

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kabupaten Bandung Barat merupakan daerah yang relatif baru di Provinsi Jawa Barat dan salah satu kabupaten hasil dari pemekaran Kabupaten Bandung. Pemekaran Kabupaten Bandung ini memiliki banyak tempat wisata yang banyak dikenal wisatawan dan merupakan tempat wisata yang populer saat berkunjung ke wilayah Bandung dan sekitarnya. Kabupaten Bandung Barat berbatasan dengan Kabupaten Purwakarta, Kabupaten Cianjur di sebelah barat, Kabupaten Subang di sebelah utara, Kabupaten Bandung, Kabupaten Sumedang, dan Kota Cimahi di sebelah timur dan Kota Bandung di sebelah selatan.

Kabupaten Bandung Barat memiliki 16 Kecamatan dan 165 Desa. Menurut data BPS Kabupaten Bandung Barat jumlah penduduk Kabupaten Bandung Barat sebanyak 1.788.336 jiwa pada tahun 2020, dengan ini tempat produksi perencanaan usaha akan berada di Kecamatan Ngamprah, dan Kecamatan Ngamprah merupakan kecamatan yang padat dibandingkan dari 16 kecamatan lainnya jika di lihat dari sisi pola penyebaran di wilayah Kabupaten Bandung Barat.

Menurut data BPS ada beberapa jenis mata pencaharian di Kabupaten Bandung Barat seperti di sektor pertanian dan buruh tani dengan presentase tertinggi mencapai 33.87 %, sektor Industri 16,53 %, sektor Perdagangan 15,51%, sektor jasa 9,51 % dan yang lainnya 24.59 %. Mata pencaharian dalam sektor perdagangan memiliki presentase yang termasuk kecil dibandingkan dengan mata pencaharian lainnya, maka dari itu usaha ini memiliki peluang besar untuk dapat

bersaing karena tidak banyak masyarakat yang memiliki mata pencaharian dalam sektor perdagangan.

Bisnis *online* adalah bisnis yang dijalankan secara *online* dengan menggunakan jaringan internet sedangkan informasi yang akan disampaikan atau dijual biasanya menggunakan media *website* atau aplikasi bisnis *online* memiliki prospek yang cukup besar di masa mendatang, Karena kini hampir semua orang menginginkan kepraktisan dan kemudahan dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari (Majda, 2015). Dengan ini dapat diartikan bahwa bisnis *online* adalah sebuah cara promosi atau cara untuk menjual produk yang dilakukan secara *online* menggunakan *platform* media sosial agar lebih praktis dan mudah untuk mendapatkan sebuah produk yang di inginkan.

Setiap makhluk hidup membutuhkan makanan. Tanpa makanan, makhluk hidup akan sulit dalam mengerjakan aktifitas sehari-harinya. Makanan dapat membantu kita dalam mendapatkan energi, membantu pertumbuhan badan dan otak. Menurut Permenkes No.329 tahun 1976 Makanan adalah barang yang digunakan sebagai makanan atau minuman manusia, termasuk permen karet dan sejenisnya tetapi bukan obat. Makanan penting untuk pertumbuhan karena sebagai bahan yang diperlukan untuk membangun dan mengganti jaringan tubuh, untuk memelihara pertahanan tubuh terhadap penyakit dan memberikan energi untuk bekerja.

Brownies merupakan jenis *cake* yang berwarna coklat dan tidak mengembang, namun mempunyai tekstur dalam yang *moist* (lembab), bagian atas brownies bertekstur kering, memiliki rasa yang manis dan aroma khas coklat (Mulyati, 2015).

Tekstur yang lembut dan kaya akan rasa coklatnya dengan aroma yang khas, penampilannya pun cantik dan sangat mengundang selera. Seiring dengan perkembangan kuliner saat ini banyak Brownies dengan segala macam kreasi dan rasanya yang variatif, penampilannya yang lebih menarik, tetapi tidak meninggalkan ciri khas *Brownies* dengan kaya akan rasa coklatnya.

Cookies merupakan salah satu jenis makanan ringan yang banyak digemari oleh masyarakat dari semua kalangan. *Cookies* merupakan salah satu jenis biskuit yang dibuat dari adonan lunak, berkadar lemak tinggi, relative renyah bila dipatahkan dan penampang potongannya, bertekstur padat (BSN, 1992).

