

**PERENCANAAN BISNIS ONLINE BERBASIS CHOUX
'YOUR CHOUX' DI BANDUNG RAYA**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
dalam menempuh studi pada
Program Diploma III



Oleh :

ALMA NABILA

NIM : 2020411070

**PROGRAM STUDI
SENI PENGOLAHAN PATISERI
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
BANDUNG
2023**

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : ALMA NABILA
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 22 Juni 2001
NIM : 2020411070
Program Studi : Seni Pengolahan Patiseri
Jurusan : Perhotelan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:

PERENCANAAN BISNIS YOUR CHOUX DI BANDUNG RAYA

ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.

2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 02 Mei 2023
Yang membuat pernyataan,



ALMA NABILA

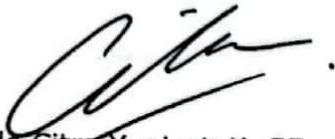
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR /PROYEK AKHIR

PERENCANAAN BISNIS ONLINE BERBASIS CHOUX 'YOUR CHOUX' DI BANDUNG RAYA

NAMA : ALMA NABILA
NIM : 2020411070
JURUSAN : PERHOTELAN
PROGRAM STUDI : SENI PENGOLAHAN PATISERI

Pembimbing Utama,



Made Citra Yuniastuti, SE., MM.
NIP. 19820603 200902 2 005

Pembimbing Pendamping,



Warta Sumirat, M.Pd.
NIP. 19700611 199803 1 001

Bandung, 21 Juni 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par CHE.

NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

PERENCANAAN BISNIS ONLINE BERBASIS CHOUX 'YOUR CHOUX' DI BANDUNG RAYA

NAMA : ALMA NABILA
NIM : 2020411070
JURUSAN : PERHOTELAN
PROGRAM STUDI : SENI PENGOLAHAN PATISERI

Pembimbing Utama,

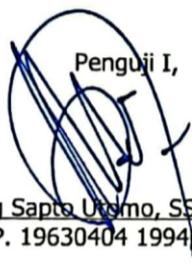


Made Citra Yuniastuti, SE., MM.
NIP. 19820603 200902 2 005

Pembimbing Pendamping,

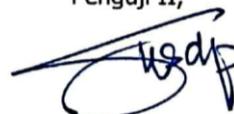


Wayta Sumirat, M.Pd.
NIP. 19700611 199803 1 001



Bambang Sapta Utomo, SST.Par, MM.Par
NIP. 19630404 199403 1 001

Penguji II,



Susilo Dwi Parbowo, Drs, M.Pd.
NIP. 19590127 198603 1 001

Bandung, 07 Agustus 2023

Mengetahui,

abag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par CHE.
19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc., CHE
NIP. 19710506 199803 1 001



KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas kehendak-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu. Pada penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “**PERENCANAAN BISNIS YOUR CHOIX DI BANDUNG RAYA**” ini.

Sebagaimana penulisan Tugas Akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam menempuh studi Diploma III Seni Pengolahan Patiseri di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Selain itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih pada pihak-pihak yang terlibat dan telah membantu penulis dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, yakni kepada :

1. Bapak Andar Danova L.Goeltom, S.Sos., M.Sc, selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM. Par CHE selaku Kepala Bagian Administrasi Akademi Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Pudir Saepudin, S.ST.Par, MM.Par. selaku Ketua Jurusan Perhotelan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Ibu Selvi Novianti, SST.Par., MM.Par. CHE. selaku Ketua Program Studi Seni Pengolahan Patiseri.
5. Ibu Made Citra Yuniastuti, SE., MM. selaku pembimbing I yang telah membantu memberikan arahan serta dukungan ide kepada penulis selama penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Bapak Warta Sumirat, M.Pd. selaku pembimbing II yang telah memberikan masukan dan arahan kepada penulis selama penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Seluruh dosen dan staf Politeknik Pariwisata NHI Bandung yang telah memberikan ilmu serta dukungan yang sangat bermanfaat bagi penulis.

