

PENGEMBANGAN USAHA SIOMAY SAYUR JAMUR “XO BITES”

INTISARI

Oleh:

NADYA SASMITHA HARYANTO
19/439872/TP/12410

Pandemi Covid-19 membawa dampak yang signifikan bagi kehidupan masyarakat, terutama dalam aspek kesehatan. Data menunjukkan adanya perubahan konsumsi masyarakat, yaitu kenaikan 73,3% pada produk kesehatan; 65,8% pada bahan makanan; 46,1% pada makanan/minuman jadi (katadata, 2020). Namun, perubahan ini tidak dibarengi dengan tercukupinya konsumsi buah dan sayur pada masyarakat. Hal ini dimungkinkan dengan adanya peningkatan kebiasaan *snacking* pada 60% orang Indonesia saat pandemi (State of Snacking, 2020). Untuk itu dibutuhkan adanya pendekatan dari makanan yang sudah umum dikonsumsi untuk bergerak menuju gaya hidup yang lebih sehat. Menurut Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian (2021), konsumsi pangan penduduk Indonesia untuk produk makanan jadi seperti siomay dan bakso cukup tinggi, yaitu mencapai 0,34 kg/kapita/tahun.

XO Bites merupakan usaha *frozen food* berbasis sayur yang diposisikan sebagai produk transisi bagi siapa saja yang ingin bergerak dari gaya hidup tidak sehat menuju gaya hidup lebih sehat. Dengan membawa misi disetiap produknya, yaitu “*Feeling complete with XO Bites*”, XO Bites harapan mampu menyajikan produk yang tak hanya lengkap, tetapi juga praktis, terjangkau, dan memiliki rasa yang nikmat dan *homey*. Produk pertama XO Bites adalah siomay sayur jamur dengan campuran saus kacang, sebuah kombinasi dari daging ayam, sayur, dan campuran jamur. Selama dua bulan beroperasi, XO Bites telah menjual total 295 pcs produk, termasuk di dalamnya menu *a la carte*, paket, dan *frozen*, kepada 149 konsumen. Terdapat perbedaan antara rencana model bisnis XO Bites dengan realisasinya sehingga dilakukan evaluasi dari segi pemasaran, operasional, dan keuangan. Berdasarkan analisis kelayak usaha XO Bites, *payback period* XO Bites pada 2.71 tahun; NPV Rp109,073,206; IRR 81%; dan *profitability index* 1.14.

Kata kunci: siomay sayur jamur, evaluasi bisnis, evaluasi kelayakan usaha, pemasaran, operasional, keuangan

BUSINESS DEVELOPMENT OF VEGETABLE MUSHROOM SIOMAY “XO BITES”

ABSTRACT

By:

NADYA SASMITHA HARYANTO
19/439872/TP/12410

The Covid-19 pandemic has had a significant impact on people's lives, especially in the health aspect. The data shows a change in public consumption, namely a 73.3% increase in health products; 65.8% in foodstuffs; 46.1% in prepared food/beverages (katadata, 2020). However, this change was not accompanied by sufficient fruit and vegetable consumption among the community. This was made possible by an increase in snacking habits in 60% of Indonesians during the pandemic (State of Snacking, 2020). For this reason, an approach is needed from foods that are commonly consumed to move towards a healthier lifestyle. According to the Food Security Agency of the Ministry of Agriculture (2021), the food consumption of the Indonesian population for processed food products such as dumplings or siomay and meatballs is quite high, reaching 0.34 kg/capita/year.

XO Bites is a vegetable-based frozen food business which is positioned as a transitional product for anyone who wants to move from an unhealthy lifestyle to a healthier lifestyle. By carrying out the mission in each of its products, namely "Feeling complete with XO Bites", XO Bites hopes to be able to present products that are not only complete, but also practical, affordable, and have a delicious and homey taste. XO Bites' first product was a mushroom vegetable siomay with peanut sauce dipping, a combination of chicken, vegetable and mushroom mix. During the two months of operation, XO Bites has sold a total of 295 products, including a la carte, packaged and frozen menus, to 149 consumers. There are differences between the planned XO Bites business model and its realization, so an evaluation is carried out from a marketing, operational and financial perspective. Based on the business feasibility analysis of XO Bites, the payback period of XO Bites is 2.71 years; NPV IDR 109,073,206; IRR 81%; and profitability index 1.14.

Keywords: mushroom vegetable siomay, business evaluation, business feasibility evaluation, marketing, operations, finance