Saat ini sudah banyak variasi dan jenis cookies yang tersebar luas di masyarakat, seperti *drop cookies*, *rolled cookies*, *piped cookies*, *pressed cookies*, *moulded cookies*, *bar cookies*, *refrigerator cookies* dan *sandwich cookies*. *Cookies* memiliki tekstur yang berbeda, diantaranya *crispy* biasanya dibuat dengan bentuk tipis dan dipanggang hingga berwarna kecoklatan, *cakey* memiliki adonan yang agak tebal biasanya menggunakan sendok es krim untuk mencetak dan membagi adonannya, *chewy* memiliki adonan yang basah dan menyebar luas selama proses baking sehingga membuat kue terlihat lebih tipis dan menciptakan tekstur yang padat dan kenyal, *gooey* memiliki tampilan retak dibagian luar dan lengket dibagian dalam karena dalam pembuatannya ditambahkan lebih banyak tepung.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis memilih topik tugas akhir dengan judul “PERENCANAAN USAHA *BROWNIES AND COOKIES SHOP* DI KABUPATEN BANDUNG BARAT”.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Dalam mewujudkan kesuksesan dan menjalankan suatu bisnis adalah dengan memiliki ide atau gagasan suatu produk yang dapat membuahkan nilai ekonomi. Perencanaan bisnis yang akan penulis dirikan merupakan usaha yang bergerak di bidang produksi makanan ringan yaitu *Brownies and Cookies Shop* di Kabupaten Bandung Barat. Dilihat dari belum banyaknya pesaing bisnis yang menjual produk serupa, menjadikan penulis semakin yakin dengan perencanaan bisnis yang akan dibuat.

Perencanaan bisnis ini berkonsep *Online* dikarenakan tidak memerlukan biaya dan modal tambahan untuk tempat makan seperti menyewa lahan, properti dll. Zaman dan teknologi saat ini yang semakin berkembang membuat pelaku usaha *online* semakin banyak, karena bisnis *Online* memudahkan konsumen untuk memesan produk tanpa harus datang ke tempat, konsep ini sangat menghemat waktu dan tenaga konsumen. Berkerjasama dengan aplikasi yang sudah ada sangat diperlukan untuk memasarkan produk makanan secara *online*.

1. Deskripsi Logo dan Nama

Keberadaan merek akan sangat penting sebagai pertanda yang nantinya akan memudahkan konsumen dalam mengenali sebuah produk tertentu, dan membantu dalam melindungi sebuah produk dari banyaknya kompetitor ataupun beberapa produk yang memiliki tampilan identik. Menurut David A. Aaker (1991) merek adalah nama atau simbol yang bersifat membedakan

(baik berupa logo, cap/kemasan) untuk mengidentifikasi barang dari seorang penjual/kelompok penjual tertentu.

GAMBAR 1.1

Logo Usaha *Bellaria*



Sumber: Design Logo Penulis, 2021

Pada gambar 1 Nama yang dipilih penulis sebagai identitas usaha ini adalah *Bellaria*. Penulis mengambil nama *Bellaria* yang berasal dari Bahasa Latin yang artinya makanan penutup, buah-buahan, kacang-kacangan, dan kue. Yang membuktikan bahwa nama *Bellaria* ini sangat sesuai dengan jenis usaha dan produk yang ditawarkan untuk konsumen.

Pada logo yang dibuat oleh penulis terdapat gambar *Brownies* dan *Cookies* melambangkan produk yang dijual oleh *Bellaria*, warna coklat pada logo bermaksud memberikan kesan hangat, nyaman dan aman. Selain itu ada kesan mahal dan eksklusif pada desain logo dengan kombinasi warna coklat muda. Warna coklat juga memberikan nuansa dapat diandalkan dan kuat. Dan bentuk lingkaran coklat pada logo memberikan kesan yang dinamis, memiliki kecepatan, sesuatu yang berulang, tidak terputus, abadi, memiliki kualitas, dapat diandalkan, sesuatu yang sempurna, serta kehidupan.