8. Bapak Yudi Hendrawan dan Ibu Yessi Agustini selaku orang tua tercinta yang senantiasa mendukung secara materi dan mental hingga membantu memberikan masukan untuk penulis.
9. Sahabat-sahabat 'Galaw' yaitu Ririn, Aan, Rena, Dea, dan Alya dari SMKN 3 Cimahi yang memberikan masukan dan juga motivasi kepada penulis dari awal hingga mampu menyelesaikan perkuliahan dan Tugas Akhir.
10. Tim ULA dari Kita Mengabdikan Bandung yang setia berbagi dan saling memberikan semangat dan membantu pengumpulan data selama Tugas Akhir.
11. Rekan-rekan dari Pastreenagers 6A yang saling mendukung untuk menyelesaikan Tugas Akhir bersama.
12. Teman-teman dari 12/27 yang telah memberikan dukungan emosional dan masukan selama perkuliahan hingga pengerjaan Tugas Akhir.
13. Teman-teman seperjuangan *Job Training* di Bali, Hasamoni dan Delia yang membantu saling bertukar ide dan memberikan dukungan.
14. Dan juga rekan-rekan yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang sudah berkontribusi dan memberikan semangat selama pengerjaan Tugas Akhir ini.

Penulis masih menyadari jika dalam penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis berharap adanya masukan berupa saran dan kritik yang dapat diberikan serta penulis meminta maaf jika masih ada kesalahan kata dalam penyampaiannya. Akhir kata yang dapat penulis sampaikan, semoga Tugas Akhir ini dapat menjadi bermanfaat serta menambah wawasan bagi setiap pihak yang membacanya.

Bandung, 02 Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
EXECUTIVE SUMMARY	x
BAB I DESKRIPSI BISNIS	1
A. Latar Belakang Perencanaan Bisnis	1
B. Gambaran Umum Usaha.....	8
1. Deskripsi Bisnis, Logo, dan Nama.....	8
2. Alamat Perusahaan.....	11
C. Visi dan Misi Dalam Berbisnis	14
D. SWOT Analisis.....	15
E. Spesifikasi Produk	18
F. Jenis Usaha.....	22
G. Aspek Legalitas	23
BAB II ASPEK PRODUK	25
A. Daftar dan Deskripsi Produk	25
B. Analisis Keunggulan Produk	28
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi.....	29
D. Penyajian dan Kemasan Produk	33
E. Mekanisme Quality Check.....	35
BAB III RENCANA PEMASARAN	37
A. Riset Pasar (Segmen, Target, Positioning)	37
1. Segmentasi Pasar	38
2. Target Pasar	40
3. Positioning	41
B. Validasi Market Fit.....	41
C. Kompetitor	45
D. Strategi Pemasaran	49
E. Media Pemasaran	50
F. Proyeksi Penjualan	57
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL	59
A. Identitas Owner/Founder	59
B. Struktur Organisasi	60
C. Job Analysis dan Job Description.....	61
D. Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja.....	65
E. Service Scape	66
F. Action Plan dan Report	67

