkan setiap orang sebesar 25% pada tahun kedua, 37,5% pada tahun ketiga, dan 40% tahun keempat.

Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake melakukan research pada banana bread di *online*. Tidak banyak yang membuka *store* berupa fisik dalam situasi pandemi *Covid-19*, maka Cavendish Cake berinisiatif membuka *store* secara fisik yang hanya bisa *take away* dan menaati protokol yaitu jaga jarak. Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake ini membuat *store* agar bisa

membangun suatu hubungan yang baik terhadap calon pelanggan dan pelanggan bisa memberikan *feedback* dari produk Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake jika memiliki kekurangan.

Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake ini hadir memiliki visi dan misi yaitu menaikkan value dari suatu pisang. Salah satunya pisang yang berada di Lampung, serta mengajak para pelanggan untuk makan cemilan sehat sesuai dengan rasa yang dapat diterima oleh para *millenial*. Sesuai dengan moto kami yaitu *Eat More Be Happy* ini menjadi pegangan kami untuk memberikan produk dan pelayanan terbaik kami untuk para calon para pelanggan.

## **1.1 Pendahuluan**

Indonesia merupakan sebuah negara yang terletak pada daerah yang beriklim tropis, hal tersebut menyebabkan banyaknya hasil bumi berupa buah dan rempah. Dalam pasar buah di Indonesia, buah pisang merupakan salah satu hasil produksi yang memiliki hasil besar, dengan angka 7.264.383 Ton dalam tahun 2018 (Badan Pusat Statistik, 2018) yang lalu angka tersebut meningkat terus dari tahun ke tahun mulai dari 2016-2018. Pisang dalam pasar Indonesia juga memiliki banyak jenis yang berbeda, salah satu jenis pisang yang terkenal adalah jenis pisang cavendish dengan rasanya yang manis yang membuat banyak orang menyukainya. Tidak hanya jenis pisang cavendish, banyak jenis pisang lain yang dapat digunakan sebagai alternatif dalam bahan dasar yang dapat digunakan. Pisang juga memiliki banyak penggemar dalam masyarakat dikarenakan harga yang cukup terjangkau serta memiliki nilai kesehatan, beserta kemudahan pengolahan pisang kedalam

beberapa jenis makanan dan minuman dari hal yang sederhana (Pisang goreng, keripik) sampai kepada yang rumit (Cake, Smoothie). Lampung dengan angka 1.438.559 merupakan tempat produksi pisang yang berurutan nomor 2 dalam produksi di Indonesia dibawah Jawa Timur 1.125.899 (Badan Pusat Statistik, 2018).

Melihat kesempatan yang ada dari harga pisang yang terjangkau dengan besarnya kuantitas yang diproduksi, Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake ingin menggunakan kesempatan tersebut untuk memberikan nilai lebih dengan mengolah pisang sebagai bahan mentah menjadi sebuah makanan dan minuman. Salah satu jenis pisang yang akan digunakan adalah cavendish. Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake memberikan citra khas yang berbeda karena dibuat secara homemade. Kue yang berbahan pisang ini tidak memakai pengawet yang berbeda pada umumnya. Bisnis pisang ini tetap menjaga kualitas dan harga yang dapat dijangkau oleh seluruh masyarakat sekitar. Selain rasa dari pisang yang manis, bisnis pisang ini berharap agar masyarakat tidak banyak makan makanan yang mengandung pemanis buatan.

Seperti yang diketahui situasi pandemi *Covid-19* ini membuat orang enggan untuk pergi membeli suatu kue tersebut. Untuk meminimalisir virus ini, Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake juga mengikuti perkembangan zaman yang dimana akan melakukan delivery, sehingga dapat mempermudah masyarakat sekitar Jakarta untuk tetap bisa beraktivitas seperti biasanya. Selain itu Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake ini akan bekerja sama dengan Grab-food dan Go-food yang membuat Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish

Cake ini dikenal oleh masyarakat Jakarta. Dengan melakukan itu, Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake ini dapat lebih melebarkan sayapnya dan dapat dikenal masyarakat. Bisnis pisang ini juga melakukan penyebarannya melalui social media seperti Instagram, Facebook dan lain-lain. Selain itu Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake melakukan *direct to consumer* yang dimana dapat berinteraksi dengan *customer*, sehingga Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake mendapatkan *feedback* dari *customer* dan dapat membuat *relationship* terhadap *customer*. Dengan harapan *customer* mendapatkan kesan yang baik.

## 1.2 Deskripsi Perusahaan

Gambar 1.2 Produk Cavendish Cake



Sumber: Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake

Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake didirikan oleh dua pemilik yang bernama Bryan Timmothy Davis beserta dengan ibundanya. Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake sendiri berfokus pada pengolahan pisang untuk dijadikan sebuah produk berupa makanan dan kedepannya minuman. Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake saat ini memiliki dua jenis makanan yaitu banana bread dengan varian satu rasa dan muffin dengan tiga varian rasa yang dipadukan dengan rasa khas pisang, Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake juga kedepannya menyediakan satu jenis minuman yang

menggunakan pisang sebagai bahan dasarnya. Dalam keadaan sekarang, Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake bergerak secara online, untuk kedepannya Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake memiliki rencana untuk melakukan ekspansi dengan memiliki toko permanen untuk menjadi pusat produksi. (Organizational chart).

