

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia *Food and Beverage* saat ini sudah sangat berkembang pesat di kehidupan era saat ini. Dari makanan yang dibuat menggunakan bahan pokok alami atau menggunakan bahan pengawet. Segala hal sudah bisa dilakukan dan dikembangkan menjadi hal yang lebih baik dari sebelumnya. Pada zaman dahulu, Manusia mengolah makanan dan minuman hanya dengan bahan-bahan sederhana, berbeda dengan sekarang yang makanan dan minuman tersebut sudah bisa diolah menggunakan teknologi yang canggih dan juga bahan yang lebih berinovasi. Kesehatan menjadi salah satu hal penting yang harus dimiliki oleh tubuh manusia. Untuk menjaga kesehatan di tubuh kita, kita memerlukan pola hidup yang sehat. Pola hidup yang sehat tidak bisa hanya mengandalkan olahraga saja, namun juga pola makan yang teratur. Selain untuk kesehatan, Pola makan yang sehat dan teratur memiliki berbagai manfaat yang sangat baik bagi tubuh manusia. Di kondisi pandemic COVID-19, Kesehatan menjadi salah satu hal yang paling diprioritaskan oleh seluruh dunia.

Makanan dan Minuman bagi Manusia sangat penting dalam kehidupan sehari-hari terutama Minuman. Karena terdapat 50-70% kandungan air didalam tubuh Manusia. Pada ukuran Manusia dewasa perlu untuk minum sekitar 1,5 - 2 liter dalam sehari. Selain dari minuman, Makanan juga memberikan kadar air dalam tubuh sekitar 20%. Cairan makanan tersebut didapatkan dari buah atau sayur. Selain untuk pengganti cairan tubuh yang hilang, minuman juga dapat berfungsi sebagai kenikmatan dan juga penyegar sebagai pelepas dahaga.

Untuk menciptakan sebuah produk yang memiliki nilai jual masyarakat, Pembisnis harus mampu menanamkan prinsip bahwa kehidupan bisnis selalu mengalami perputaran. Dimulai dari saat peluncuran brand atau produk, lalu terkenal hingga masa dimana ia tidak lagi ada di pasaran. Oleh sebab itu, Pembisnis harus mengetahui *product life cycle* serta konsep yang harus dipahami terlebih dulu.

Sebelumnya, Siklus hidup produk sendiri memiliki arti yaitu tahapan-tahapan atau proses perjalanan dari suatu produk. Tahapan siklus *life cycle*, antara lain:

- Tahap Perkenalan
- Tahapan Pertumbuhan
- Tahapan Kedewasaan
- Tahap Kemunduran

Siklus hidup produk memang menjadi kunci dimana produsen dapat mengambil langkah selanjutnya. Jika produsen jeli serta teliti dalam mengamati siklus hidup suatu produk, keberhasilannya dapat berkembang secara pesat dan membuat produsen mendapatkan benefit serta keuntungan yang cukup maksimal. Untuk memastikan produk atau layanan Anda memiliki siklus hidup yang baik, pastikan produsen dapat mengenalkan produk dan memasarkan produk secara maksimal.

Latar Belakang bisnis Minuman Ubi Ungu ini dibuat untuk memberikan alternatif lain cara mengkonsumsi Ubi Ungu. Selain itu, Ubi Ungu juga memberikan banyak manfaat yang baik untuk kesehatan tubuh. Minuman Ubi Ungu sendiri diolah selain untuk melepas dahaga, juga dapat mengisi kekosongan perut pada saat lapar. Disamping itu, ingin mempopulerkan dan memaksimalkan inovasi baru dari Ubi Ungu di Indonesia.