BAB V ASPEK KEUANGAN.....	70
A. Metode Pencatatan Akuntansi	70
B. Capital Expenditure (Indetifikasi Initial Investment)	71
C. Time Value of Money (Nilai Waktu uang).....	76
D. Pendanaan Investasi (Agency Theory)	78
E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	79
F. Identifikasi Cash InFlow dan Outflow	84
a. Operating Budget.....	84
b. Cash Flow Projection.....	86
c. Pengaruh Makro Ekonomi (Inflasi; Pertumbuhan Ekonomi).....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisis SWOT	16
Tabel 1.2 Jenis Produk ‘Your Choux’	19
Tabel 2.1 Deskripsi Produk ‘Your Choux’	27
Tabel 2.2 Rincian Alat	31
Tabel 2.3 Target Penjualan Produk (Perhari, Perbulan, dan Pertahun)	32
Tabel 2.4 Contoh Pengemasan.....	34
Tabel 2.5 Quality Control	36
Tabel 3.1 Validasi Market Fit ‘Your Choux’, N = 46.....	42
Tabel 3.2 Daftar Toko Pesaing ‘Your Choux’	46
Tabel 3.3 Biaya Pemasaran ‘Your Choux’	56
Tabel 3.4 Target dan Pendapatan Produksi Makanan dalam Hitungan Harian. Bulanan, Tahunan	57
Tabel 3.5 Proyeksi Penjualan dalam 5 Tahun.....	58
Tabel 4.1 <i>Job Description</i> ‘Your Choux’	64
Tabel 4.2 Anggaran Tenaga Kerja ‘Your Choux’.....	65
Tabel 4.3 <i>Action Plan</i> ‘Your Choux’	67
Tabel 5.1 <i>Tangible Investment</i> ‘Your Choux’	72
Tabel 5.2 Tarif dan Masa Manfaat Penyusutan Fisikal.....	72
Tabel 5.3 Depresiasi <i>Tangible Investment</i>	73
Tabel 5.4 Depresiasi Bangunan ‘Your Choux’	74
Tabel 5.5 <i>Intangible Investment</i> ‘Your Choux’	74
Tabel 5.6 Masa Manfaat dan Tarif Amortisasi	74
Tabel 5.7 Depresiasi <i>Intangible Investment</i>	75
Tabel 5.8 <i>Working Capital</i> ‘Your Choux’	76
Tabel 5.9 <i>Future Value</i> ‘Your Choux’	77
Tabel 5.10 <i>Initial Investment</i> ‘Your Choux’	78
Tabel 5.11 <i>Owner Equity</i> ‘Your Choux’	79
Tabel 5.12 <i>Variabel Cost</i> ‘Your Choux’	80
Tabel 5.13 <i>Fixed Cost</i> ‘Your Choux’	81
Tabel 5.14 <i>Mixed Cost</i> ‘Your Choux’	81
Tabel 5.15 Analisis <i>Break Even Point</i>	82
Tabel 5.16 <i>Income Statement</i> ‘Your Choux’	85
Tabel 5.17 <i>Cash Flow Projrcion</i> ‘Your Choux’	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data presentase bisnis kuliner di Jawa Barat selama 12 bulan terakhir	2
Gambar 1.2 Data 6 besar kota di Jawa Barat dengan banyak bisnis kulinernya.....	2
Gambar 1.3 Sarana promosi paling banyak digunakan pengusaha kuliner tahun 2020.....	4
Gambar 1.4 Hasil Polling.....	6
Gambar 1.5 Hasil Polling.....	6
Gambar 1.6 Hasil Polling.....	7
Gambar 1.7 Inspirasi produk.....	8
Gambar 1.8 Inspirasi produk.....	8
Gambar 1.9 Logo	10
Gambar 1.10 Lokasi Usaha.....	13
Gambar 1.11 Lokasi Usaha.....	13
Gambar 1.12 Dapur Produksi.....	14
Gambar 1.13 DC Cupcake	20
Gambar 1.14 <i>Choux Tower</i>	20
Gambar 1.15 Desain choux decoration 3 dimensi Pokemon tampak depan	21
Gambar 1.15 Desain choux decoration 3 dimensi dari animasi kartun Tayo tampak depan	21
Gambar 2.1 Desain Menu	28
Gambar 3.1 Instagram dan Facebook Story.....	51
Gambar 3.2 Instagram Feed.....	52
Gambar 3.3 Facebook Feed	52
Gambar 3.4 Tiktok Feed	53
Gambar 3.5 Halaman Feed Facebook	54
Gambar 3.6 Halaman Feed Instagram.....	55
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	60
Gambar 4.2 Flowchart Pelayanan	66

EXECUTIVE SUMMARY



Dalam perencanaan bisnis yang telah disusun pada Tugas Akhir ini, bisnis *online* yang berbasis *choux* dengan menambahkan konsep *choux decoration* untuk memeriahkan acara, hampers, dan kegiatan yang diadakan. Menggunakan nama ‘Your Choux’ sebagai rasa kepemilikan pada konsumen terhadap makanan yang penulis jual dan produksi. Logo yang digunakan pada bisnis *online* ini adalah bentuk *choux* yang memberikan sugesti bahwa yang penulis jual adalah patiseri berbasis *choux*. Adapun menu yang ditawarkan yaitu *choux au craquelin*, *eclair*, *paris brest*, dan juga menu lain sebagai opsi tambahan berupa *chiffon* dan teh buah yang diberi potongan buah dan sirup buah yang dibuat secara *homemade*. ‘Your Choux’ terletak di Komplek Bukit Permata Cimahi Blok G10 No. 12, Cilame, Ngamprah, Kabupaten Bandung Barat.

