

Strategi Membangun Jaringan Bisnis Dengan Pemasok Bahan Baku Produk Fruit Sandwich

Dara Triandini¹; Elsa Ashaq Alfarizi²; Ervina Citra Z³; Resya Dwi Marselina⁴

Universitas Teknologi Digital

Email: dara10120566@digitechuniversity.ac.id¹; elsa10120569@digitechuniversity.ac.id²;
ervina10120568@digitechuniversity.ac.id³; resyadwi@digitechuniversity.ac.id⁴

Jl. Cibogo Indah III, Rancasari, Ciwastra, Bandung

Abstract: *In the age of globalization and intensifying business competition, the endurance of a business heavily relies on its capacity to establish and sustain an efficient business. The purpose of business networking is to expand professional networks, obtain information and resources, and support overall business growth and development. This becomes crucial, especially for businesses engaged in the food industry, where the quality and availability of raw materials play an important role in determining the success of the final product. One product that is increasingly in demand is Fruit Sandwich, a culinary innovation that combines the flavors of fresh fruit with the concept of a practical and nutritious sandwich. Fruit Sandwich is a typical Japanese sandwich that is currently viral and has become a favorite of many people lately. To produce high-quality products, companies need to establish close cooperation with raw material suppliers. The research employs a descriptive qualitative method, aiming to present a descriptive overview of the strategy in establishing a business network with suppliers of raw materials for fruit sandwich products. The research data collection technique includes observation which is a literature study that uses journals as the main object and produces fruit sandwich products. This study aims to determine the business network, production process, marketing, and finance of fruit sandwich products. The results showed that the business network carried out by this fruit sandwich is in the form of a cooperation network with several raw material suppliers such as quality fruits and bread. The production process carried out still uses simple tools, Fruit sandwich marketing is still carried out by relying on word of mouth only, and the monthly profit generated from this Fruit sandwich business is Rp. 13,663,000, with a profit percentage of 37%.*

Keywords: *Business Network, raw material supplier, fruit sandwich*

Abstrak: Pada zaman globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, keberlanjutan sebuah usaha sangat ditentukan oleh kemampuannya untuk membangun dan memelihara jaringan bisnis yang efektif. Tujuan jaringan bisnis adalah untuk memperluas jaringan profesional, memperoleh informasi dan sumber daya, serta mendukung pertumbuhan dan pengembangan bisnis secara keseluruhan. Hal ini menjadi krusial, terutama bagi usaha yang bergerak dalam industri makanan, dimana kualitas dan ketersediaan bahan baku memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan produk akhir. Salah satu produk yang semakin diminati adalah Fruit Sandwich, sebuah inovasi kuliner yang menggabungkan citarasa buah segar dengan konsep sandwich yang praktis dan bergizi. Untuk menghasilkan produk fruit sandwich yang berkualitas tinggi, perusahaan perlu menjalin kerjasama yang erat dengan pemasok bahan baku. Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran deskriptif mengenai strategi dalam membangun jaringan bisnis dengan pemasok bahan baku produk fruit sandwich. Teknik pengumpulan data penelitian meliputi observasi yang bersifat studi Pustaka yang menggunakan jurnal sebagai objek yang utama dan melakukan produksi produk fruit sandwich. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jaringan bisnis, proses produksi, pemasaran, dan keuangan dari produk fruit sandwich. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan bisnis yang dilakukan oleh fruit sandwich ini berupa jaringan kerjasama dengan beberapa supplier bahan baku seperti buah-buahan dan roti yang berkualitas. proses produksi yang dilakukan masih menggunakan alat sederhana, pemasaran Fruit sandwich masih dilakukan dengan mengandalkan media sosial, dan laba perbulan yang dihasilkan dari usaha Fruit sandwich ini yaitu sebesar Rp. 13.663.000, dengan presentase laba sebesar 37%

Kata kunci: Jaringan Bisnis, pemasok bahan baku, fruit sandwich

LATAR BELAKANG

Di era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, keberlanjutan sebuah usaha sangat ditentukan oleh kemampuan pembisnis untuk membangun dan memelihara jaringan bisnis yang efektif. Hal ini jadi krusial, terutama bagi usaha yang bergerak dalam industri makanan, kualitas dan ketersediaan bahan baku memiliki peran sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu produk.