2. Identitas Bisnis

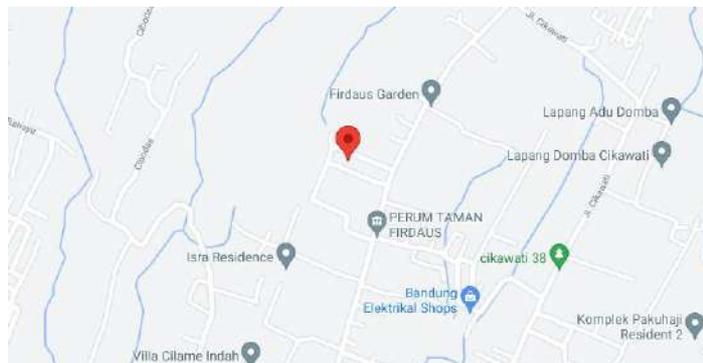
Identitas merupakan segala hal yang menyangkut tentang nama, istilah sampai dengan visual yang tujuannya untuk membedakan antara satu usaha dengan usaha yang lainnya. Identitas sangat penting bagi sebuah bisnis untuk bisa tumbuh dan berkembang. Jika suatu usaha memiliki identitas, usaha tersebut akan mudah dikenal masyarakat. Menurut Elinor Selame (2004) Identitas Perusahaan adalah apa yang senyatanya ada pada atau ditampilkan oleh perusahaan.

Nama Bisnis : *Bellaria*

Alamat Produksi : Kavling Cengkeh A-11 RT.02 RW.10 Cilame,
Ngamprah, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat
40552

GAMBAR 1.2

PETA LOKASI PEMBUATAN PRODUK *BELLARIA*



Sumber : Olahan Penulis 2021

Kontak Personal : (+62) 85157553404

salmaristiregina22@gmail.com

Media Sosial : *Bellaria* (Instagram)

Bellaria_ (Tiktok)

Online Delivery : GoJek, Grab, dan Paxel

C. Visi dan Misi

Setiap usaha memiliki tujuan yang harus dicapai untuk menjamin kelestarian dan kesuksesan jangka pendek maupun jangka panjang. Visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. (Wibisono:2006).

Visi :

“Menjadikan *Bellaria* sebagai *Brownies* dan *Cookies* terbaik di Kabupaten Bandung Barat“.

Misi merupakan realisasi yang akan menjadikan suatu organisasi mampu menghasilkan produk dan jasa berkualitas yang memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggannya. Menurut Drucker (2000:87), Pada dasarnya misi merupakan alasan mendasar eksistensi suatu organisasi. Pernyataan misi organisasi, terutama di tingkat unit bisnis menentukan batas dan maksud aktivitas bisnis perusahaan. Berdasarkan teori tersebut, maka terbentuklah misi dari *Bellaria* sebagai berikut :

Misi :

1. Selalu Mengutamakan Hygiene dan Sanitasi.
2. Meningkatkan citra baik perusahaan.
3. Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen.
4. Memberikan kemudahan untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan konsumen dengan cara pemesanan *Online*.

D. SWOT Analysis

SWOT merupakan sebuah strategi penentu keberlangsungan sebuah usaha agar bisa melakukan misi untuk mencapai tujuan (misi). Menurut Kotler (2009) Analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunity, Threaths*) merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal.

1. *Strenghts*

- a. Terdapat banyak variasi baru yang belum banyak dikenal masyarakat.
- b. Bisa menjangkau seluruh kalangan masyarakat.
- c. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.

2. *Weaknesses*

- a. Tidak bisa tahan lama dikarenakan tidak menggunakan pengawet.
- b. Sebagian produk belum populer.
- c. Harga bahan baku cukup tinggi.

3. *Opportunities*

- a. Belum banyak usaha sejenis dengan produk serupa.
- b. Tidak memerlukan modal yang besar.
- c. Mudah mendapatkan bahan produk.

4. *Threats*

- a. Kompetitor yang berjualan dengan cara *offline*.
- b. Muncul produk atau usaha baru yang lebih unggul.

TABEL 1.1
MATRIKS SWOT

EFAS /IFAS	STRENGTHS	WEAKNESSES
OPPORTUNITIES	Terdapat banyak variasi baru yang belum banyak dikenal masyarakat. Bellaria dapat bersaing dengan usaha lainnya	Memberikan pengetahuan dan informasi produk melalui media sosial, banner, promosi.
THREATS	Beberapa jenis produk jarang ditemui di wilayah Kabupaten Bandung Barat. Memiliki potensi untuk dapat dikenal dan membuat konsumen penasaran.	Menyiapkan strategi pemasaran melalui media sosial dan mengembangkan kualitas produk agar bisa sesuai dengan keinginan konsumen.