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

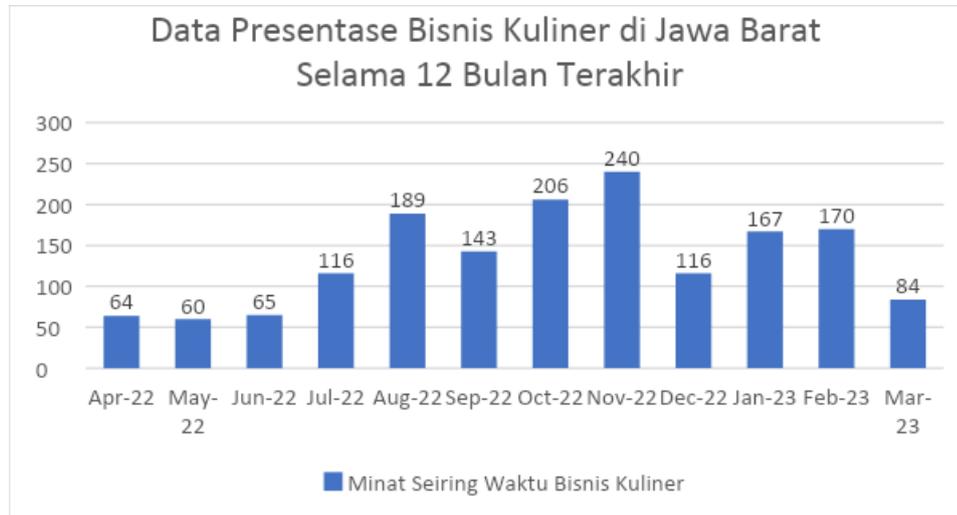
A. Latar Belakang Perencanaan Bisnis

Kuliner dinilai menjadi bidang bisnis yang menjanjikan dan banyak diminati oleh para pebisnis karena bentuk bisnis yang tergolong tidak pernah mati. Perkembangan bisnis kuliner di Bandung terus merambat mengikuti *trend* pasar yang sedang hadir di kalangan masyarakat. Diliput dalam Kompas (2018), data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia mencatat, sub-sektor kuliner berkontribusi 41,4 persen dari total kontribusi perekonomian kreatif sebesar Rp922 triliun pada 2016 paling tinggi dibandingkan 16 sub-sektor lain. Dikutip Bisnis Bandung (2023), Bandung dikenal dengan aneka kuliner yang khasnya. Pecinta kuliner setuju Bandung menjadi kota dengan ragam cita rasa unik dalam bidang kuliner, terkenalnya kuliner Bandung menyediakan peluang yang sangat bagus untuk membuka kuliner di Bandung.

Berdasarkan olahan data dari *Google Trends* selama 12 bulan arus naik turun bisnis kuliner di Jawa Barat terlihat signifikan, bahkan Bandung masuk dalam 6 besar kota dengan bisnis kuliner terbanyak setelah Depok. Maka data ini dapat meyakinkan penulis untuk membuka sebuah bisnis kuliner di Bandung terutama di daerah Cilame.