Salah satu produk yang diminati saat ini adalah *fruit sandwich*, sebuah inovasi kuliner yang menggabungkan citarasa buah segar dengan konsep sandwich yang praktis dan bergizi. Untuk dapat menghasilkan produk *fruit sandwich* berkualitas, perusahaan perlu menjalin kerjasama erat dengan pemasok bahan baku. Oleh karena itu, diperlukan perumusan strategi yang tepat dalam membangun jaringan bisnis dengan pemasok bahan baku untuk mendukung produksi dan kualitas produk *fruit sandwich* yang dihasilkan.

Beberapa faktor perlu diperhatikan dalam merancang strategi ini, dimulai dari keberlanjutan pasokan bahan baku, kualitas produk, harga yang kompetitif dan keberlanjutan hubungan bisnis jangka Panjang. Selain itu, faktor-faktor eksternal seperti perubahan iklim dan perubahan tren konsumen juga perlu dipertimbangkan agar perusahaan dapat tetap adaptif dalam menghadapi dinamika pasar.

Penelitian ini menjelaskan beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan produk *fruit sandwich D'Licious* dalam membangun jaringan bisnis yang kuat dengan pemasok bahan baku untuk produk *fruit sandwich*. Dengan demikian diharapkan perusahaan *D'Licious* dapat memaksimalkan potensi pasar, meningkatkan daya saing produk, dan secara keseluruhan mencapai keberlanjutan bisnis yang optimal.

KAJIAN TEORITIS

Jurnal Terdahulu

Hasil penelitian dari (Wahyu Putri & Suriyanto, 2022) dapat disimpulkan bahwa PT Wakabe Indonesia menerapkan strategi pemasaran yang berfokus pada mempertahankan pelanggan dan upaya membangun hubungan jangka panjang dengan mereka. Mereka juga berinvestasi dalam penawaran produk, inovasi, dan koneksi jaringan bisnis. Strategi manajemen hubungan pelanggan B2B mereka melibatkan menjaga komunikasi yang baik, mengadakan acara khusus untuk pelanggan setia, membangun kepercayaan, meningkatkan kualitas layanan, dan menggunakan teknologi informasi. Semua ini memiliki tujuan untuk meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif melalui wawancara langsung dan observasi di PT Wakabe Indonesia.

Penelitian dari (Khairan, 2018) mencakup beberapa hal, antara lain yaitu langkah-langkah perusahaan dalam merumuskan strategi, termasuk identifikasi lingkungan, analisis internal dan eksternal, merumuskan faktor keberhasilan, menetapkan tujuan dan target, memilih strategi yang sesuai, dan membangun jaringan kerja sama usaha. Konsep kerja sama dalam bisnis menurut syariah, meliputi musyarakah kepemilikan dan musyarakah akad, serta berbagai bentuk kerjasama musyarakah seperti *syirkah mufawadhah*, *syirkah inan*, *syirkah al-wujuh*, dan *syirkah abdan*. Implementasi musyarakah di perbankan syariah, yang melibatkan pembagian keuntungan dan kerugian sesuai dengan pernyataan modal masing-masing pihak. Membangun strategi untuk membentuk jaringan kerjasama bisnis berbasis syariah melibatkan pendekatan yang mendukung kolaborasi bisnis tanpa melibatkan unsur riba, sekaligus mendorong kesepakatan Kerjasama dalam pembiayaan yang melibatkan Sebagian dari modal usaha. Pentingnya jaringan usaha dalam efisiensi biaya, pertukaran sumber daya, menciptakan skala ekonomi, membangun relasi, memecahkan masalah, menemukan kesempatan baru, dan meningkatkan pengetahuan. Dengan demikian, artikel ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang strategi bisnis berbasis syariah, konsep kerja sama dalam bisnis menurut syariah, dan implementasi musyarakah dalam konteks perbankan syariah di Indonesia.

Sementara hasil penelitian dari (Apriliya Rahmayanti, 2017) menunjukkan bahwa pada sistem pengembangan bisnis ketiga MLM terdapat kesamaan dalam mengembangkan dan memelihara tim, memberikan pelatihan secara terus-menerus, memiliki kemampuan untuk diduplikasikan serta fokus pada pencapaian. Akan tetapi, terdapat perbedaan dalam hal berbagi bisnis dan strategi pemasaran. Pada sistem pengembangan diri memernya, ketiga MLM memiliki kesamaan dalam menghadapi tantangan dan rancangan strategi untuk menyeimbangkan pengetahuan keahlian dan pengetahuan bisnis. Kunci suksesnya melibatkan kepemimpinan tanpa kewenangan formal, keyakinan dalam mendorong pertumbuhan bisnis, komitmen untuk terus memperbaiki diri dan kemampuan untuk keluar dari zona nyaman.

