

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa pada kehidupan sehari-hari untuk bertujuan mendapat keuntungan (Griffin dan Ebert 2013). Begitu cepatnya perubahan pola hidup masyarakat mengakibatkan kebutuhan berubah, terutama kebutuhan utama yang merupakan kuliner. Industri tersebut sangat bervariasi mulai dari harga hingga keunikannya. Dari hal itu, persaingan usaha di bidang olahan makanan sangat ketat sehingga memengaruhi industri dari produsen hingga konsumennya.

Kangkung darat (*Ipomoea reptans Poir.*) memiliki nilai ekonomis tinggi yang digemari oleh masyarakat. “kangkung merupakan komoditas sayuran yang paling banyak dikonsumsi pada level nasional, yaitu sebesar 10,46 gram per kapita perhari” (BPS 2019). Kurang baiknya kualitas kangkung yang dihasilkan PT MAF yang diiringi dengan kurangnya permintaan kangkung.

Tabel 1 Perbandingan jumlah produksi kangkung dengan kangkung yang terjual dan kangkung yang diolah

No	Bulan	Jumlah produksi	Kangkung yang terjual	Kangkung yang diolah
1	Januari	1.160kg	348 kg	812 kg
2	Februari	1.220kg	367 kg	820 kg
3	Maret	1.230kg	381 kg	834 kg
4	April	1.240 kg	395 kg	848 kg
5	Mei	1.250 kg	401 kg	862 kg
6	Juni	1.300 kg	405 kg	870 kg
7	Juli	1.290 kg	393 kg	879 kg
8	Agustus	1.285 kg	322 kg	885 kg
9	September	1.270 kg	320 kg	889 kg
10	Oktober	1.265 kg	319 kg	901 kg
11	November	1.245 kg	305 kg	905 kg

Sumber: PT MAF (2022)

Jumlah hasil produksi kangkung sebesar 1.248 kg yang dapat dikatakan berlebih dapat memenuhi kebutuhan bahan baku keripik kangkung. Keripik kangkung yang terjual 355 kg terjual di PT MAF. Sebesar 868 kg kangkung dijadikan bahan baku. Konsumen PT MAF mengalami penurunan minat dikarenakan beberapa kondisi kualitas yang dialami sangatlah menurun sebab beberapa kualitas dari segi batang yang cukup kecil, kangkung yang kurang hijau dan penolakan yang dilakukan oleh mitra.

Kangkung yang dijual sebanyak 50% lebih kecil dari pada kangkung yang tidak terjual. Kangkung yang tidak terjual mengganggu pihak pengangkut sampah. Jumlah produksi kangkung yang besar dari Bulan Januari – Desember 2022 masih terbilang banyak. Beberapa sayuran yang tidak terjual tersebut diolah dan dikonsumsi oleh karyawan. Konsumen melihat keripik kangkung sebagai produk baru.

Permintaan keripik kangkung dalam perbulan pada PT MAF yaitu sejumlah 600 pcs keripik kangkung yang akan di jual pada bulan pertama, karena selama bulan tersebut keripik kangkung masih baru sehingga cenderung mitra yang menjual keripik kangkung merasa tidak yakin dengan produk. Namun pada bulan-bulan berikutnya keripik kangkung meningkat dan mulai digemari konsumen.

Tabel 2 Perbandingan data permintaan dan data Penawaran keripik kangkung

Permintaan keripik kangkung (Pcs)	Penawaran Keripik Kangkung (Pcs)
600	610
610	640
620	660
630	680
640	650
650	670
660	665
670	680
680	685
690	695
700	702

Sumber: PT MAF (2022)

Produksi keripik kangkung yang dihasilkan yaitu 610 pada produksi pertamanya. PT MAF melihat bahwa butuh ketersediaan stok kangkung untuk memproduksi keripik kangkung yang banyak. PT MAF bekerjasama dengan pemasok untuk menyediakan bahan baku keripik kangkung. Banyaknya jumlah keripik kangkung yang diproduksi berbanding lurus dengan ketersediaan keripik kangkung. Maka PT MAF, memiliki sebuah keyakinan untuk menawarkan produk, Ketersediaan barang mendukung adanya proses penawaran. Melihat permintaan konsumen yang meningkat sebesar 10 pcs per penjualan dan stock keripik kangkung meningkat hal tersebut menjadi suatu manfaat dimana PT MAF dapat menyesuaikan permintaan konsumen dengan ketersediaan keripik kangkung.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang disajikan, tujuan dari penyusunan Kajian Pengembangan Bisnis ini adalah

1. Merumuskan rencana pengembangan bisnis berdasarkan lingkungan internal dan eksternal pada PT MAF.
2. Menyusun dan mengkaji rencana pengembangan bisnis pada PT MAF berdasarkan aspek finansial dan non finansial.