BISNIS PROPOSAL

SMOOTHIQUE



Disusun Oleh :

Eniek Nawarsih (241219221)

Ardhi Firmansyah (241219225)

Aisyah Raudhatul Jannah (241219187)

Fitrianah (241219189)

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA

YOGYAKARTA

2026

DAFTAR ISI

BISNIS PROPOSAL 1
SMOOTHIQUE 1
DAFTAR ISI 2
KATA PENGANTAR 5
BAB I 6
PENDAHULUAN 6
A. Latar Belakang 6
B. Identifikasi Masalah 6
C. Rumusan Masalah 7
D. Tujuan Usaha 7
E. Manfaat Usaha 7
BAB II 8
PROFIL DAN GAMBARAN USAHA 8
F. Identitas Usaha 8
G. Filosofi Brand 8
H. Logo dan Konsep Warna 9
I. Visi dan Misi 9
BAB III 10
ANALISIS PASAR 10
J. Analisis Target Konsumen 10
K. Analisis kompetitor 10
L. Analisis SWOT 11
BAB IV 12
RENCANA PRODUK 12
M. Varian Produk 12
N. Komosisi Produk 12

O. Keunggulan Produk 12
P. Inovasi Produk 12
BAB V 13
STRATEGI PEMASARAN 13
Q. Strategi STP 13
R. Strategi Promosi 13
S. Strategi penjualan 14
T. Strategi pelayanan 14
BAB VI 15
RENCANA OPRASIONAL 15
U. Lokasi usaha 15
V. Jam Operasional 16
W. Proses produksi 16
BAB VII 17
STRUKTUR ORGANISASI 17
X. Struktur sederhana 17
Y. Bagian produksi 17
Z. Persiapan dan Pengadaan Bahan Baku (Pre-produksi) 17
1. Pengolahan dan Pembuatan Produk (Proses Produksi) 18
2. Pengemasan dan Penyajian 18
3. Pengendalian Kualitas dan Keselamatan Kerja 18
4. Bagian pemasaran 19
BAB VIII 20
ANALISIS KEUANGAN 20
5. Modal Awal 20
6. Harga Pokok Produksi(HPP) 20
7. Penentuan Harga Jual 20
8. Estimasi Penjualan 21

9. Biaya Operasional Bulanan 21
10. Estmasi Laba bersih 21
11. Analisis Break Even Point (BEP) 22
12. Analisis Return on Invest (ROI) 22
13. Estimasi Balik Modal 23
14. Proyeksi Pengembangan Keuangan 23
BAB IX 24
ANALISIS RISIKO DAN SOLUSI 24
15. Analisis Risiko dan Solusi 24
BAB X 26
PENUTUP 26
AA. Kesimpulan 26

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya proposal bisnis usaha “Smoothieque” ini dapat disusun dengan baik. Proposal ini dibuat untuk memenuhi tugas mata kuliah serta sebagai gambaran rencana usaha minuman sehat berbasis buah segar.

Usaha SmoothieQue hadir sebagai Solusi minuman sehat yang tetap memiliki rasa nikmat, segar, dan cocok untuk semua kalangan. Dengan konsep premium healty smoothie, usaha ini diharapkan mampu bersaing di tengah meningkatnya tren gaya hidup sehat masyarakat..

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan proposal ini. Semoga proposal ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi dalam pengembangan usaha minuman sehat di masa depan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan gaya hidup masyarakat modern menyebabkan meningkatnya kesadaran terhadap pentingnya menjaga kesehatan tubuh. Saat ini masyarakat mulai memperhatikan asupan makanan dan minuman yang dikonsumsi setiap hari. Banyak konsumen mulai beralih dari minuman tinggi gula dan pengawet menuju minuman sehat yang mengandung vitamin, serat, dan nutrisi alami.

Namun, kenyataannya masih banyak produk minuman di pasaran yang mengandung pemanis buatan, pewarna sintetis, serta rendah kandungan gizi. Selain itu, masyarakat sering kali kesulitan menemukan minuman sehat yang praktis, enak, dan memiliki harga terjangkau.

Melihat kondisi tersebut, usaha minuman sehat memiliki peluang bisnis yang sangat besar. Smoothie merupakan salah satu jenis minuman sehat yang sedang populer karena memiliki rasa lezat sekaligus menyehatkan.