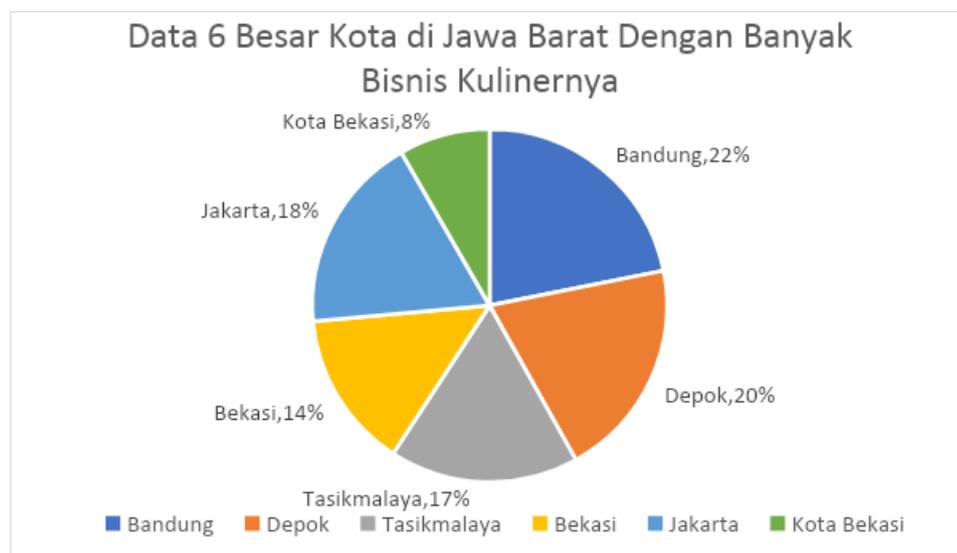
Berikut persentase data dari bisnis kuliner selama 12 bulan terakhir:

Gambar 1.1 Data presentase bisnis kuliner di Jawa Barat selama 12 bulan terakhir



Sumber : *Google Trends, 2023*

Gambar 1.2 Data 6 besar kota di Jawa Barat dengan banyak bisnis kulinernya



Sumber : *Google Trends, 2023*

Setelah menentukan lokasi bisnis yang strategis, selanjutnya adalah mempertimbangkan bagaimana cara memasarkan produk ke pasar. Salah

satunya dengan cara pemasaran produk yang cocok yaitu secara *online*, yang memanfaatkan kecanggihan internet dan juga kebiasaan kaum *millennial* dan *gen z* yang lebih sering memesan produk makanan melalui aplikasi *online* karena dinilai lebih mudah dan tidak perlu membuang waktu dan tenaga, juga makanan langsung diantar ke rumah tanpa perlu mendatangi lokasi penjual.

Bisnis *online* yang secara signifikan terjadi peningkatan di tahun 2020 karena pada era pandemi para pengusaha berusaha untuk tetap menjangkau konsumen di tengah pembatasan kegiatan sosial masyarakat. Bahkan hingga tahun 2023, bisnis *online* masih menjadi pilihan terbanyak untuk memulai sebuah usaha karena target pasar lebih bervariasi dan dapat dijangkau melalui internet juga mendapatkan jangkauan pasar yang lebih luas.

Bisnis *online* merupakan kegiatan menyediakan barang atau jasa dengan menggunakan sistem komunikasi jaringan internet untuk mendapatkan keuntungan. Menurut Strauss et al (2009) mengatakan bahwa bisnis *online* adalah optimisasi terus menerus atas kegiatan bisnis suatu perusahaan. Sedangkan menurut Turba et al. (2008), bisnis *online* merujuk kepada definisi yang lebih luas daripada *e-commerce* yang tidak hanya jual beli barang dan jasa, tetapi juga mencakup pelayanan pelanggan, kolaborasi dengan mitra bisnis dan melakukan transaksi elektronik dalam suatu organisasi.

Dilansir pada GoodStats 2022, hasil dari survei BPS membuktikan bahwa 85,55 persen usaha kuliner di Indonesia sudah berbasis *online* dalam layanan penjualannya. Seiring dengan masifnya transformasi digital terutama akibat pandemi Covid-19, layanan pemesanan dari pihak ketiga seperti

GoFood, *GrabFood*, *ShoopeFood* masih menjadi platform yang banyak digunakan oleh pengusaha kuliner sebesar 61,69 persen dan penjualan melalui media sosial sebesar 49,69 dengan sisanya 17,62 persen melalui *website*. Namun jika bisnis kuliner tidak melakukan inovasi dan perencanaan yang matang, akan sulit untuk dapat naik kelas dan berkembang.