Ubi Jalar memiliki berbagai macam jenis yang mudah kita temukan di pasar tradisional Indonesia. Jenis tersebut berupa: Ubi Jalar Ungu, Ubi Jalar Oranye, Ubi Jalar Putih, Ubi Jalar Kuning, dan Ubi Cilembu. Setiap jenis Ubi memiliki manfaat, rasa, dan gizinya tersendiri. Kandungan gizi yang terdapat didalam ubi memang sangat baik untuk kesehatan tubuh manusia. “Ubi jalar merupakan salah satu makanan tradisional yang kaya manfaat. Selain itu, ubi jalar juga mudah diperoleh dengan harga terjangkau dan dapat dicampur dengan makanan lain seperti kolak. Memiliki rasa yang nikmat dan tinggi karbohidrat, ubi jalar juga beraneka warna dan mengandung berbagai nutrisi yang banyak dibutuhkan untuk kesehatan tubuh.” (Sertieun, 2019).

Ubi jalar berasal dari Benua Amerika. Para ahli mengatakan bahwa berkemungkinan bahwa Ubi Jalar berasal dari daerah Selandia Baru, Polinesia, dan Amerika bagian tengah. Pada abad ke 16, Ubi Jalar mulai dikenal oleh seluruh dunia, terutama negara beriklim tropika. Orang dari Spanyol menyebarkan ubi jalar ke kawasan Asia, terutama Filipina, Jepang, dan Indonesia. Selain itu, Ubi Jalar memiliki nama tersendiri untuk setiap daerah. Bahasa latin dari Ubi Jalar adalah *Ipomea Batatas*. Ubi Jalar terbesar di Indonesia adalah Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Papua, dan Sumatera. Namun, hingga kini hanya Papua yang memanfaatkan Ubi Jalar Ungu sebagai makanan pokok.

Ubi ungu adalah salah satu sumber karbohidrat yang bisa diolah menjadi berbagai makanan, camilan, dan minuman lezat. Ubi Ungu dikenal mirip seperti kentang. Keduanya kaya akan serat dan beragam nutrisi, seperti protein, kalium, fosfor, dan biotin. Walaupun demikian, Ubi Ungu memiliki kalori yang lebih rendah dibandingkan kentang, dan memiliki kandungan vitamin yang lebih tinggi. Vitamin yang terkandung, yaitu Vitamin A, Vitamin B, dan Vitamin C. Di samping itu, Ubi Ungu merupakan sumber beta karoten yang baik, dan kaya akan antioksidan. (Restika, 2016).

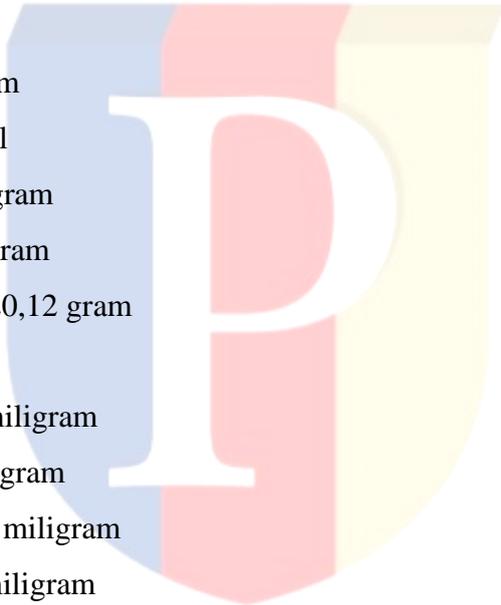
Senyawa antosianin pada ubi jalar ungu merupakan pigmen yang berfungsi menjadi komponen pangan sehat. Antosianin yang terdapat pada ubi jalar ungu dapat menghambat laju kerusakan sel radikal bebas akibat nikotin, polusi udara, dan bahan kimia lainnya. Antosianin berperan dalam mencegah terjadinya penuaan, kemerosotan daya ingat dan kepikunan, polyp, asam urat, asam lambung, penyakit jantung koroner, penyakit kanker, dan penyakit degeneratif, seperti aterosklerosis. Disamping itu, antosianin juga memiliki kemampuan sebagai antimutagenik dan antikarsinogenik terhadap mutagen dan karsinogen yang terdapat pada bahan pangan dan olahannya, mencegah gangguan pada fungsi hati, anti hipertensi dan menurunkan kadar gula darah.