Definisi Jaringan Bisnis

Jaringan bisnis merupakan kumpulan hubungan dan interaksi antara perusahaan, pemasok, mitra bisnis, serta pelanggan yang berkolaborasi secara saling mendukung untuk mencapai tujuan bersama. Dalam konteks ini, pertukaran informasi, sumber daya, produk, dan layanan terjadi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing kolektif. Jaringan bisnis dapat melibatkan hubungan vertikal dan horizontal serta dapat diperkuat oleh konektivitas digital untuk memfasilitasi kolaborasi dan pertukaran informasi secara efektif (Rijal et al., 2023).

Strategi Membangun Jaringan Bisnis

Menurut (Uma, 2023) ada beberapa faktor dalam membangun jaringan bisnis yang sukses diantaranya sebagai berikut:

1. Membangun jaringan bisnis dapat dimulai dari lingkungan yang sudah dikenal. Salah satu cara yang efektif adalah dengan memperkuat hubungan di antara keluarga, teman dan kenalan bisnis. Ini mencakup berdiskusi, bertukar ide, serta mencari peluang bersama.
2. Bergabung dalam komunitas bisnis seperti perkumpulan industry, asosiasi bisnis, atau klub pengusaha merupakan Langkah positif untuk memperluas jaringan bisnis.
3. Memanfaatkan media sosial dengan bijak juga menjadi strategi yang efektif. Selain membangun jaringan secara langsung, media sosial memberikan peluang untuk keterlibatan online dalam dunia bisnis.
4. Ikuti serta dalam acara bisnis dan konferensi merupakan kesempatan emas untuk memperluas jaringan. Hal ini memungkinkan pertemuan dengan professional lain yang memiliki minat atau bidang industri yang serupa.
5. Prinsip memberikan dan menerima bantuan menjadi kunci dalam membangun jaringan bisnis yang sukses. Kolaborasi saling menguntungkan menjadi landasan yang kuat.
6. Fokus pada hubungan yang bermanfaat dalam membangun jaringan bisnis, dengan memprioritaskan kualitas dan mencari individu yang dapat memberikan pengetahuan, pengalaman, atau peluang Kerjasama yang berharga bagi bisnis.

Definisi *Fruit Sandwich*

Fruit Sandwich merupakan roti isi (*sandwich*) khas negara Jepang yang tengah viral dan menjadi kegemaran banyak orang akhir-akhir ini. *Fruit Sandwich* berisikan buah-buahan segar Isian buahnya umumnya terdiri dari potongan buah segar seperti apel, pisang, stroberi, kiwi, dan buah-buahan lainnya. Dengan krim kocok (*whipped cream*) yang tebal dan ditutup dua buah roti susu lembut khas Jepang yang dinamakan *shokupan*. Roti yang digunakan untuk *fruit sandwich* ini dipotong secara diagonal menjadi dua bagian sama besar dan membentuk segitiga, sehingga bagian dalam dari *sandwich* terlihat yaitu irisan buah-buahan segar nan cantik dan menarik yang tersusun rapi. Buah yang dipakai dalam *Fruit sandwich* memiliki kandungan Vitamin C yang tinggi, yang sangat penting untuk meningkatkan daya tahan tubuh, memberikan energi, dan melindungi tubuh dari serangan penyakit. Tak hanya itu, kandungan Vitamin A, serat, dan nutrisi lainnya dalam buah-buahan *Fruit Sandwich* juga berperan dalam menjaga kesehatan tubuh secara alami.

