

# **Bisnis Pisang Cokelat: Perkuat Branding & Berdayakan Ibu Rumah Tangga**

wirausaha Royhan Niamillah sebenarnya sangat kental. Kakeknya merupakan pendiri Bakso Pak Kus, salah satu kuliner legendaris Kota Pahlawan. Melihat budaya itu, dia pun memulai usaha ketika remaja. Mulai usaha sejak saya sekolah di SMA Negeri 9 Surabaya. Meski hanya jualan aksesoris ponsel, ceritanya kepada Jawa Pos pekan lalu. Lulus SMA, Roy, sapaannya, sudah melakukan banyak upaya trial and error. Awalnya, dia buka cabang usaha bakso kakeknya di Surabaya Timur, tetapi gagal. Sebab, sewa lahan makin lama makin tinggi. Dia juga menjalankan warung kopi di lahan milik pamannya. Namun, yang didapat hanya Rp 30 ribuRp 50 ribu per hari. Paman saya memang punya warung, tapi hanya buka sore sampai malam. Saya pinjam warungnya untuk buka pagi, tutur pria kelahiran 29 Agustus 1997. Namun, pikirannya terus fokus untuk bisa mendulang rezeki dari pintu entrepreneur. Dari ngudek kopi di warungnya, tercetuslah untuk bikin usaha jajanan. Roy bersama tiga kawan nongkrong merancang business plan. Awalnya, mereka ingin mendirikan usaha pentol modern. Niat itu diurungkan karena harga daging mahal dan tak bisa menyimpan stok adonan pentol. Saat itu modal yang terkumpul hanya Rp 110 ribu. Pengolah adonan juga cuma ada pagi. Kalau ternyata laku habis, kami otomatis harus tunggu besok. Kalau tidak, harus buat stok lebih dulu, jelasnya. Sepakatlah untuk mengganti jalur ke produksi pisang cokelat. Sebab, mereka bisa beli pisang kapan saja kalau butuh tambahan. Dari sana, konsep digodok. Nama yang muncul adalah Gedang Sekawan; Gedangduen; atau Mafia Gedang. Akhirnya, nama Mafia Gedang dipilih karena cocok dengan kisah hidup mereka. Dia tak menampik bahwa kehidupan di Tambaksari penuh dengan maksiat. Mulai judi sampai alkohol. Konsepnya cocok dengan kami. Karena itu, kami pilih nama mafia, bebrnya. Pada 1 Mei 2019, dia memulai usaha tersebut dengan cara menitipkan dagangannya ke warung sekitar. Dari untung Rp 2 ribu per porsi, warung mendapatkan sekitar Rp 800. Berjalan lancar, dia akhirnya memulai pesanan online, lalu mendirikan gerai offline. Sampai terjadinya pandemi. Saat itu semua road map yang disiapkan hancur. Satu per satu tim Mafia Gedang gugur. Hanya Roy yang kukuh ingin mempertahankannya.

Usaha ini sudah saya anggap anak sendiri, Mas. Makanya keuntungan usaha, saya habiskan semua untuk investasi, tuturnya. Usahanya stagnan hingga satu keajaiban terjadi. Saat itu dia harus mengantarkan pesanan pisang di Sidoarjo, tetapi bingung mencari rumah. Sebagai pria generasi MZ, dia pun mem-posting kisahnya ke TikTok. Tak disangka, unggahannya mendapatkan banyak perhatian dari warganet. Saat itu Roy mulai melakukan parodi-parodi untuk terus mendapatkan perhatian. Di sana saya sadar, jalan untuk membesarkan usaha ini ya dari personal branding. Sebagai pengusaha UMKM yang ingin jualan pisang, tegasnya. Dari sana, dia mulai memperoleh status sebagai selebgram/influencer. Brand-nya pun semakin besar. Kini, dia harus mempersiapkan 5 ton pisang untuk 5 ribu porsi bagi 270 mitranya di seluruh Indonesia. Salah satu kunci yang membuatnya berhasil mengembangkan bisnis meski melakukannya di kampung adalah mengajak warga sekitar. Kami mengajak ibu-ibu sekitar rumah untuk membantu produksi. Tentu saja, kualitas produksinya tetap kami awasi agar sesuai standar, paparnya. Kini, dia sudah memberdayakan sekitar 136 ibu rumah tangga di wilayah Tambaksari. Belum lagi tim Mafia Gedang yang kebanyakan adalah anak muda lingkungan sekitar. Dari pengalaman tersebut, dia menyatakan bahwa branding, baik personal maupun usaha, merupakan hal yang penting untuk menjalankan bisnis jajanan. Pasalnya, selisih rasa jajanan sendiri tak berbeda jauh dengan kompetitor. Dengan demikian, upaya untuk membuat produk jajanan menjadi top of mind di pasar sangat vital. Rasa memang penting, tapi setelah branding. Kalau makanan berat, mungkin rasa penting. Tapi bagi jajanan, terutama untuk generasi muda, konsep lebih penting, pungkasnya.

1. Mulai usaha meski modal kecil. Tak perlu tunggu modal besar.
2. Buat konsep yang bakal melekat di ingatan konsumen.
3. Terus update produk sesuai dengan feedback konsumen.
4. Pastikan kualitas produk konsisten sepanjang waktu.
5. Berdayakan masyarakat sekitar untuk lebih banyak dukungan.