Smoothie dibuat dari campuran buah segar, susu, yogurt, madu, dan bahan sehat lainnya sehingga kaya akan vitamin dan serat. Berdasarkan peluang tersebut, dibentuklah sebuah usaha minuman sehat bernama Smoothieque. Smoothieque hadir dengan konsep minuman sehat modern yang tidak hanya mengutamakan rasa, tetapi juga kualitas bahan dan manfaat kesehatan bagi konsumen. Smoothieque diharapkan dapat menjadi pilihan utama masyarakat, khususnya generasi muda, yang ingin menjalani pola hidup sehat tanpa harus mengorbankan cita rasa dan kenyamanan.

B. Identifikasi Masalah

1. Banyak minuman yang beredar mengandung gula dan bahan pengawet tinggi.
2. Kurangnya pilihan minuman sehat dengan harga terjangkau.
3. Masyarakat membutuhkan minuman praktis namun tetap bernutrisi.
4. Gaya hidup sehat belum sepenuhnya didukung dengan produk yang menarik dan mudah diperoleh.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana menciptakan usaha minuman sehat yang menarik dan berkualitas?
2. Bagaimana cara menarik minat konsumen terhadap produk smoothie sehat?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang efektif untuk usaha SmoothieQue?
4. Bagaimana peluang keuntungan dari usaha SmoothieQue?

D. Tujuan Usaha

1. Menyediakan minuman sehat yang berkualitas dan bernutrisi.
2. Membantu masyarakat menerapkan pola hidup sehat.
3. Menciptakan usaha yang memiliki nilai ekonomi dan keuntungan.
4. Mengembangkan brand minuman sehat yang dikenal masyarakat luas.

E. Manfaat Usaha

a. Bagi Konsumen
   - Mendapatkan minuman sehat dan segar
   - Menambah pilihan minuman bernutrisi
   - Mendukung gaya hidup sehat

b. Bagi pemilik usaha
   - Mendapatkan keuntungan finansial
   - Mengembangkan ketrampilan nisnis dan kewirausahaan
   - Membuka pekuang usaha jangka panjang

c. Bagi Masyarakat
   - Membuka lapangan pekerjaan
   - Meningkatkan kesadaran hidup sehat

BAB II

PROFIL DAN GAMBARAN USAHA

F. Identitas Usaha

Keterangan	**Penjelasan**
Nama Usaha	Smoothieque
Bidang Usaha	Minuman Sehat
Jenis Produk	Smoothie buah
Target Pasar	Remaja, Mahasiswa, Pekerja
Sistem Penjualan	Offline dan Online

G. Filosofi Brand

Nama “Smoothieque” berasal dari kata “smoothie” yang berarti minuman sehat berbahan buah se1gar.

Kata “que” berasal dari kata Queen (Ratu) yang melambangkan kualitas terbaik atau (raja/ratu) dari minuman smoothies.

Mahkota (Crown) melambangkan bahwa smoothies adalah minuman premium dengan kualitas terbaik, segar, dan menjadi pilihan utama. Karakter gelas smoothie yang tersenyum menunjukkan kesan ramah, menyenangkan dan cocok untuk semua kalangan (anak muda, keluarga, mahasiswa, dll). Buah-buahan di sekitar logo melambangkan bahan utama smoothies yaitu buah segar, sehat, dan alami.

Brand ini memiliki konsep :

- Sehat
- Segar
- Modern
- Kekinian
- Ramah Lingkungan

H. Logo dan Konsep Warna

Warna Utama :

- Hijau : melambangkan kesehatan dan kesegaran
- Oranye : melambangkan energi dan semangat
- Putih : melambangkan kebersihan dan kualitas
- Pink/merah : rasa buah yang manis dan segar
- Emas pada mahkota : kualitas premium

Makna keseluruhan logo Smoothieque melambangkan brand minuman smoothies yang segar, sehat, berkualitas premium, dan menyenangkan, sehingga menjadi "ratu" dari minuman buah yang nikmat dan menyehatkan.

I. Visi dan Misi

Visi :

Menjadi brand minuman sehat modern yang dikenal luas dan menjadi pilihan utama masyarakat indonesia.