Fruit sandwich biasanya disajikan sebagai cemilan atau sarapan yang ringan. Kombinasi antara rasa segar buah-buahan dan tekstur lembut roti membuatnya menjadi

pilihan yang menarik bagi mereka yang mencari alternatif *sandwich* yang lebih ringan dan menyajikan rasa buah-buahan. Dalam beberapa kasus, *fruit sandwich* juga dianggap sebagai pilihan makanan yang sehat karena menyediakan vitamin dan nutrisi dari buah-buahan yang digunakan sebagai isian (Yelvita, 2022).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan metode kualitatif deskriptif dengan tujuan memberikan gambaran secara deskriptif tentang strategi membangun jaringan bisnis dengan pemasok bahan baku produk *fruit sandwich*. Teknik pengumpulan data penelitian meliputi observasi yang bersifat studi pustaka menggunakan jurnal sebagai objek yang utama dan melakukan produksi produk *fruit sandwich*. Sumber data dalam penelitian ini yaitu jurnal-jurnal penelitian yang mengulas strategi membangun jaringan bisnis, dan juga mencakup referensi pendukung dari situs web yang relevan dengan topik penelitian. Metode analisis deskripsi terdiri dari menjelaskan atau menggambarkan data yang dikumpulkan dan diolah menjadi hasil analisis untuk menentukan strategi membangun jaringan bisnis dengan pemasok bahan baku produk *fruit sandwich*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

D'Licious merupakan nama Brand yang kami buat untuk memasarkan produk *fruit sandwich* yang kami produksi. Kami memilih produk *fruit sandwich* karena mengambil ide dari Japanese *fruit sandwich* atau di sebut juga “*Furutu sando*” yang populer di Jepang pada tahun 2019-2020. *Sandwich* ini memiliki keunikan tersendiri dibanding *sandwich* lainnya yaitu *sandwich* dengan isian krim yang dipadukan dengan buah segar. Jenis buah-buahan yang biasa dijadikan isian yaitu potongan stroberi, kiwi, anggur, manga, dan lain sebagainya. *Sandwich* tersebut masih jarang diperjual belikan di Indonesia khususnya daerah Bandung.

Kegiatan kerja yang dilakukan *D'Licious* meliputi pemberlian bahan baku, produksi produk, hingga siap menerima pesanan. Jam operasional *D'Licious* yaitu setiap hari setiap hari dengan waktu produksi mulai dari pukul tujuh pagi hingga sepuluh siang dan jam penjualan produk mulai dari pukul dua belas siang hingga delapan malam. Wilayah pemasaran *fruit sandwich D'Licious* yaitu daerah dekat yang dapat dijangkau sekitaran Kabupaten Bandung barat seperti Batujajar, Cihampelas, Cililin, Sindangkerta, Gununghalu, Padalarang dan Sebagian kota Cimahi.

Jaringan Bisnis *Fruit Sandwich D'Licious*

Membangun jaringan bisnis yang kuat dengan pemasok bahan baku merupakan langkah penting untuk menjaga kelancaran operasional dan kualitas produk. Maka dari itu perusahaan kita membangun jaringan bisnis dengan para penjual buah segar dan toko bahan kue di sekitaran daerah Batujajar sebagai pemasok bahan baku dari produk *fruit sandwich* yang kita produksi.

Membangun jaringan bisnis dengan pemasok buah melibatkan sejumlah strategi untuk memastikan pasokan buah yang baik, berkelanjutan, dan berkualitas. Langkah yang perusahaan kita lakukan dalam memilih pemasok utama untuk produk *fruit sandwich D'Licious* yaitu:

- a. Memastikan bahwa pemasok menyediakan buah-buahan yang memenuhi standar kualitas yang diinginkan oleh bisnis. Ini termasuk kebersihan, kematangan yang tepat, dan ketidakcacatan.
- b. Melakukan negosiasi terkait harga, banyaknya pembelian, pengiriman barang dan ketentuan pembayaran sampai kesepakatan yang kita inginkan.
- c. Membangun kemitraan jangka panjang dengan pemasok. Kemitraan yang solid dapat membantu dalam mengatasi tantangan bersama dan menciptakan hubungan yang lebih stabil.
- d. Untuk mengurangi resiko pasokan, lakukan jaringan dengan beberapa pemasok buah yang berbeda. Ini dapat membantu jika salah satu pemasok mengalami masalah.
- e. Melakukan evaluasi secara rutin terhadap kualitas buah yang diterima dan kinerja pemasok.

Dengan menerapkan strategi ini, kita dapat membangun jaringan bisnis yang solid dengan pemasok buah, menciptakan landasan yang kuat untuk keberhasilan bisnis *fruit sandwich D'Licious*.