### **1.3 Visi dan Misi**

Setiap suatu usaha ingin usahanya mengalami peningkatan dan perkembangan. Maka dari itu, agar terjaln suatu usaha harus memiliki visi dan misi yang jelas agar menjadi dinding yang kokoh pada suatu usaha dan lebih terarah kedepannya mau kemana.

#### **1.3.1 Visi**

Menurut Schermerhorn dan Bachrach (2016) dalam buku *Exploring Management*, visi adalah “*a clear sense of the future*” atau dapat dibilang visi merupakan sebuah keinginan dan impian dari setiap usaha bisnis yang hendak digapai di masa depan. Visi harus berorientasi kedepan, realistis sehingga dapat dicapai.

Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake sendiri memiliki visi yaitu: menjadi no 1 cemilan sehat dalam skala produk cemilan sehat dan menjadi toko cemilan sehat ternama di kawasan daerah serpong dan perhatian kepada karyawan.

### 1.3.2 Misi

Menurut Akdon (2006), misi merupakan pernyataan mengenai hal-hal yang harus dilakukan guna mencapai tujuan atau visi. Setiap perusahaan yang memiliki visi untuk memastikan tujuan dasar dari suatu perusahaan dapat diwujudkan. Selain itu, misi juga diperlukan sebagai langkah dasar yang harus dilakukan agar dapat mewujudkan visi.

Agar tercapai impian suatu perusahaan, Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake memerlukan strategi yang dimana menyatukan pemikiran ke satu arah dari setiap anggota dengan cara memiliki standar pelayanan atau yang sering kita dengar yaitu SOP. Tujuan misi ini dibuat untuk menggapai internal yaitu para karyawan dan eksternal (target customer). Maka dari itu, misi dari Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake adalah bersikap profesional dengan cara menguasai pekerjaan dengan memenuhi standar dari SOP, bertanggung jawab atas perusahaan dan *customer*, melakukan inovasi dan melakukan perbaikan jika ada feedback dari *customer*.

### 1.4 Logo dan Tagline Perusahaan

Menurut Rustan (2009), Logo merupakan elemen gambar atau simbol pada identitas visual. Penggunaan warna logo yang tepat menjadi strategi bisnis dan strategi yang marketing yang tepat.

Logo adalah suatu identitas dari suatu usaha, tanda kepunyaan, tanda kualitas serta mencegah peniruan, dan pembajakan dalam suatu usaha. Dalam membuat logo yang harus diperhatikan adalah ciri khas dari suatu produk serta logo yang harus jelas. Lambang logo ini juga harus menjadi mudah diingat agar masuk memori dalam calon *customer*.

Berikut ini logo dari Pengembangan Business Cemilan Cavendish Cake.

Gambar 1.4 Logo Cavendish Cake



Sumber: Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake logo

Alasan Pengembangan Business Cemilan Cavendish Cake Memilih warna coklat karena pada warna coklat yang mengartikan hangat & nyaman. Selain itu logo warna coklat memberikan nuansa yang bersifat kuat dan dapat diandalkan. Pada slogan *Eat More Be Happy* ini berharap para pelanggan dapat menikmati dengan santai sambil menyantap kue dari Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake.

## 1.5 Produk dan Jasa

Menurut Armstrong (2001), produk adalah suatu item yang berupa fisik ataupun jasa yang dapat menawarkan ke pasar untuk memperoleh ketertarikan pada sesuatu, dapat dibeli, dipakai serta dapat dikonsumsi yang dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan akan konsumen.

Produk yang ditawarkan Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish adalah cemilan dan minuman yang berbahan dasar pisang. Tidak hanya itu, produk yang ditawarkan memiliki satu varian pada banana bread yang dapat dipadukan dengan selai dan 3 varian rasa pada banana muffin. Produk yang dibuat menggunakan bahan yang berkualitas dan resep yang dikembangkan melalui percobaan-percobaan untuk mencapai rasa dan kualitas yang terbaik. Produk yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

- Banana Bread:
  - Ukuran Medium
- Banana Muffin: Muffin Original, Muffin Coklat, Muffin Vanilla
  - Isi 6

Cavendish Cake pada kedepannya akan membuka:

- Banana Milk:
  - Single: 330 mL
  - Family: 1 L



## **1.6 Sumber Pembiayaan**

Sumber modal dalam menjalankan keperluan awal dalam Pengembangan Bisnis Cemilan Cavendish Cake saat ini berasal dari pemilik yaitu Bryan Timmothy Davis bersama ibunya mengumpulkan modal sebanyak Rp.230.213.000. Modal awal ini digunakan untuk pembiayaan seperti investasi mesin, gaji karyawan, pembuatan produk sample dan pembuatan logo packaging dan pengiklanan produk.

