

# BAB I

## RINGKASAN EKSEKUTIF & PERJANJIAN KERAHASIAAN

### 1.1 Ringkasan Eksekutif

Ramuin mempersembahkan sebuah produk minuman tradisional untuk mempromosikan budaya Indonesia melalui cita rasa minuman tradisional yang khas dan dikemas secara modern sehingga mudah dikonsumsi, 100% alami, tanpa pewarna, pemanis, dan pengawet buatan. Ramuin memiliki tiga jenis produk yaitu produk *fusion* dengan varian produk Wedang Jahe Jeruk dan Bir Pletok Apel, lalu produk saset dengan varian produk Wedang Jahe dan Bir Pletok, serta produk Ramuin *On The Go* yang dikemas di dalam gelas kertas. Produk Ramuin memiliki tiga target utama, yaitu wanita karier, komunitas sadar sehat, dan kaum muda. Ramuin menggabungkan komponen estetika serta cita rasa dari minuman tradisional secara alami yang tentunya membuat produk ini menyenangkan untuk dikonsumsi, serta menyehatkan bagi tubuh.

Proposal rencana bisnis ini memuat proyeksi operasional Ramuin dari bulan Mei 2021 hingga April 2024, atau selama 3 tahun. Untuk rencana produksi, Ramuin menyediakan 1 *central kitchen* yang berlokasi di Bandengan yang mencakup kantor, gudang dan sebuah *outlet* untuk penjualan. Pembelian produk Ramuin dapat dilakukan secara langsung di *outlet* Ramuin yang berada di Bandengan maupun *mall* Ashta District 8. Selain melalui *outlet*, Ramuin juga tersedia melalui GoFood, GrabFood, maupun *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia.

Proposal rencana bisnis ini memuat kebutuhan investasi awal sebesar Rp1,549,931,335 dengan detail kebutuhan untuk modal awal, biaya renovasi, perizinan dan sertifikasi, media promosi, serta biaya operasional selama 6 bulan. Proyeksi penjualan Ramuin selama 3 tahun dengan total pendapatan sebesar Rp9,158,932,500 dan perolehan laba bersih sebesar Rp2,952,783,458. Proyeksi *Break Even Point* dapat tercapai pada bulan Juli 2022, dan total pengembalian investasi pada akhir periode diproyeksikan mencapai 91% dari nilai investasi awal.

## 1.2 Perjanjian Kerahasiaan

Klien : PT. RAMUIN BERJAYA

Hari, Tanggal : Senin, 18 Januari 2021

Kontak : Ramuin.idn@gmail.com

Saya setuju, sebagai pertimbangan untuk mengakses rencana bisnis ini diserahkan kepada PT.Ramuin Berjaya dengan bersedia:

1. Simpan semua informasi dalam rencana bisnis ini yang berkaitan dengan bisnis, rencana, diskusi dan pemasaran, proses pendapatan yang sedang dikembangkan dalam kerahasiaan yang ketat.
2. Mengungkapkan informasi ini hanya kepada individu yang memiliki perjanjian kerahasiaan yang ditandatangani dengan, atau yang memiliki persetujuan tertulis PT.Ramuin Berjaya, baik lisan maupun tertulis, untuk menerima informasi ini, memahami dan menyetujui pada tanggal Senin, 18 Januari 2021 ini.

.....  
Tanda Tangan

.....  
Nama

.....  
Hari / Tanggal

.....  
Tanda Tangan

.....  
Nama

.....  
Hari / Tanggal

## **BAB II**

### **LATAR BELAKANG, PERMASALAHAN & PELUANG**

#### **2.1 Latar Belakang**

Sejak zaman dahulu kala, Indonesia terkenal akan kekayaan alam dengan tanah yang subur dan rempah-rempah yang melimpah, baik dari jumlah maupun keanekaragamannya. Dilansir dari situs BPOM (2020) Indonesia memiliki kekayaan sumber daya lebih dari 30.000 jenis tumbuh-tumbuhan. Salah satu bentuk pemanfaatan kekayaan rempah-rempah Indonesia yang melimpah ini diwujudkan dalam bentuk minuman tradisional. Minuman tradisional sendiri berasal dari dua kata yaitu minuman dan tradisional. Menurut Winarti (2006) minuman merupakan segala sesuatu yang dapat dikonsumsi dan bertujuan untuk menghilangkan rasa haus dan dahaga dengan wujud yang pada umumnya berbentuk cair sedangkan kata tradisional merupakan bentuk kebiasaan yang diturunkan oleh leluhur dan masih dijalankan pada saat ini (Al Jabiri, 2000). Dengan definisi tersebut maka dapat diartikan bahwa minuman tradisional merupakan minuman yang bermanfaat untuk menghilangkan rasa haus dan dahaga dengan bahan utama rempah-rempah dan tumbuh-tumbuhan tradisional yang diproses dengan cara alami.