Selain penjual buah segar dan toko bahan kue, *D'Licious* juga membangun jaringan bisnis dengan pabrik roti yang ada di Batujajar sebagai pemasok utama untuk roti yang kita pakai untuk bahan baku utama pembuatan *fruit sandwich*.

Pemasaran

1. Target Penjualan

Tujuan penjualan

- a. Mendapatkan laba
- b. Memperluas pangsa pasar dengan menintroduksi produk ke berbagai toko makanan atau berpartisipasi dalam berbagai event.

- c. Meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menjaga kualitas produk tetap dalam kondisi yang sangat baik.

Strategi pencapaian target

- a. Melakukan promosi melalui berbagai kegiatan seperti ikut serta dalam pameran, pasar mingguan dan melakukan promosi di *platform* media sosial.
- b. Membuat reseller penjualan.
- c. Bekerja sama dengan layanan antar mengantar pesanan seperti gofood, shopee food dan lainnya.

Pemantauan dan evaluasi

- a. Melakukan evaluasi mingguan atau bulanan terhadap pencapaian target penjualan, memonitor umpan balik pelanggan dan mengimplementasikan tindakan evaluasi perbaikan.
- b. Memeriksa kinerja dengan penjualan minggu atau bulan sebelumnya untuk mengevaluasi pertumbuhan pada produk *fruit sandwich D'Licious*

2. Segmenting

Beberapa segmentasi pasar dari fruit sandwich D'Licious diantaranya adalah :

1) Segmentasi demografis

- *Fruit sandwich D'licious* dirancang untuk memenuhi kebutuhan nutrisi dengan rasa yang disukai oleh selera konsumen.
- *Fruit sandwich D'Licious* dapat dinikmati oleh berbagai kelompok usia, mulai dari anak-anak hingga dewasa, tanpa memandang jenis kelamin.

2) Segmentasi geografis

Fruit sandwich D' Licious dapat dijangkau di daerah Bandung Barat seperti Batujajar, Cihampelas, Cililin, Sindangkerta, Gunung halu, Padalarang dan daerah yang dekat dengan Kabupaten Bandung Barat seperti sebagian dari kota Cimahi.

3) Segmentasi psikografis

Fruit sandwich D'Licious di sasarkan untuk konsumen yang peduli akan gaya hidup sehat, dengan adanya menyediakan *fruit sandwich D'Licious* dengan kualitas terbaik dari buah yang segar yang di padu dengan whipcream yang lezat serta dilapisi roti bertekstur lembut.

3. Target Market

Target market merupakan sekelompok individu yang telah diidentifikasi sebagai calon pelanggan yang paling mungkin tertarik pada suatu produk karena kesamaan karakteristik seperti usia, pendapatan, minat, dan gaya hidup (Lianovada, 2022).

Fruit sandwich D'Licious adalah makanan sehat yang asalnya dari Jepang yang merupakan makanan kaya vitamin dan mineral rendah kalori dan lemak maka target market dari produk ini adalah:

- Para pecinta makanan Jepang, karena produk *fruit sandwich D'Licious* adalah salah satu makanan yang wajib dicoba.
- *Fruit sandwich* bukan hanya lezat namun bagus bagi seseorang yang sedang melakukan diet karena *fruit sandwich* itu sendiri memiliki kandungan yang rendah kalori sehingga produk ini juga di targetkan untuk seseorang yang sedang menjalani diet.
- Tidak hanya orang dewasa yang bisa menikmati *fruit sandwich*, namun anak-anak mulai dari umur 5 tahun pun bisa menikmati produk ini karena *fruit sandwich* memiliki banyak kandungan vitamin sehingga aman untuk dikonsumsi anak-anak.

4. Positioning

Positioning adalah salah satu tindakan perusahaan dalam merancang produk dan strategi pemasaran agar menciptakan kesan khusus yang akan diingat oleh konsumen. *Positioning* bukanlah tentang tindakan yang dilakukan perusahaan terhadap produknya, melainkan tentang upaya yang dilakukan perusahaan terhadap persepsi yang dimiliki konsumen (Himma, 2022). *Positioning* produk *fruit sandwich* adalah makanan yang manis yang memiliki vitamin dan mineral serta rendah kalori yang pas disantap untuk sarapan maupun dessert setelah makan bersama keluarga dan kerabat.