Ubi Jalar Ungu sendiri memiliki beberapa manfaat yang sangat baik bagi kesehatan. Berikut adalah manfaat yang terkandung dalam Ubi Ungu. (Swari, 2021)

- Mencegah Penyakit Jantung
- Menjaga Berat Badan

- Meningkatkan berat badan
- Mencegah Kanker
- Menjaga Kesehatan Mata
- Mengurangi risiko terjadinya peradangan
- Melancarkan sistem pencernaan
- Mengontrol Kadar Gula
- Mengurangi gejala arthritis
- Mengurangi resiko tukak

Selain itu, Ubi Ungu juga memiliki beberapa kandungan gizi yang sangat baik bagi tubuh. Kandungan nutrisi yang terdapat dalam 100 gram Ubi Ungu, antara lain: (Swari, 2021)

- 
- Air: 77,28 gram
 - Kalori: 86 kkal
 - Protein: 1,57 gram
 - Lemak: 0,05 gram
 - Karbohidrat: 20,12 gram
 - Serat: 3 gram
 - Kalsium: 30 miligram
 - fosfor: 47 miligram
 - Zat Besi: 0,61 miligram
 - Natrium: 55 miligram
 - Kalium: 26,9 miligram
 - Magnesium: 25 gram
 - Seng (*Zinc*): 0,3 miligram
 - Beta karoten: 8509 Mikrogram
 - Thiamin: 0,078 miligram
 - riboflavin: 0,061 miligram
 - Niacin: 0,557 miligram
 - Vitamin C: 2,4 miligram

Meski dianggap baik untuk tubuh, ternyata mengonsumsi Ubi Jalar memiliki beberapa efek samping yang dapat merugikan jika dikonsumsi berlebihan. Risiko

tersebut adalah Gangguan pencernaan, Carotenodermia, Batu Ginjal, dan Peningkatan Kadar Kalium dalam darah. Oleh sebab itu, Sebaiknya mengonsumsi Ubi jalar sesuaikan dengan kebutuhan tubuh.

Ubi ungu memiliki nutrisi gizi yang cukup kaya dan salah satunya vitamin A, dalam 100 gram ubi jalar memiliki 14.187 IU (2.4 Mg) , Untuk Ibu hamil direkomendasikan untuk tidak mengonsumsi lebih dari 15.000 IU vitamin A dalam makan sehari-hari karena bisa menyebabkan resiko seperti keguguran, kelainan pada bayi dan perkembangan bayi terhambat. Sweebi sudah menakarkan berapa banyak penggunaan ubi ungu yang cukup baik untuk Ibu hamil, untuk varian minuman gogumte dan milkibi bahan ubinya digunakan sebanyak 50 gram dan tidak melewati batas konsumsi. Jika ingin mengonsumsi minuman Sweebi disarankan minum hanya boleh 1 botol sehari. Manfaat minuman ini jika dikonsumsi oleh ibu hamil membantu perkembangan janin dalam pertumbuhan organ-organ tubuh, mencegah sembelit dan membantu otak janin.

1.1.1 Hasil Survei

Berikut adalah hasil survey data responden yang antusias terhadap produk kami:

Tabel 1. 1 Demografi, Geografis, dan Psikologis

Demografi	
Pria	9
Wanita	25
Tidak Diketahui	1
Age	20-30 Tahun
Geografis	

Jakarta	21
Diluar Jakarta	14
Psikologis	
Konsumen yang sering mengkonsumsi minuman sehat	<ul style="list-style-type: none"> ● Ya : 4 ● Tidak : 5 ● Mungkin : 26
Keinginan konsumen dalam mengeluarkan uang untuk membeli minuman sehat	<ul style="list-style-type: none"> ● Ya : 17 ● Tidak : 1 ● Mungkin : 17
Konsumen yang sering membeli minuman sehat dalam sebulan	<ul style="list-style-type: none"> ● Sering : 3 ● Sese kali : 18 ● Jarang : 13 ● Tidak Pernah : 1

Sebagian besar responden Sweebi adalah Wanita, kemudian disusul oleh Pria. Rata-rata Usia yang mengikuti survey tersebut berusia mulai dari umur 20 sampai 30 tahun. Menurut hasil survey, rata-rata domisili dari responden adalah di Jakarta, dan ada beberapa yang diluar Kota Jakarta.