Sumber : Olahan Penulis, 2021

Dilihat dari hasil studi analisis SWOT untuk perencanaan usaha Brownies dan *Cookies Shop* di Kabupaten Bandung Barat hasil perhitungan nilai faktor internal dan eksternal menghasilkan strategi yang tepat dalam pengembangan usaha. Lokasi perencanaan usaha memberikan peluang besar bagi penulis untuk melakukan strategi dalam memperkenalkan produk *Bellaria* dari kualitas rasa produk agar dapat sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Dapat membangun kepercayaan konsumen melalui media promosi, media sosial, Banner.

E. Spesifikasi Produk

Spesifikasi produk memiliki beberapa fungsi seperti Sebagai media komunikasi antara konsumen dengan penyedia produk. Sebagai pedoman penyusunan rencana anggaran bagi penawar untuk pembelian barang pada saat penawaran. Menjadi pedoman atau referensi pekerjaan penyedia barang. Menjadi pedoman bagi pengawas untuk mengawasi kinerja penyedia barang. Menjadi pemandu bagi pemimpin proyek atas nama pemimpin proyek atau pengguna untuk bertanggung jawab atas keseluruhan proyek.

Dikutip dari Kotler & Armstrong, (2001: 346) spesifikasi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Penulis akan menjual berbagai jenis, variasi dari *brownies* dan *cookies*, produk *brownies* yang akan ditawarkan adalah brownies panggang, produk *cookies* yang ditawarkan berupa *soft baked cookies* dengan berbagai macam rasa yang bisa dipilih konsumen. Produk ini bisa dibeli satuan atau dengan beberapa paket yang ditawarkan mulai dari ukuran kecil, sedang dan besar. Dan ada juga paket spesial berisi *brownies* dan *cookies* yang bisa dipilih jenis dan rasanya.

F. Jenis Badan Usaha

Jenis badan usaha yang akan dipakai *Bellaria* adalah badan usaha perseorangan, merupakan badan usaha yang kepemilikannya yang dimiliki oleh satu orang, dapat membuat badan usaha perseorangan tanpa ada izin serta tata cara yang sulit. Semua orang dapat dengan bebas untuk membuat personal tanpa adanya batasan untuk mendirikan.

Perusahaan perseorangan dengan skala modal yang relatif kecil, terbatasnya jenis dan jumlah dari produksi itu sendiri, yang mempunyai tenaga kerja yang tidak banyak serta hanya memakai alat produksi teknologi sederhana. Badan usaha menurut Undang-Undang Ketentuan Umum Pajak adalah kumpulan orang atau modal yang menjadi kesatuan baik untuk melakukan usaha atau tidak melakukan usaha yang terdiri dari Perseroan Terbatas, Perseroan Komanditer, BUMN, Firma, dll.

G. Aspek Legalitas

Untuk dapat memastikan sebuah ide bisnis mungkin mudah, namun tidak semudah untuk memperhitungkan aspek legalitas. Syarat suatu kelangsungan sebuah bisnis bergantung kepada aspek ini. Tujuan adanya aspek legalitas ialah untuk memperkuat sebuah kepastian hukum, mencegah penyalahgunaan kekuasaan. Perlunya legalitas ini supaya dapat menjadikan hak paten suatu usaha supaya tidak terdapat penyalahgunaan kewenangan dan menciptakan keadilan.

Berikut beberapa legalitas yang harus di penuhi:

1. UU No.3 Tahun 1982 Pasal 1B Tentang Wajib Daftar Perusahaan,
2. Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER – 38/PJ/2013 NPWP tentang kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak,
3. Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang pengurusan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM),
4. Peraturan Menteri Tenaga Kerja No. Per-01/MEN/1999 tentang Upah Minimum Regional,
5. Peraturan Pemerintah (PP) No. 44 Tahun 1994 tentang jaminan hukum kepemilikan properti,
6. Undang – Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (UU Kesehatan) tentang pengamanan makanan dan minuman dan izin edar.