5. Saluran Distribusi Pemasaran

Berikut ini adalah beberapa saluran distribusi *D'Licious* diantaranya:

- *Fruit sandwich D'Licious* di distribusikan melalui *stand* yang berada di *event* dan bazar
- *Fruit sandwich D'Licious* membuat reseller untuk saluran distribusi .
- Bekerja sama dengan layanan antar makanan seperti gofood, shopeefood dan lainnya
- Membuat stand di rumah produksi *D' Licious* untuk saluran distribusi produk *fruit sandwich* itu sendiri.
- Sosial media seperti facebook, instagram untuk pemasaran *fruit sandwich D'Licious*.

Analisis SWOT

Analisis SWOT *fruit sandwich D'Licious* sebagai berikut:

1. Strengths (Kekuatan)

Fruit sandwich memiliki rasa yang segar dari buah dengan manisnya *whipped cream* sehingga memiliki rasa yang *balance* untuk ukuran *dessert*

2. Weaknesses (Kelemahan)

Produk ini menggunakan bahan basah, hanya bertahan 4-6 jam jika disimpan diruangan biasa, dan tahan 1 hari jika disimpan di lemari pendingin. kelemahan lainnya yaitu tidak semua konsumen menyukai whipcream.

3. Opportunities (Peluang)

Fruit sandwich merupakan produk yang sedang tren dan kekinian jadi kemungkinan laku untuk dipasarkan sangat tinggi.

4. Threats (Ancaman)

Karena produk ini sedang populer sehingga banyak yang menjual produk yang sama dan terancam menjadi pesaing jika ada yang menjual dengan harga yang lebih rendah.

Keuangan

Modal awal yang dibutuhkan untuk memulai usaha ini relative rendah, karena sebagian peralatan produksi sudah tersedia. Berikut adalah rincian kebutuhan modal awal yang diperlukan untuk menjalankan bisnis pada tahap awal produksi.

No.	Komponen	Jumlah/ Unit	Harga per Unit (Rp)	Total Biaya (Rp)	Umur Ekonomi (tahun)	Penyusutan /Tahun (Rp)
1	Kulkas	1	1.500.000	1.500.000	3	500.000
2	Gunting	1	12.000	12.000	3	4.000
3	Mixer	1	450.000	450.000	3	150.000
4	Spatula	1	25.000	25.000	3	8.333
5	Pisau	1	50.000	50.000	3	16.667
6	Nampan	1	10.000	10.000	3	5.000
Total				2.047.000	17	684.000

a. Bahan baku produksi

No	Bahan Baku	Jumlah	Total Harga per Produksi	Total Harga per Tahun
1	Strawberi	1 kg	Rp. 60.000	21.600.000
2	Kiwi	1 kg	Rp. 40.000	14.400.000
3	Apel	1 kg	Rp. 50.000	18.000.000
4	Mangga	1 kg	Rp.25.000	9.125.000
5	Buah Naga	1 kg	Rp.35.000	12.775.000
6	Apel	1 kg	Rp.50.000	18.000.000
7	Roti tawar	2 pack	Rp.30.000	10.000.000
8	Gula halus	¼ kg	Rp.7.000	2.555.000
9	Whipping cream instan	1 liter	Rp.70.000	25.550.000
10	Pewarna makanan	3 botol	Rp.21.000	7.665.000
11	Plastic wrap	1 roll	Rp.30.000	10.000.000
12	Mika sandwich	24 pcs	Rp.24.000	8.760.000
13	Label	2 roll	Rp.10.000	3.650.000
Total			Rp. 482.000	162.080.000

b. Biaya operasional

No	Komponen	Biaya per bulan	Biaya per tahun
1	Listrik dan Air	50.000	600.000
2	Komunikasi dan promosi	30.000	360.000
3	Pemeliharaan Alat	20.000	240.000
Jumlah		100.000	1.200.000

Kebutuhan modal awal untuk memulai usaha ini adalah sebesar:

$$\begin{aligned}
 &= \text{biaya peralatan} + \text{biaya bahan baku} + \text{biaya operasional} \\
 &= 2.047.000 + 482.000 + 100.000 \\
 &= \text{Rp. } 2.629.000
 \end{aligned}$$

Harga Pokok Produksi (HPP)