Berikut adalah data dari media pemasaran terbanyak di tahun 2020:

Gambar 1.3 Sarana promosi paling banyak digunakan pengusaha kuliner tahun 2020



Sumber : GoodStats, 2022

Dalam bisnis *online* terutama bisnis kuliner, perlunya adanya kerja sama dengan penyedia jasa kurir untuk dapat menjaring konsumen hingga ke luar kota dan juga memastikan kondisi makanan dapat sampai ke tangan konsumen dalam keadaan aman. Dilansir pada Akurat 2019, *Co-Founder* sekaligus CEO *Paxel* Braynt Chrisanto, sejak menjalin kerja sama dengan para pelaku usaha mikro kecil dan menengah, hampir 50 persen pengiriman layanan antar kotanya adalah makanan. Pasar pengiriman makan antar kota, khususnya untuk layanan *same day delivery* mengalami peningkatan. Layanan jasa antar *same day delivery* dapat membantu pada produk makanan yang memiliki daya tahan kurang dari 3 hari dan menjangkau pelanggan lebih mudah.

Pada kesempatan ini penulis melakukan riset menggunakan fitur *polling* melalui *instagram* yang melibatkan 700 orang teman dengan rentang umur 18-45 tahun. Riset menunjukkan sebanyak 72% lebih memilih *choux au craquelin* dari presentasi dan penampilan, lalu ada sebanyak 28% memilih kue sus tradisional dari bentuk aslinya. Sementara dari segi rasa, ada sebanyak 83% lebih memilih *diplomat cream* yang merupakan campuran *vla* atau *pastry cream* yang dicampur dengan *whipped cream* dan tekstur yang *crunchy* di bagian luar, *soft* di bagian dalam kue sus dan sebanyak 17 % memilih dengan isian *vla* dan tekstur kue sus yang *soft*. Adapun sebanyak 55% memilih *custom choux* sebagai *hampers* ataupun kado dalam berbagai perayaan dengan contoh *choux tower* atau *choux box* dan 45% memilih *custom cake*.

Gambar 1.4 Hasil *polling*



Sumber: Olahan penulis, 2023

Gambar 1.5 Hasil *Polling*



Sumber: Olahan penulis, 2023

Gambar 1.6 Hasil *Polling*



Sumber: Olahan penulis, 2023

Hasil *polling* di atas menunjukkan bahwa remaja dengan usia 18-25 tahun dan usia dewasa 26-35 tahun masih tertarik dengan kue sus tradisional tetapi diberikan tambahan *craquelin* yang dapat menambah daya tarik pada *choux*.

Penulis melakukan riset ini karena mengetahui minat di kalangan remaja dan dewasa pada *choux au craquelin* dapat dijadikan sebagai ide bisnis dan mengembang *pâte à choux* menjadi aneka jenis *choux* yang menarik dan mempunyai daya jual. Pada kesempatan ini, penulis membuat “PERENCANAAN BISNIS ONLINES ‘YOUR CHOUX’ DI BANDUNG” dengan target pasar remaja usia 18-35 tahun dan menjualnya menggunakan *platform Instagram, Facebook*, dan *Whatsapp Business* juga bekerja sama dengan jasa kurir *Paxel* dan *platform Grabfood* untuk membantu pengiriman produk.

B. Gambaran Umum Usaha

1. Deskripsi Bisnis, Logo, dan Nama

Terinspirasi dari Sylvie sebagai penulis *abakingjourney.com*, Luvita Ho seorang *youtuber* jebolan *Master Chef 2015*, dan *youtuber Nino's Home* yang pada 2020 mengangkat *choux au craquelin* sebagai konten dan hingga kini masih banyak anak muda yang menyukainya.

Gambar 1.7 Inspirasi produk



KUE SUS CRUNCHY! 100 % JADI! |
Luvita Ho

1,7 jt x ditonton • 2 tahun yang lalu



Resep Kue Sus Crunchy - Choux au
Craquelin [Cream Puffs] Best Recipe

12 jt x ditonton • 2 tahun yang lalu

Sumber : *Youtube*, 2023

Gambar 1.8 Inspirasi produk



Sumber : *A Baking Journey*, 2023

Penulis memiliki pengalaman di tahun 2020 selama 6 bulan, menjual *choux au craquelin* dengan variasi rasa dan dijual secara *pre-order* kepada konsumen di hari yang telah ditentukan. Melihat peminat *choux* yang terus bertambah, penulis berinisiatif untuk membuka kembali usaha di lokasi yang berbeda.