Misi :

1. Menggunakan bahan alami berkualitas
2. Menyediakan layanan terbaik.
3. Mengembangkan inovasi rasa secara berkala.
4. Menjaga kualitas dan kebersihan produk.
5. Memanfaatkan teknologi digital

BAB III

ANALISIS PASAR

J. Analisis Target Konsumen

Berdasarkan usia :

- 15 – 35 tahun

Berdasarkan pekerjaan :

- Pelajar
- Mahasiswa
- Pekerja kantoran
- Pecinta olahraga

Berdasarkan gaya hidup :l

- Menyukai makanan dan minuman sehat
- Aktif disosial media
- Mengikuti tren minuman kekinian

K. Analisis kompetitor

Kompetitor langsung :

- Kedai jus buah
- Minuman boba
- Healty cafe

Kompetitor tidak langsung :

- Minumam bersoda
- Kopi kekinian
- Teh modern

L. Analisis SWOT

Strength	Weakness	Oppotunity	Threat
Bahan alami	Produk tidak tahan lama	Tren hidup sehat meninggkat	Persaingan tinggi
Konsep sehat	Memerlukan pendingin	Pasar luas	banyak produk tiruan
Rasa segar	Harga buah tidak stabil		

BAB IV

RENCANA PRODUK

M. Varian Produk

No	Produk	Harga
1.	Berry blast	Rp. 15.000
2.	Manggo fresh	Rp. 14.000
3.	Banana choco	RP. 15.000
4.	Green healty	Rp. 16.000

N. Komosisi Produk

- Buah segar
- Susu rendah lemak
- Madu alami
- Es batu
- Oat
- Keju

O. Keunggulan Produk

1. Menggunakan bahan alami tanpa pengawet
2. Kaya vitamin dan serat
3. Memiliki rasa yang enak dan segar
4. Kemasan menarik dan modern
5. Cocok untuk semua usia

P. Inovasi Produk

Smoothieque akan terus melakukan inovasi seperti :

- Menu musiman
- Topping sehat
- Smoothie protein
- Smoothie diet

BAB V

STRATEGI PEMASARAN

Q. Strategi STP

Segmentation :

- Remaja dan dewasa muda.
- Pecinta gaya hidup sehat.

Targeting :

- Mahasiswa dan pekerja usia produktif.

Positioning :

- Minuman sehat modern dengan rasa lezat dan harga terjangkau.

R. Strategi Promosi

Media sosial :

- Instagram
- Tiktok
- WhatsApp Bussines

Konten :

- Promo menarik
- Vidio pembuatan smoothie
- Edukasi kesehatan
- Testimoni pelanggan.

S. Strategi penjualan

1. Sistem pre-order
2. Penjualan langsung di booth
3. Kerjasama dengan aplikasi delivery online
4. Promo bundling dan diskon

T. Strategi pelayanan

- Pelayanan cepat
- Ramah terhadap pekanggan
- Menjaga kebersihan
- Respon cepat dimedia sosial

BAB VI

RENCANA OPRASIONAL

U. Lokasi usaha

Usaha minuman sehat smoothies ini dijalankan dengan sistem penjualan online untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan. Kegiatan operasional usaha berfokus pada proses produksi, promosi, pelayanan pelanggan, serta pengantaran produk kepada konsumen secara cepat dan higienis.

Lokasi usaha dilakukan di rumah produksi yang strategis dan mendukung proses pembuatan smoothies. Karena konsep usaha ini berbasis online, maka tidak memerlukan toko fisik atau tempat makan khusus. Penjualan dilakukan melalui media sosial, terutama Instagram, dengan sistem pre-order (PO) dan promosi online. Melalui Instagram, produk akan dipasarkan menggunakan foto dan video yang menarik, informasi manfaat kesehatan, testimoni pelanggan, serta promo-promo tertentu agar dapat menarik minat konsumen.

Sistem pre-order (PO) digunakan agar proses produksi lebih efektif, bahan baku tetap segar, serta mengurangi risiko pemborosan bahan. Konsumen dapat melakukan pemesanan melalui direct message (DM), WhatsApp, atau link pemesanan yang tersedia pada akun Instagram usaha. Setelah pesanan diterima, produk akan diproses sesuai jumlah order yang masuk pada hari tersebut.