- Biaya tetap = Biaya penyusutan + Biaya Operasional
 $= 684.000 + 1.200.000$
 $= \text{Rp. } 1.884.000/\text{tahun}$
- HPP = $\frac{\text{Biaya tetap} + \text{Biaya Produksi}}{\text{Jumlah Produksi}}$
 $= \frac{1.884.000 + 162.080.000}{14.000}$
 $= \text{Rp. } 11.711$

Harga Jual Per Porsi

$$\text{Rp. } 11.711 \times 37\% = \text{Rp. } 4.333$$

$$\text{Jadi Rp. } 11.711 + \text{Rp. } 4.333 = 15.500$$

$$\text{Atau harga jual/porsi} = 15.500$$

Total Biaya

$$\text{Biaya Investasi} = \text{Rp. } 2.047.000/\text{tahun}$$

$$\text{Biaya Produksi} = \text{Rp. } 162.080.000/\text{tahun}$$

$$\text{Biaya Operasional} = \text{Rp. } 1.200.000/\text{tahun}$$

$$\text{Biaya Penyusutan} = 684.000/\text{tahun}$$

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari rumusan masalah yang diajukan dapat diambil beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Pentingnya Jaringan Bisnis Efektif : Rumusan masalah menggarisbawahi pentingnya membangun jaringan bisnis yang efektif dengan pemasok bahan baku dalam konteks produksi *fruit sandwich*. Hal ini menunjukkan kesadaran akan peran krusial jaringan bisnis dalam mendukung keberlanjutan operasional dan kualitas produk.

2. Tantangan dalam Membangun Hubungan Bisnis Jangka Panjang : Adanya rumusan masalah terkait hambatan dan tantangan dalam menjalin hubungan bisnis jangka panjang dengan pemasok bahan baku menyoroti kompleksitas dan dinamika yang mungkin dihadapi oleh perusahaan dalam menjaga keberlanjutan hubungan bisnis.
3. Pengaruh Faktor Eksternal : Penekanan pada pengaruh perubahan iklim dan tren konsumen dalam rumusan masalah memberikan pemahaman tentang aspek eksternal yang dapat memengaruhi strategi bisnis perusahaan terkait pemilihan pemasok bahan baku.
4. Aspek Kualitas, Keberlanjutan, dan Keamanan Pasokan : Rumusan masalah yang menyentuh aspek kualitas, keberlanjutan, dan keamanan pasokan menunjukkan kesadaran akan pentingnya mempertimbangkan faktor-faktor ini dalam membangun jaringan bisnis yang solid.

Simpulan ini memberikan landasan untuk eksplorasi lebih lanjut dalam makalah, dengan tujuan untuk memberikan wawasan mendalam tentang strategi membangun jaringan bisnis yang efektif dengan pemasok bahan baku produk *fruit sandwich D'Licious*.

DAFTAR REFERENSI

- Apriliya Rahmayanti. (2017). STRATEGI MEMBANGUN JARINGAN BISNIS YANG KUAT DALAM BISNIS BERJENJANG (NETWORK MARKETING). *Doctoral Dissertation, Universitas Gadjah Mada*.
- Himma, F. (2022). "Apa Itu Positioning? Simak Definisi dan Contohnya." <https://majoo.id/solusi/detail/positioning-adalah>
- Indah Wahyu Putri, F., & Surianto, M. A. (2022). Strategi Mengelola Hubungan Pelanggan Pada Kajian Business To Business PT Wakabe Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(1), 44–56. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.501>
- Khairan, K. (2018). Strategi Membangun Jaringan Kerjasama Bisnis Berbasis Syariah. *Jurnal Pemikiran Keislaman*, 29(2), 265–288. <https://doi.org/10.33367/tribakti.v29i2.597>
- Lianovada, D. (2022). *Apa Itu Supplier, Pengertian, Jennis, Tugas dan Pentingnya Bagi Bisnis*. Skillacademy.
- Rijal, S., Sihombing, T. M., Akbar, I. A., Desembrianita, E., & Lubis, R. F. (2023). Peran Keunggulan Kompetitif, Inovasi Produk, dan Jaringan Bisnis terhadap Kinerja Ekonomi Daerah. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(03), 173–185.
- Uma, B. (2023). *Membangun Jaringan Bisnis yang Sukses*.
- Yelvita, F. S. (2022). Proposal Fruit Sando. *Manajemen Pemasaran*, 8.5.2017, 2003–2005.