Dewasa ini, minuman tradisional dikonsumsi untuk tujuan kesehatan, obat, atau alternatif untuk penyembuhan penyakit. Bahkan sesuai dengan Kepmenkes no.HK.02.02/MENKES/524/2015, pemanfaatan minuman tradisional sebagai obat dikarenakan hasil penelitian dari rasio *benefit* (keuntungan), *risk* (risiko), dan *cost effective* (ekonomis) dimana obat tradisional bersifat bermanfaat bagi tubuh, dengan potensi risiko rendah, dan harga yang relatif terjangkau. Berdasarkan laporan Juniman (2018) pada CNN Indonesia, pada tahun 2017 pangsa pasar obat tradisional di Indonesia mencapai Rp.15 miliar. Di dalamnya termasuk jamu dan minuman herbal. Serta, berdasarkan laporan dari Hana (2020) pada Bisnis.com, industri jamu dan obat tradisional mengalami peningkatan sebesar 6% di tahun 2019. Hal ini menunjukkan bahwa minuman tradisional memiliki pangsa pasar yang cukup besar dan berkelanjutan di Indonesia.

Akan tetapi, dengan adanya pemanfaatan minuman tradisional sebagai obat, mayoritas dari konsumennya merupakan orang lanjut usia. Menurut Riskesdas

(2010) tingkat konsumen jamu paling besar berusia lebih dari 35 tahun. Hal ini dapat disebabkan oleh rasa yang monoton dan tidak bervariasi serta bahan-bahan yang sangat beragam mengakibatkan produk minuman tradisional belum dapat dinikmati oleh semua kalangan. Hal ini menjadikan minuman tradisional menjadi tertinggal atau kalah saing dengan produk minuman kontemporer lainnya seperti teh, kopi, dan sebagainya. Oleh karena itu, Ramuin berinovasi untuk memudahkan masyarakat agar dapat menikmati minuman tradisional yang mudah dikonsumsi, berkhasiat dan mudah dijumpai di pasaran. Hadir dengan produk botol *fusion*, kantung teh saset, dan gelas, Ramuin menargetkan wanita karier, komunitas sadar sehat dan kaum muda.

### **2.1.1 Studi Kelayakan**

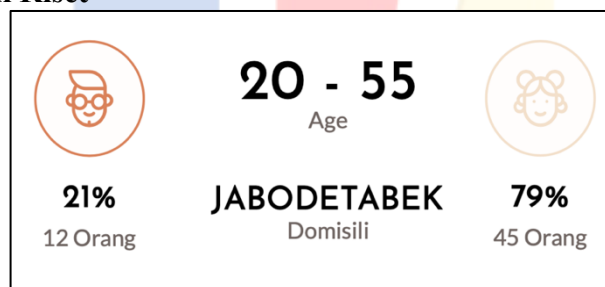
Sebelum memulai bisnis proyek ini, tim Ramuin melakukan sebuah studi kelayakan dalam bentuk studi riset pasar dengan responden yang berdomisili di Jabodetabek, berusia 20 hingga 55 tahun sebagai usia produktif dan usia bekerja, serta target utama merupakan karyawan atau karyawan dan wiraswasta sebagai responden yang sudah memiliki penghasilan untuk dapat mengambil keputusan dalam sebuah transaksi. Sampel ditentukan secara acak melalui pembagian kuesioner di dalam grup atau komunitas dan melalui media sosial *Instagram*. Riset ini berfokus kepada persepsi responden terhadap produk-produk minuman tradisional yang sudah tersedia di pasaran. Produk minuman tradisional ini dibagi menjadi dua sub-kasus yaitu produk minuman tradisional instan yang diproduksi oleh perusahaan besar dan tersedia di pasar swalayan maupun minimarket, lalu yang kedua merupakan produk minuman tradisional *fusion* yaitu minuman tradisional yang dikombinasikan dengan konsep modern.