Tidak hanya menjual *choux*, namun ‘Your Choux’ juga menjual minuman dengan bahan *homemade* yaitu teh *syrup* buah dengan potongan buah asli dan *chiffon cake* sebagai opsi lain kepada para pelanggan.

Desain logo berupa “simbol visual yang akan menjadi ciri khas dari sebuah bisnis, nama dan logo akan membantu membangun identitas bisnis yang kuat.” (Lyan, 2010, hal. 43). Logo merupakan “salah satu cara yang paling mudah untuk menunjukkan keseriusan kita dalam menjalankan bisnis *online* sehingga hal tersebut akan menumbuhkan kepercayaan di benak calon konsumen terhadap kita.” (Salim, 2009). Logo juga disusun sedemikian rupa bukan hanya menarik pelanggan saja, namun juga memiliki kesan tersendiri dalam menggambarkan sebuah usaha itu sendiri dari pemilihan *font*, bentuk, warna, hingga garis yang membentuknya perlu dipikirkan baik-baik oleh desainer agar dapat mempresentasikan kepada calon pembeli.

GAMBAR 1.9
LOGO ‘YOUR CHOUX’



Sumber: Olahan penulis, 2023

Alasan penulis mengambil latar berwarna krem karena warna ini dapat menggambarkan suasana yang tenang dan hangat. Dengan kombinasi warna merah bata pada *font* memberikan kesan yang elegan dan berani. Ornamen *choux* memberikan sugesti kepada para pembeli bahwa produk utama yang dijual adalah aneka *choux pastry*.

Nama usaha merupakan “pilihlah nama yang dapat mencerminkan citra yang ingin dipancarkan karena hal ini yang mampu menarik minat pelanggan dan menjadi hal pertama yang akan mereka ingat tentang produk kita.” (Lyan, 2010, hal. 41). Nama ini dirangkai berdasarkan tujuan, visi, dan misi perusahaan agar dapat berjalan beriringan dan memiliki dampak yang lebih baik ke depannya.

Nama tempat usaha ini adalah ‘Your Choux’. Nama *Choux* sendiri diambil dari salah satu produk *pastry* asal Perancis yang memiliki arti

“kubis” yang menggambarkan bentuk produk *pastry* yang mirip dengan kepala kubis. Sementara penambahan kata *your* untuk memberikan kesan kepemilikan kepada pelanggan agar dapat terdengar *familiar* dan lebih mudah diingat oleh pembeli. Arti dari ‘Your Choux’ dapat diharfiahkan pada produk yang kita jual adalah makanan kesukaan milik konsumen yang memberikan hubungan dan harmonisasi di dalamnya dengan penjual.

2. Alamat Perusahaan

Dalam penentuan lokasi perusahaan, diperlukannya analisis pasar dan pertimbangan dari segi bangunan, masyarakat, dan lingkungan yang mendukung kinerja sebuah usaha. Lokasi perusahaan dapat diartikan sebagai “tempat perusahaan melakukan proses produksi atau membuat barang.” (Sayuti, 2015, hal. 50). Lokasi ini dapat mengukur kapasitas dan minat pembeli untuk mengetahui dan memahami lokasi penjual.

Pada saat produksi barang, akan ada proses keluar masuk barang mentah dan barang sudah jadi yang dilakukan oleh perusahaan. Maka “setiap penjual harus memutuskan lokasi, bagaimana membuat produknya tersedia bagi pasar sasaran.” (Kotler, 2010, hal. 173). Agar memudahkan akses pembeli dalam meraih produk yang ingin mereka beli secara langsung.