Tabel 1. 2 Minat Responden terhadap minuman sehat dari ubi

Minat Responden terhadap Ubi	<ul style="list-style-type: none"> Ya : 23 Tidak : 1 Mungkin : 11
Minat Responden jika Ubi dijadikan minuman	<ul style="list-style-type: none"> Ya : 20 Tidak : 1 Mungkin : 14

Minat Responden untuk membeli minuman sehat berbahan dasar Ubi	Ya : 17 Tidak : 1 Mungkin : 16
Alasan mengonsumsi minuman Sehat	<ul style="list-style-type: none"> ● Menstabilkan Kondisi Tubuh ● Memenuhi Nutrisi ● Melancarkan Pencernaan ● Mencegah Penyakit ● Meningkatkan Imun ● Memenuhi kebutuhan serat, dan vitamin dalam tubuh

Menurut Hasil Survey dari Ahli Gizi yaitu Ibu Dosen dari Universitas kami. Selaku Ibu Sri Fajar Ayuningsih dengan NIM (3119076) menyatakan bahwa:

- Minuman SWEEBI ini sesuai dengan konsep minuman sehat selama dibuat dengan menggunakan bahan berkualitas baik, bahan alami, tanpa penambahan bahan kimia lain yang berbahaya dan tanpa penambahan bahan pengawet.
- Dari sisi kandungan nutrisi, sudah cukup, apalagi jika minuman ini hanya ditujukan sebagai minuman selingan sesekali dikonsumsi saja.
- Dari hasil perhitungan nilai gizi dan kalori, Ibu fajar menyatakan bahwa minuman ini cukup untuk melengkapi kebutuhan nutrisi harian. Sehingga minuman ini hanya sebagai pelengkap saja, dan orang masih perlu makanan sumber nutrisi lain, tergantung dari usia dan kondisi kesehatan masing-masing orang.
- Minuman SWEEBI ini dapat dikatakan aman dikonsumsi untuk semua kalangan.

1.1.2 Kesimpulan Hasil Survei

Menurut hasil survei, rata-rata Responden berada di kawasan Jakarta, sebagian besar responden Sweebi adalah Wanita, kemudian disusul oleh Pria. Rata-rata usia yang mengikuti survey tersebut berusia mulai dari umur 20 sampai 30 tahun. domisili terbanyak dari responden ada di Jakarta, dan ada beberapa yang diluar Kota Jakarta. Selain itu kami ada juga Respoden dari Ahli Gizi. Hampir sebagian besar responden yang menyukai minuman sehat dan minat mereka terhadap ubi ungu cukup baik jika dibuat menjadi sebuah minuman sehat. Berdasarkan hasil survei para responden dalam sebulan cukup sering mengkonsumsi minuman karena dapat membantu mereka menstabilkan tubuh, melancarkan pencernaan, agar tubuh tetap sehat dan lain-lain. Kami memilih 35 responden dan seorang Ahli Gizi untuk mengobservasi minat orang-orang terhadap ubi ungu jika dijadikan menjadi sebuah produk minuman.