Bagian kuesioner

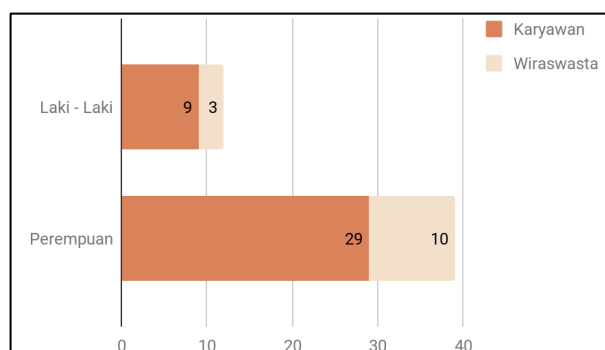
1. Bagian pertama berisi pertanyaan-pertanyaan untuk mengidentifikasi demografis responden. Bagian ini bertujuan untuk membantu Ramuin dalam menentukan target konsumen yang sesuai, dengan karakteristik yang sesuai.

2. Bagian kedua berisi pertanyaan intensitas dan tujuan mengonsumsi minuman tradisional. Bagian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan responden dengan minuman tradisional.
3. Bagian ketiga berisi pertanyaan mengenai produk minuman tradisional yang diketahui dan disukai, yang terbagi dalam minuman tradisional instan dan *fusion*. Bagian ini bertujuan untuk mengidentifikasi keberadaan kompetitor, baik dari bisnis yang sudah besar maupun bisnis yang baru merintis.
4. Bagian keempat berisi pertanyaan mengenai bentuk produk yang diharapkan, harga yang bersedia dibayarkan, dan ekspektasi responden terhadap produk minuman tradisional. Bagian ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan pada produk minuman tradisional yang sudah ada, menentukan bentuk produk yang harus diproduksi, serta menentukan harga jual produk.

### 2.1.2 Hasil Studi Riset



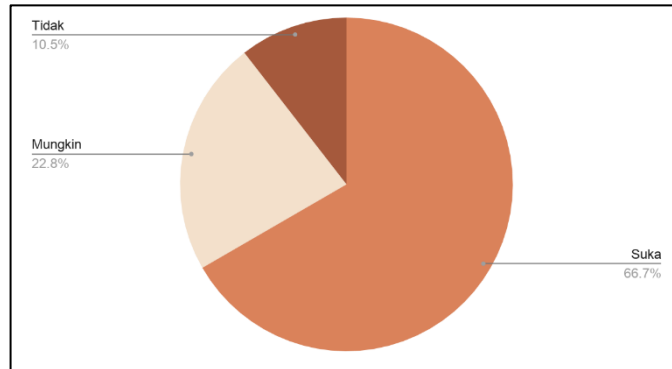
Gambar 2. 1 Data Demografis Responden  
Sumber : data kuesioner Ramuin



Gambar 2. 2 Data Pekerjaan Responden  
Sumber : data kuesioner Ramuin

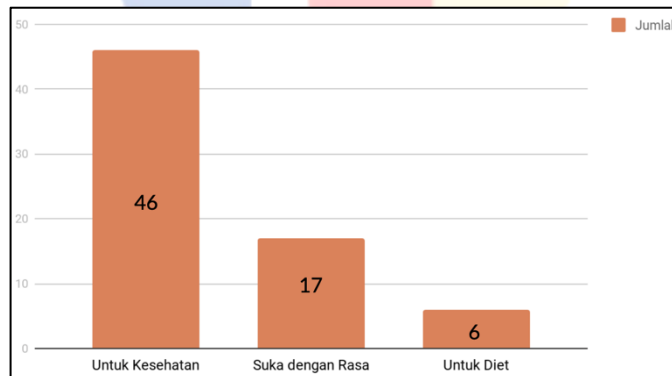
1. Jumlah responden yang didapatkan adalah sebanyak 57 responden, dengan 45 responden wanita, dan 12 responden laki-laki. Semuanya berdomisili di

Jabodetabek. Dari 45 responden wanita, 35 responden merupakan karyawan, dan 10 responden merupakan wiraswasta. Dari 12 responden laki-laki, 9 responden merupakan karyawan, dan 3 responden merupakan wiraswasta.