Dalam proses produksi, usaha ini menggunakan bahan-bahan segar dan berkualitas seperti buah-buahan, susu, yogurt, madu, dan bahan sehat lainnya. Seluruh proses pembuatan dilakukan dengan menjaga kebersihan alat, bahan, dan tempat produksi agar kualitas produk tetap terjamin. Pengemasan menggunakan cup yang aman dan praktis sehingga produk tetap terjaga saat pengiriman.

Untuk proses distribusi, pesanan akan dikirim menggunakan layanan delivery online atau jasa kurir lokal agar produk dapat sampai kepada pelanggan dengan cepat dan dalam kondisi baik. Area pemasaran difokuskan pada lingkungan sekitar dan pengguna media sosial yang tertarik dengan gaya hidup sehat.

Dengan sistem operasional berbasis online ini, usaha smoothies sehat diharapkan dapat berjalan lebih efisien, hemat biaya operasional, serta mampu menjangkau lebih banyak konsumen melalui promosi digital yang menarik dan kreatif.

V. Jam Operasional

Usaha minuman sehat smoothies ini beroperasi setiap hari untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang ingin menikmati minuman sehat dan segar. Jam operasional dimulai dari pukul 09.00 WIB hingga 20.00 WIB.

Sistem pemesanan dilakukan secara online melalui Instagram, WhatsApp, dan media sosial lainnya. Untuk pemesanan dengan sistem pre-order (PO), konsumen dapat melakukan order mulai pukul 08.00 WIB hingga 18.00 WIB agar pesanan dapat diproses dan dikirim pada hari yang sama.

Proses produksi smoothies dilakukan setiap hari menggunakan bahan-bahan segar yang disiapkan pada pagi hari untuk menjaga kualitas dan rasa produk. Sedangkan proses pengantaran dilakukan sesuai jadwal pesanan dan ketersediaan layanan delivery atau kurir online.

Pada waktu tertentu seperti akhir pekan, hari libur, atau saat ada promo khusus, jam operasional dapat diperpanjang menyesuaikan jumlah pesanan dari pelanggan. Dengan jam operasional yang fleksibel dan berbasis online, usaha ini diharapkan mampu memberikan pelayanan yang cepat, praktis, dan memuaskan bagi konsumen.

W. Proses produksi

1. Menyiapkan bahan baku
2. Membersihkan buah
3. Memotong buah sesuai kebutuhan
4. Memasukkan buah ke dalam blender
5. Mengemas produk dan pemberian topping
6. Menyajikan pesanan ke pelanggan

BAB VII

STRUKTUR ORGANISASI

X. Struktur sederhana

A. Owner

1. Eniek Nawarsih
2. Ardhi Firmansyah
3. Aisyah Raudhatul Jannah
4. Fitrianah

Bertugas : menetapkan visi strategis, mengelola permodalan, dan mengawasi kinerja bisnis secara keseluruhan agar tetap profitabel. Pemilik bertanggung jawab untuk memastikan kelangsungan hidup dan pertumbuhan bisnis.

Y. Bagian produksi

Bagian produksi pada usaha minuman buah segar dan *smoothies* memegang peranan krusial untuk memastikan kualitas, keamanan, dan konsistensi produk. Tugas mereka tidak hanya mencampur bahan, tetapi mencakup seluruh siklus dari bahan baku hingga siap disajikan.

Berikut adalah rincian tugas bagian produksi minuman buah segar dan *smoothies* yang terbagi dalam beberapa tahapan utama :

Z. Persiapan dan Pengadaan Bahan Baku (Pre-produksi)

Sebelum mengolah minuman, tim produksi harus memastikan seluruh bahan tersedia dan dalam kondisi prima:

1. Pemilihan Bahan**:** Memilih buah-buahan, sayuran, dan bahan tambahan (seperti yogurt, susu, atau pemanis alami) dengan tingkat kematangan dan kesegaran yang tepat.
2. Penyimpanan: Mengelola inventaris bahan baku dengan menerapkan sistem *First In, First Out* (FIFO). Memastikan buah disimpan di suhu yang tepat (lemari pendingin atau *freezer*) untuk mencegah pembusukan dan menjaga kandungan nutrisi.
3. Pencucian dan Sanitasi**:** Mencuci bersih semua buah dan sayur menggunakan air mengalir dan cairan pembersih khusus makanan (jika diperlukan) untuk menghilangkan pestisida dan kotoran.