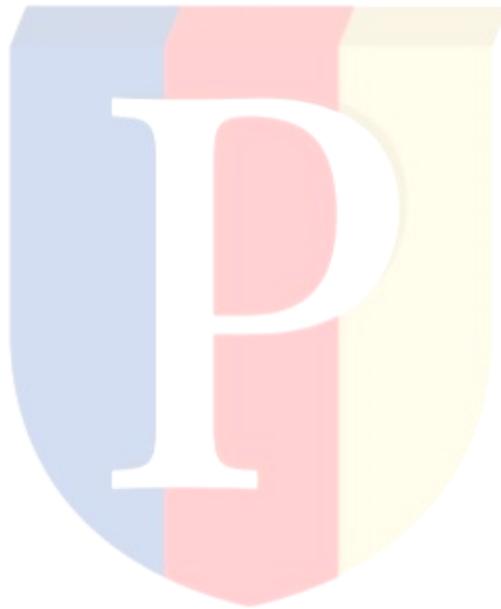
1.2 Permasalahan dalam bisnis

Selera masyarakat saat ini menjadi pertimbangan bagi sebuah bisnis minuman untuk dapat mengembangkan inovasi terbaru dengan cita rasa dan kemasan yang baru agar dapat memikat minat dari konsumen. Pemasar harus mengetahui selera konsumen dalam menentukan pilihan suka atau tidak terhadap suatu produk. Hal itu disebabkan karena, sebelum konsumen mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk, konsumen terlebih dahulu akan memperhatikan dan mempertimbangkan keuntungan yang didapatkan dari produk tersebut.

Disamping itu, kebutuhan masyarakat akan minuman sehat sudah semakin meningkat akibat pandemic covid-19. Inovasi minuman sehat sudah beragam dan memiliki kandungan bahan yang beraneka-ragam. Namun, hingga saat ini ubi jalar maupun jenis ubi lainnya masih kurang familiar untuk dijadikan bahan sehat yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat.

Kami selaku Tim Sweebi akhirnya memutuskan untuk membuat sebuah survey untuk mengetahui antusias konsumen terhadap inovasi baru terhadap Minuman Ubi Ungu. Ada sekitar 35 peserta yang mengisi survey yang sudah kami buat. Kami ingin mencoba membuat inovasi baru menggunakan bahan dasar dari Ubi ungu

yang diolah menjadi berbagai minuman yang variatif. Ubi ungu juga memiliki kandungan gizi yang bermanfaat untuk kesehatan tubuh Manusia.



1.3 Kesempatan Bisnis

Masa pandemi saat ini, Banyak pebisnis baru yang bersaing di industri Food and Beverage. Menjadi seorang pebisnis, seseorang harus terlebih dahulu mengetahui jenis bisnis apa yang dia tawarkan kepada konsumen. Selain itu, Pebisnis juga harus tau dapat membuat rencana yang matang mengetahui bisnis yang akan dilaksanakan. Sehingga bisnis tersebut dapat bertahan lama, dan bisa bersaing dengan kompetitor lainnya. Pebisnis juga harus bisa melihat peluang di setiap keadaan dan situasi apapun. Kali ini, Kami melihat sebuah potensi baru yang cukup besar dari Ubi ungu. Ubi ungu adalah salah satu sumber energi Karbohidrat yang kaya manfaat gizinya. Ubi ungu sendiri juga dapat dikonsumsi dengan berbagai macam cara. Cara pertama, Ubi ungu dapat dimakan secara langsung tanpa diubah bentuknya. Cara Kedua, bisa juga diolah dengan berbagai bahan tambahan supaya bisa menjadi makanan maupun minuman. Kali ini, kami akan menciptakan Ubi ungu yang diolah menjadi sebuah Minuman yang bergizi namun tetap dapat masuk ke dalam selera masyarakat Indonesia. Bisnis ini kami namai “Sweebi” yang artinya Sweet Ubi.

Sweebi adalah bisnis yang menawarkan minuman yang memiliki bahan dasar dari Ubi yang diolah menjadi berbagai jenis minuman. Minuman ubi ini juga tetap kami buat semenarik mungkin dengan menggunakan konsep minuman yang mengikuti trend masa kini. Minuman ini kami buat sedikit berbeda dibandingkan minuman pada umumnya. Karena kami membuat minuman ini menggunakan bahan-bahan yang lebih sehat sehingga penikmat minuman ini dapat merasakan minuman yang enak dengan manfaat yang terkandung dalam minuman tersebut.