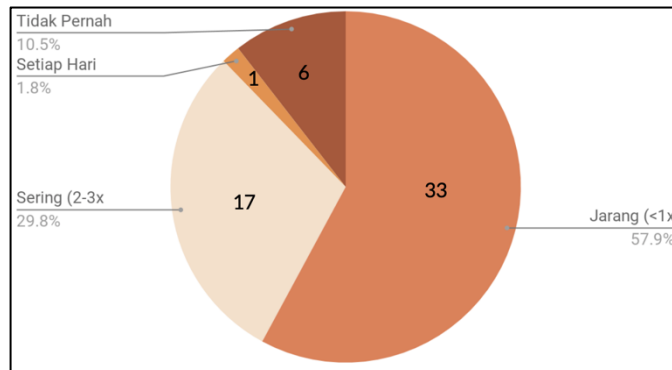
Gambar 2. 3 Data Preferensi Minuman Tradisional  
Sumber : data kuesioner Ramuin

2. Dari 57 responden, 38 responden menyatakan bahwa mereka suka mengonsumsi minuman tradisional. Mayoritas dari responden yang menjawab ya merupakan wanita yang sudah bekerja, dan sebagian merupakan pria. Sedangkan 13 responden menyatakan bahwa mereka mungkin menyukainya. Hanya terdapat 6 responden yang menyatakan bahwa mereka tidak menyukai minuman tradisional.



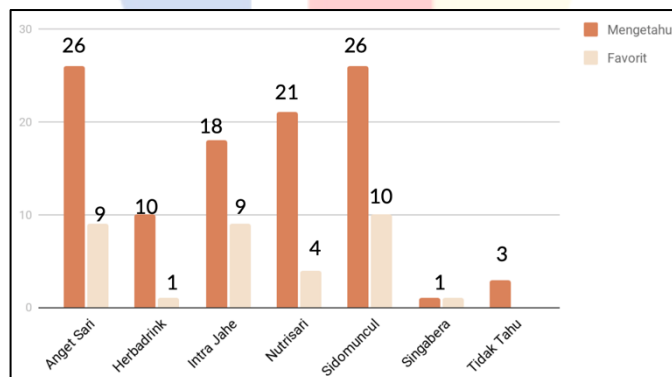
Gambar 2. 4 Data Alasan Mengonsumsi Minuman Tradisional  
Sumber : data kuesioner Ramuin

3. Sebesar 46 poin menyatakan alasan mengonsumsi minuman tradisional adalah untuk kebutuhan kesehatan. 17 poin lainnya untuk kepuasan terhadap rasa, dan 6 poin untuk kebutuhan khusus diet.



Gambar 2. 5 Data Intensitas Mengonsumsi Minuman Tradisional  
Sumber : data kuesioner Ramuin

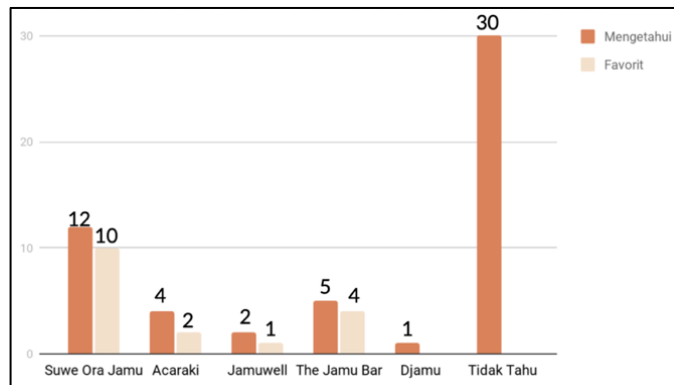
4. Dari 57 responden, 33 responden menyatakan bahwa mereka jarang mengonsumsi minuman tradisional atau mengonsumsi dengan intensitas kurang dari satu kali dalam seminggu. Sejumlah 17 responden lainnya menyatakan bahwa mereka sering mengonsumsi minuman tradisional, atau dengan intensitas dua hingga tiga kali dalam seminggu. Hanya 1 responden yang mengonsumsi minuman tradisional setiap hari. Sedangkan, terdapat 6 responden yang tidak pernah mengonsumsi minuman tradisional, yang secara otomatis menghentikan kuesioner.
5. Dengan jumlah sebanyak 51 responden, berikut adalah hasil identifikasi produk minuman tradisional instan:



Gambar 2. 6 Hasil Identifikasi Produk Minuman Tradisional Instan  
Sumber : data kuesioner Ramuin

Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa produk Sido Muncul merupakan produk minuman tradisional instan yang paling populer dan paling disukai, dengan perbedaan hanya 1 poin dengan Anget Sari. Disusul dengan produk dari NutriSari dan Intra Jahe.