1. Pengolahan dan Pembuatan Produk (Proses Produksi)

Ini adalah inti dari operasional produksi, di mana keahlian teknis dan kecepatan sangat dibutuhkan:

1. Pengupasan dan Pemotongan**:** Mengupas kulit dan memotong buah atau sayuran menjadi ukuran yang lebih kecil agar lebih mudah diproses oleh mesin penghancur es atau *blender*.
2. Penimbangan dan Pengukuran**:** Memastikan konsistensi rasa dan tekstur dengan menimbang atau mengukur bahan sesuai dengan *Standard Recipe* (Resep Standar) yang telah ditentukan.
3. Pencampuran (*Blending*): Mengoperasikan mesin *blender* atau *juicer*. Tim produksi harus mengetahui teknik yang tepat (misalnya, kapan harus memasukkan es batu, cairan, atau bahan padat) agar menghasilkan tekstur *smoothies* yang *creamy* dan lembut, atau jus yang murni tanpa ampas berlebih.
4. Penyesuaian Tekstur dan Rasa**:** Memastikan kekentalan, rasa manis, dan warna produk akhir sudah sesuai dengan standar kualitas perusahaan sebelum disajikan kepada pelanggan.

2. Pengemasan dan Penyajian

Tahap ini memastikan produk sampai ke tangan konsumen dalam kondisi menarik dan higienis :

1. Pengemasan (*Packaging*): Memasukkan *smoothies* ke dalam wadah atau botol yang telah disterilkan dan sesuai dengan kapasitas ukuran (misal: 250 ml, 500 ml).
2. Penyajian (Untuk *Dine-in*): Menghias produk (*garnish*) dengan potongan buah segar, kacang, atau biji-bijian (*topping*) agar tampilannya menarik

3. Pengendalian Kualitas dan Keselamatan Kerja

Bagian produksi juga bertanggung jawab atas kepuasan dan keselamatan konsumen:

1. Uji Coba Rasa (*Quality Control*): Mencicipi sampel produk secara berkala untuk memastikan kualitas rasa tidak berubah.
2. Penerapan Protokol Higiene**:** Selalu menggunakan sarung tangan steril, penutup kepala (*hairnet*), dan celemek selama proses pengolahan berlangsung.
3. Pencegahan Kontaminasi Silang**:** Memisahkan talenan dan pisau untuk bahan yang berbeda (misalnya, memisahkan alat untuk buah dan alat untuk produk berbahan susu/kacang bagi yang memiliki alergi).

4. Bagian pemasaran

Bagian pemasaran (*marketing*) bertanggung jawab untuk memperkenalkan produk, memahami kebutuhan konsumen, dan mendorong pertumbuhan bisnis melalui strategi promosi. Mereka menjembatani perusahaan dengan pasar untuk menciptakan permintaan dan membangun citra merek yang positif.

BAB VIII

ANALISIS KEUANGAN

5. Modal Awal

Modal Awal digunakan untuk membeli peralatan,bahan baku awal,perlengkapan usaha,dan biaya promosi sebelum usaha beroprasi

No	Barang	Harga
1.	**Bahan Baku**	**Rp 200.000**
2.	**Gelas (cup) dan sedotan**	**Rp 50.000**
3.	**Topping**	**Rp 50.000**
4.	**Listrik , Es batu dan air**	**Rp 50.000**
5.		

Total Modal Awal

Rp200.000+ Rp50.000+ Rp50.000+ Rp50.000

Total Rp350.000

6. Harga Pokok Produksi(HPP)

Untuk mengetahui biaya produksi per cup smoothie

Komponen	Biaya
Buah Segar	**Rp 4.000**
Gelas (cup) dan sedotan	**Rp 2.000**
Topping	**Rp 2.000**
Listrik , Es batu dan air	**Rp 2.000**
Yougurt or susu	**Rp 2.000**

Total HPP per cup : Rp12.000

7. Penentuan Harga Jual

Berdasarkan HPP dan keuntungan

Harga Jual	HPP	Margin
Rp. 13.000	**Rp.12.000**	**Rp. 1.000**
Rp. 14.000	**Rp.12.000**	**Rp. 2.000**
Rp. 15.000	**Rp.12.000**	**Rp. 3.000**
Rp. 16. 000	**Rp.12.000**	**Rp. 4.000**

