

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Pendahuluan

Negara Indonesia adalah negara yang memiliki jumlah penduduk yang tergolong sangat banyak, karena terbentang dari sabang sampai merauke dan juga penduduk yang terdiri dari berbagai jenis suku dan budaya. Dengan populasi penduduk yang tinggi hal tersebut berpengaruh juga terhadap konsumsi penduduk akan produk makanan yang dikonsumsi setiap hari. Ariani(2014) mendefinisikan konsumsi adalah pemakaian barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusiawi, seperti konsumsi rumah tangga pada triwulan IV 2018 yang tumbuh 5,53% (yoy) dan provinsi Banten juga berkontribusi sebesar 3,15% (yoy) yang meningkat daripada triwulan sebelumnya yaitu sebesar 3,06% (yoy). Dapat dilihat bahwa konsumsi masyarakat juga terus meningkat dan ini menjadi peluang pasar untuk Mapao.id

Mapao.id hadir dengan mengutamakan produk yang “*Fresh from the Steamer*” dengan sistem *pre-order* disetiap minggunya Mapao.id menghasilkan bakpao yang selalu fresh dan berkualitas, tentunya juga dengan harga yang terjangkau. Karena di lingkungan masyarakat umum, harga (*price*) juga sangat mempengaruhi keputusan pembelian untuk konsumen, tidak hanya harga tetapi sekarang tampilan *packaging* yang menarik akan membuat konsumen penasaran dan membuat keputusan pembelian

Maka dari itu Mapao.id juga memberikan tampilan *packaging* yang tidak seperti bakpao umumnya tetapi memiliki *packaging* yang kami kemas dan design sendiri sehingga menarik para konsumen.

1.2 Deskripsi Perusahaan

Mapao.id didirikan oleh Vanessa Hans. Melihat peluang penjualan produk makanan yang memang permintaanya tinggi di masyarakat membuat saya melihat peluang untuk mendirikan Mapao.id. Saat ini, Mapao.id memilih 7 varian rasa bakpao yaitu bakpao Komplit, Daging babi+ Telur, Daging Babi + Telur Asin, Ayam + Telur, Ayam + Telur Asin, Coklat Keju, dan Coklat. Mapao.id saat ini dijual secara online melalui platform Instagram, Shopee dan juga Tokopedia. Kedepannya Mapao.id akan mengikuti *bazaar* di Universitas Pelita Harapan ataupun di mall-mall yang mengadakan *bazaar* makanan melihat banyak *antusiasme* konsumen. Dan juga Mapao.id juga berencana untuk memiliki toko permanen untuk menjual produk makanan bakpao.

1.3 Analisis Industri

Sebagai pemain baru yang ada di produk makanan, tentunya perlu melakukan analisis industri untuk mengetahui bagaimana industri berjalan atau faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi terhadap industri tersebut. Mapao.id memilih untuk

menggunakan analisis menggunakan analisis PESTLE untuk melihat faktor eksternal yang ada di industri tersebut dengan memperhatikan Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Legal dan Lingkungan (*Environmental*).

1.4 Analisis Pasar

Analisis pasar tentunya sangat penting apalagi kami sebagai pemain baru, tetapi karena bakpao adalah makanan yang sudah dikenal di masyarakat maka kami menargetkan konsumen mapao.id adalah mereka yang berusia 8 tahun sampai 60 tahun dengan pendapatan Rp.3.000.000,- sampai Rp. 5.000.000,- per minggu.

1.5 Rencana Pemasaran

Saat ini, karena operasional Mapao.id masih berskala kecil, maka rencana pemasaran yang mapao.id pakai masih sederhana. Mapao.id menggunakan *platform* media sosial seperti Instagram, Tiktok, Facebook dan Whatsapp. Mapao.id sendiri mendorong pemasaran melalui facebook *ads* yang memang dipakai oleh *online shop* pada umumnya. Dengan begitu iklan untuk Mapao.id bisa dijangkau dan dikenal lagi oleh masyarakat luas. Selain itu, pemasaran *word of mouth* juga digunakan disini karena pada umumnya jika konsumen memiliki pengalaman yang baik dan menyukai produk tersebut mereka akan merekomendasikan produk kepada keluarga, sahabat, kerabat mereka karena produk yang mereka beli sesuai dengan ekspektasi mereka dan mereka akan menceritakan pengalaman pembelian mereka serta produk yang mereka beli.