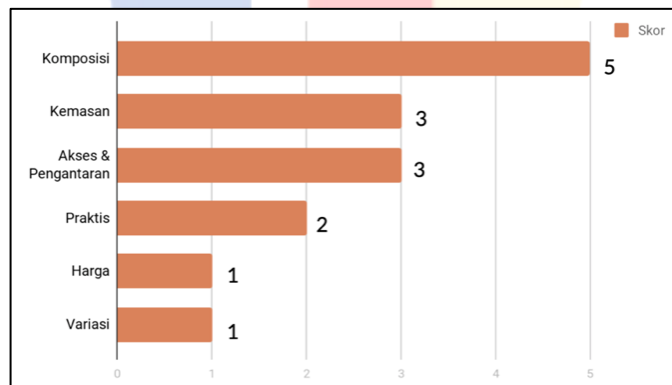
6. Dengan jumlah sebanyak 51 responden, berikut adalah hasil identifikasi produk minuman tradisional *fusion*:



Gambar 2. 7 Hasil Identifikasi Produk Minuman Tradisional *Fusion*  
Sumber : data kuesioner Ramuin

Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden masih belum mengetahui produk minuman tradisional *fusion* yang terdapat di pasaran, dan hanya sebagian responden yang sudah mengetahui. Dengan hasil produk Suwe Ora Jamu merupakan produk minuman tradisional *fusion* yang paling populer dengan jumlah peminat terbanyak.

7. Dari pertanyaan terbuka untuk mengidentifikasi ekspektasi responden terhadap produk minuman tradisional, diketahui bahwa:



Gambar 2. 8 Hasil Identifikasi Ekspektasi Responden  
Sumber : data kuesioner Ramuin

- 5 responden berpendapat mengenai rasa dan komposisi produk. Mayoritas responden mengharapkan produk dengan rasa yang unik dan rasa yang lebih ringan apabila dibandingkan dengan jamu atau minuman tradisional yang tersedia di pasaran saat ini. Produk diharapkan dibuat tanpa menggunakan pengawet, pemanis buatan, dan pewarna. Ada juga responden yang



mengharapkan komposisi produk dapat dituliskan pada kemasan yang dijual.

- 3 responden berpendapat mengenai kemasan produk. Kemasan yang unik dan fungsional menjadi harapan para responden.
- 3 responden berpendapat bahwa minuman tradisional masih sulit dijangkau, dan berharap bahwa produk dapat dipesan dengan mudah (misalnya melalui GoFood dan GrabFood).
- 2 responden mengharapkan produk minuman tradisional yang praktis, dan mudah dikonsumsi, tanpa harus dimasak atau sudah dalam kemasan siap saji.
- 1 responden mengharapkan harga produk minuman tradisional yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat.
- 1 responden mengharapkan adanya beberapa variasi produk pada minuman tradisional supaya tidak merasa bosan.

### **2.1.3 Kesimpulan Hasil Riset**

Berdasarkan hasil studi riset, dapat disimpulkan bahwa produk yang diharapkan responden merupakan produk minuman tradisional *fusion* dengan kisaran harga antara Rp. 20.000 hingga Rp. 50.000. Produk tersedia dalam bentuk botol berukuran 250 ml dan kemasan sasetan berisikan kantung teh yang diisi dengan bahan-bahan alami. Kemasan produk akan dibuat dengan fungsional dan praktis dengan memperhatikan penulisan komposisi. Untuk kemudahan aksesibilitas, produk dapat dijumpai di toko *offline*, *e-commerce* serta GrabFood dan GoFood.

## 2.2 Permasalahan

- Produk minuman tradisional instan yang saat ini tersedia di pasaran mengandung banyak gula, pengawet dan kurang berkhasiat.
- Produk minuman tradisional konvensional yang tersedia belum dikemas dengan baik dan penulisan komposisi masih kurang diperhatikan.
- Produk minuman tradisional konvensional sering kali tidak tahan lama dan sulit untuk didapatkan di domisili Jabodetabek.

## 2.3 Peluang

- Ramuin memudahkan para konsumen untuk mengonsumsi produk minuman tradisional yang berkhasiat.
- Ramuin menyediakan produk minuman tradisional *fusion* yang belum banyak tersedia di pasaran.
- Berdasarkan hasil riset, kompetitor minuman tradisional *fusion* yang sudah tersedia saat ini belum terlalu banyak diketahui oleh masyarakat.
- Produk Ramuin menggunakan 100% bahan-bahan natural, tanpa pengawet, tanpa pewarna dan tanpa pemanis buatan, yang tentunya aman untuk dikonsumsi setiap hari.