Rumus Margin %

Margin % = Harga jual-HPP / Harga Jual X 100%

Contoh jika harga jual Rp 12.000 :

Margin% =15.000 – 12.000 / 15.000 x 100% = 20%

8. **Estimasi Penjualan**

Target Penjualan Smoothie diperkirakan 15 cup perhari

Pendapatan Harian

15 cup x Rp12.000 =Rp180.000

Pendapatan Bulanan

Rp180.000 x 30 hari =Rp5.400.000

Pendapatan Tahunan

Rp5.400.000x 12 bulan =Rp64.800.000

9. **Biaya Operasional Bulanan**

Kebutuhan	Biaya
Buah Segar	**Rp. 800.000**
Gelas (cup) dan sedotan	**Rp. 150.000**
Topping	**Rp. 100.000**
Listrik , Es batu dan air	**Rp. 200.000**
Yougurt or susu	**Rp. 200.000**

Total Biaya Operasional = Rp. 1.450.000 per bulan

10. **Estmasi Laba bersih**

Perhitungan = Pendapatan bulanan – biaya operasional

= Rp5.400.00 – Rp. 1.450.000

Laba Bersih =Rp 3.950.00

11. Analisis Break Even Point (BEP)

Break Even Point digunakan untuk mengetahui titik impas usaha, yaitu kondisi ketika pendapatan sama dengan biaya yang dikeluarkan.

Rumus BEP Unit

BEP = Total Biaya Operasional ÷ Keuntungan per Cup

Keuntungan per cup:

Produk	Harga Jual	HPP	Margin
Berry blast	Rp. 13.000	Rp12.000	Rp1.000
Manggo fresh	Rp. 14.000	Rp12.000	Rp2.000
Banana choco	RP. 15.000	Rp12.000	Rp3.000
Green healty	Rp. 16.000	Rp12.000	Rp4.000

Total Margin :Rp1.000+Rp2.000+Rp3.000+4.000

Rata-rata Margin

13.000 ÷ 5 =2.600 per cup

Perhitungan BEP

1.450.000 ÷ 2.600 = 558 cup untuk mencapai BEP (balik modal operasional)

Jika perhari 558/30 = 19 cup

12. Analisis Return on Invest (ROI)

ROI digunakan untuk mengetahui tingkat keuntungan dibandigkan modal awal

ROI =*laba bersih* ÷ *modal awal* x 100%

3.950.000 ÷ 350.000 x 100% = 1.128%

Kesimpulan ROI

ROI usaha smoothie sekitar1,128 atau yang berarti 11 kali lebih keuntungan usaha jauh lebih besar dari modal yang dikeluarkan.

13. Estimasi Balik Modal

Modal Awal ÷ Laba Bersih Bulanan

- Modal Awal = Rp350.000
- Laba Bersih = Rp3.950.000

Perhitungan

350.000 ÷ 3.950.000 =0,09

0.09 x 30 = 3 hari

Kesimpulan

Usaha smothie diperkirakan dapat balik modal dalam waktu sekitar 3 hari

14. Proyeksi Pengembangan Keuangan

Jika penjualan meningkat menjadi 50 cup per hari:

Laba harian

50 x 2.600 = 130.000

Laba bulanan

130.000 x 30 = 3.900.000

Laba tahunan

3.900.000 x 12 = 46.800.000

Kesimpulan

Apabila penjualan meningkat secara konsisten, Smoothieque berpotensi memperoleh laba hingga Rp46.800.000 per tahun dan memiliki peluang untuk memperluas usaha, menambah varian produk, maupun membuka booth baru

BAB IX

ANALISIS RISIKO DAN SOLUSI

15. Analisis Risiko dan Solusi

Dalam menjalankan suatu usaha, tentu terdapat berbagai risiko yang dapat memengaruhi kelancaran operasional maupun pencapaian target bisnis. Oleh karena itu, analisis risiko diperlukan agar perusahaan mampu mengantisipasi hambatan yang mungkin terjadi serta menyiapkan solusi yang tepat untuk mengatasinya. Dengan adanya perencanaan risiko yang baik, bisnis dapat berjalan lebih stabil, terarah, dan mampu bertahan dalam persaingan pasar.