Untuk menganalisis pasar dan internal dari Mapao.id juga membuat analisis SWOT agar mengetahui kekurangan dan kelebihan kami di produk ini, serta kesempatan dan ancaman yang ada kedepannya. Selain itu, kami juga meminta konsumen untuk me- *review* produk kami apakah ada yang kurang, dari rasa, bentuk, ataupun packaging dengan begitu konsumen pun merasa dihargai bahwa mereka bisa berpendapat dan diikutsertakan dalam operasional Mapao.id, kami pun meminta masukan dari konsumen kami agar bisa menjadi lebih baik lagi kedepannya.

1.6 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan

Tim manajemen dan struktur perusahaan sangat penting dalam sebuah organisasi. Karena dengan adanya tim manajemen dan struktur perusahaan individu dapat mengetahui peran dan tanggung jawab masing-masing terhadap operasional perusahaan. Kembali lagi karena kami baru usaha berskala kecil, maka kami merangkap beberapa tugas untuk tanggung jawab satu individu. Vanessa Hans sebagai pendiri tidak hanya bertugas sebagai *founder* atau *CEO*, tetapi juga sebagai Manajer Pemasaran, Manajer Keuangan, Manajer Operasional dan Manajer Produksi.

Dengan itu, ada juga karyawan tetap yang ditempatkan di bidang produksi yang diduduki oleh Helen dan karyawan *freelance* sebagai desainer diduduki oleh Violla. Karena Mapao.id yang masih berskala kecil kami pun belum menyewa jasa profesional dalam operasinya maka dapat dikatakan bahwa Mapao.id masih memiliki struktur organisasi yang sederhana.

1.7 Perencanaan Operasional

Mapao.id melakukan operasional dengan sistem membuka PO (*pre-order*), kami membuka *pre-order* 3x dalam 1 minggu. Sistem *Pre-order* adalah sistem pengumpulan order yang dilakukan untuk mengetahui berapa jumlah yang harus dibuat pada hari yang sudah ditentukan. Karena sistem *pre-order* maka kami membuat bakpao sesuai dengan pesanan yang ada sehingga konsumen mendapatkan bakpao yang *fresh*. Dengan 7 varian rasa yang Mapao.id punya dan antusiasme dari konsumen, Mapao.id juga akan berinovasi di *design* packaging dan juga bentuk dari bakpao sehingga dapat menambahkan keunikan-keunikan di Mapao.id. Selain itu, Mapao.id selalu melakukan inovasi dan juga mengembangkan variasi rasa agar konsumen tidak bosan dengan rasa yang sudah ada dan dapat menyesuaikan dengan permintaan pasar yang ada.

1.8 Rencana Pengembangan

Rencana pengembangan yang dimiliki oleh Mapao.id untuk beberapa tahun kedepan adalah mengikuti *bazaar-bazaar* yang ada di kampus maupun di sekolah, kami juga berencana untuk mengikuti *pop-up market* karena pengunjung di *pop-up market* lebih luas lagi jangkauannya bisa dari mana saja. Mapao.id memilih bazaar terlebih dahulukarena budget yang tidak terlalu besar jadi masih dapat terkendali keuangannya. Selain itu, jika ada bazaar konsumen juga dapat melihat langsung secara fisik produk yang kami jual

Rencana kedua yaitu Mapao.id ingin membuka suatu tempat permanen seperti di ruko ataupun creative space seperti di Kumulo BSD. Dan rencana ini pasti membutuhkan dana yang lebih banyak, tetapi dengan memiliki yang tetap kan memperluas operasional, menambahkan penjuala dan juga akan meningkatkan brand Mapao.id di masyarakat.

1.9 Proyeksi Keuangan

Pada awal pembukaan Mapao.id, dana awal yang dibutuhkan adalah sebesar RP 170.000.000. Dana awal yang dibutuhkan tersebut digunakan untuk membeli peralatan, sewa kios, biaya renovasi, utilitas, dan proyeksi-proyeksi keuangan lainnya seperti laporan laba rugi, laporan arus kas, Neraca Keuangan, Capital Budget Analysis, dan kesimpulan yang menunjukkan bahwa Mapao.id memiliki potensi yang baik untuk kedepannya akan dilampirkan di laporan keuangan dan hal – hal yang terkait akan dibahas pada BAB IX.