Alasan kami memilih bisnis ini adalah karena di masa pandemi COVID-19, banyak pebisnis baru yang berlomba-lomba menawarkan produk baru dengan menggunakan tema makanan atau minuman sehat. Sehingga kami melihat peluang untuk membuat minuman dengan inovasi baru yang menawarkan minuman sehat dengan gaya khas minuman trend masa kini. Selain itu, Ubi juga salah satu bahan yang dapat dinikmati oleh setiap kalangan mulai dari anak muda sampai orang tua.

Kami akan membuat masyarakat Indonesia menjadikan Sweebi sebagai salah satu alternatif pilihan di kategori minuman sehat.

1.5 Visi dan Misi

1.5.1 Visi

Menjadi wirausaha yang membuat suatu produk minuman yang bisa dinikmati semua kalangan usia, mampu mengembangkan dan terus berinovasi untuk membuat produk berbahan dasar ubi dan menjaga cita rasanya.

1.5.2 Misi

- Menjaga kualitas dan citarasa produk dengan cara selalu konsisten dalam proses pembuatannya.
- Membuat para konsumen menjadikan ubi sebagai solusi alternatif hidup sehat dengan mengkonsumsi minuman berbahan dasar ubi.
- Membuat produk yang unik, kekinian dan berbeda dengan pesaing bisnis yang lain.
- Mengedukasi kelas menengah atas terhadap khasiat minuman ubi.

1.6 Executive Summary

Dikala zaman modern saat ini, banyak manusia yang mulai melupakan gaya pola hidup yang sehat. Banyak masyarakat dimulai dari kalangan muda sampai lanjut usia yang tidak memperhatikan gizi dari makanan maupun minuman yang mereka konsumsi. Hal itu disebabkan karena mereka hanya memperdulikan rasa dan trend kala kini untuk meningkatkan gengsi mereka tanpa memperdulikan kesehatan tubuh mereka. Makanan maupun minuman sehat rendah akan peminatnya, hal itu disebabkan karena tidak semua orang bisa menikmati rasa dari makanan maupun minuman sehat. Banyak yang berasumsi bahwa makanan dan minuman sehat selalu memiliki rasa yang kurang nikmat. Oleh sebab itu, Kami selaku Sweebi ingin memberikan pandangan lain terhadap masyarakat yang berpendapat negatif terhadap makanan maupun minuman sehat. Sweebi adalah

minuman sehat yang terbuat dari ubi ungu yang kami inovasikan menjadi sebuah minuman trend masa kini. Sweebi memberikan alternatif bagi masyarakat yang ingin mengkonsumsi minuman sehat tetapi tetap dengan rasa yang nikmat, dan bermanfaat untuk kesehatan tubuh. Kami memilih Ubi ungu sebagai bahan baku dari minuman kami. Hal itu dikarenakan ubi ungu memiliki kandungan nutrisi, dan gizi yang sangat baik untuk tubuh. Selain itu, Ubi ungu juga mudah untuk didapatkan karena mudah dicari di toko maupun pasar terdekat. Harga dari Ubi ungu yang sangat terjangkau juga menjadi point plus bagi bisnis kami. Kami semakin yakin bahwa ubi ungu adalah opsi terbaik kami. Kami melihat peluang yang besar dari Ubi ungu karena masih belum banyak kompetitor yang memakai ide bisnis seperti kami.

Sweebi akan dijual dalam bentuk kemasan botol kaca unik dengan ukuran 250ml. Kami akan menjual produk Sweebi melalui *platform* Instagram, dan Merchant Online Food seperti Shopee Food, GrabFood, dan GoFood.

Kami yakin bahwa minuman ini akan memberikan pengalaman baru kepada Konsumen dalam mengkonsumsi Ubi Ungu. Selain itu, Kami juga akan tetap memprioritas masyarakat yang menyukai minuman sehat.

Total Investasi yang kami butuhkan untuk menjalankan bisnis ini selama 36 kedepan mencapai Rp. 61,962,764. Lalu untuk total keuntungan bersih yang kami dapatkan dari *Income Statement* selama 36 bulan adalah Rp. 539,860,096. Kemudian, untuk ROI (*Return of Investment*) persenan selama 36 bulan selama bisnis ini berjalan adalah 188954%.