1. Risiko Persaingan usaha

Semakin banyaknya pelaku usaha yang bergerak di bidang yang sama dapat menyebabkan persaingan menjadi ketat. Hal ini berpotensi menurunkan jumlah pelanggan dan pendapatan usaha.

Solusi:
Perusahaan akan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, menciptakan inovasi baru, serta melakukan promosi secara aktif melalui media sosial dan pemasaran digital agar memiliki daya tarik dan keunggulan dibanding kompetitor.

2. Risiko Penurunan Penjualan

Penjualan dapat mengalami penurunan akibat perubahan tren pasar, daya beli masyarakat, maupun kurangnya strategi pemasaran.

Solusi:
Melakukan evaluasi pemasaran secara berkala, memberikan promo atau diskon tertentu, memperluas target pasar, serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan agar loyalitas konsumen tetap terjaga.

3. Risiko Keterlambatan Produksi Dan Distribusi

Hambatan dalam produksi maupun distribusi dapat menyebabkan keterlambatan pengiriman barang kepada pelanggan sehingga menurunkan tingkat kepuasan konsumen.

Solusi:
Menyusun jadwal operasional yang lebih teratur, menjaga stok bahan baku, serta bekerja sama dengan pihak distribusi yang terpercaya agar proses pengiriman berjalan tepat waktu.

4. Risiko Keuangan

Risiko keuangan dapat terjadi akibat pengeluaran yang lebih besar dibanding pemasukan, sehingga memengaruhi kondisi kas perusahaan.

Solusi:
Melakukan pencatatan keuangan secara rinci dan disiplin, mengontrol pengeluaran operasional, serta menyusun anggaran bisnis dengan baik agar arus kas tetap stabil.

5. Risiko Kerusakan Produk

Produk yang rusak dapat menyebabkan kerugian finansial dan menurunkan kepercayaan pelanggan terhadap usaha.

Solusi:
Melakukan pengecekan kualitas produk sebelum dipasarkan, menggunakan bahan baku berkualitas, serta menyediakan kemasan yang aman agar produk tetap terjaga kualitasnya.

BAB X

PENUTUP

AA. Kesimpulan

Demikian proposal usaha minuman **Smoothies Buah Segar** ini disusun sebagai gambaran serta perencanaan usaha yang akan dijalankan. Usaha ini diharapkan dapat menjadi peluang bisnis yang menjanjikan karena minuman sehat berbahan dasar buah segar saat ini semakin diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Selain menawarkan rasa yang enak dan menyegarkan, smoothies juga memiliki banyak manfaat bagi kesehatan karena mengandung vitamin, serat, dan nutrisi alami yang baik untuk tubuh.

Usaha Smoothies Buah Segar ini tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga ingin memberikan pilihan minuman sehat yang praktis, berkualitas, dan terjangkau bagi konsumen. Dengan menggunakan bahan baku buah yang segar dan berkualitas, menjaga kebersihan dalam proses produksi, serta memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, usaha ini diharapkan mampu membangun kepercayaan konsumen dan menciptakan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Dalam menjalankan usaha ini tentu akan terdapat berbagai tantangan dan risiko, seperti persaingan usaha, perubahan selera konsumen, hingga kendala operasional. Namun, dengan perencanaan yang matang, strategi pemasaran yang tepat, inovasi produk yang terus dikembangkan, serta pengelolaan keuangan yang baik, usaha ini memiliki peluang besar untuk berkembang dan bersaing di pasaran. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi juga diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan.

Kami berharap usaha Smoothies Buah Segar ini dapat berkembang menjadi usaha yang maju, mampu membuka lapangan pekerjaan, serta memberikan manfaat positif bagi masyarakat sekitar. Selain itu, usaha ini diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi generasi muda untuk mulai berwirausaha dan menciptakan peluang usaha yang kreatif serta inovatif.

Akhir kata, kami menyadari bahwa proposal ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan dan pengembangan usaha di masa mendatang. Besar harapan kami agar proposal usaha ini dapat diterima dan memperoleh dukungan sehingga usaha Smoothies buah segar dapat berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Atas perhatian dan dukungannya, kami ucapkan terima kasih.