Pemilihan lokasi bisnis adalah “faktor utama yang menentukan kesuksesan atau kegagalan suatu usaha.” (Lyan, 2010, hal. 11). Karena interaksi antara pembeli dan penjual berlangsung di lokasi bisnis, pemilihan

posisi, kondisi tempat usaha, dan pelayanan yang berlangsung akan dinilai oleh pelanggan secara tidak langsung.

Menurut Suhardi Sigit (1982), perusahaan memerlukan fasilitas fisik yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan itu sendiri, hal ini adalah: lokasi yang menyangkut tempat perusahaan melakukan proses produksi; Bangunan yang meliputi gedung atau areal tempat yang ada bangunannya; Tata letak (*layout*) yaitu susunan peralatan yang digunakan untuk kegiatan Produksi; Perlengkapan yang meliputi mesin dan peralatan yang diperlukan; dan Kondisi kerja. (Sayuti, 2015, hal. 50)

Penulis berencana mendirikan 'Your Choux' beralamatkan di Komplek Bukit Permata Cimahi Blok G10/12, Desa Cilame, Kecamatan Ngamprah, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40552. Lokasi ini berdekatan dengan Jalan Raya Permata Cimahi yang sudah menjadi lokasi banyak usaha aneka produk olahan pangan di sepanjang jalannya dan sudah meraih pembeli lokal yang tinggal di sekitarnya hingga pembeli dari luar komplek, karena itu penulis melihat besarnya peluang untuk meraih pembeli karena interaksi yang berlangsung di masyarakat.

Gambar 1.10 Lokasi Usaha



Sumber : *Google Maps*, 2023.

Gambar 1.11 Lokasi Usaha



Sumber : *Google Maps*, 2023.

Gambar 1.12 Dapur Produksi



Sumber: Olahan penulis, 2023

C. Visi dan Misi Dalam Berbisnis

Visi merupakan “ungkapan bersama dengan seluruh orang-orang yang terlibat di dalam usaha, akan dibawa ke mana dan akan menjadi seperti apa perusahaan yang akan dikelolanya di masa mendatang.” (Mughtar, 2014, hal. 71). Visi dibuat agar menyelaraskan persepsi di mana akan berpengaruh pada sistem kerja dan produksi selama bisnis berlangsung.

Misi perusahaan merupakan “serangkaian kalimat yang menyatakan tujuan atau alasan eksistensi organisasi yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan kepada masyarakat luas” (Mughtar, 2014, hal. 72). Misi dibuat berdasarkan bagaimana cara untuk mencapai visi yang dibangun, maka perlu adanya penyesuaian antara visi, misi, dan tujuan di dalam sebuah perusahaan.

Visi

“Menjadikan ‘Your Choux’ sebagai *online pastry shop* berbasis *choux* terbaik di Indonesia.”

Misi

1. Menjamin kualitas produk ‘Your Choux’ dengan konsisten.
2. Menjalani kerja sama dengan perusahaan mitra di Bandung Raya.
3. Menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat Bandung Raya dan sekitarnya.

D. SWOT Analisis

Analisis SWOT merupakan “metode yang digunakan sebagai salah satu *tools* untuk merumuskan strategi manajemen suatu perusahaan.” (Muchtar, 2014, hal. 158). Metode ini sering digunakan agar mengetahui kapasitas dari bisnis yang didirikan dan sebagai bahan acuan untuk menggambarkan alur kerja bisnis ke depannya.

Analisis SWOT berisi “evaluasi faktor internal perusahaan berupa (*strengths*) kekuatan dan (*weakness*) kelemahannya dan faktor eksternal berupa (*opportunity*) peluang dan (*threats*) tantangan.” (Situmorang, 2009, hal. 237). Analisis ini dapat menggambarkan posisi bisnis untuk berkembang dan bersaing dengan produk sejenis.

TABEL 1.1
ANALISIS SWOT

No.	Aspek	'Your Choux'	Kompetitor	Keterangan
1	Kualitas	Konsisten mempertahankan kualitas dan menggunakan bahan yang premium	Menggunakan bahan-bahan yang premium, tetapi kurang konsisten dalam mempertahankan kualitas ras	<i>Strength</i>
2	Pemesanan <i>custom</i>	Menawarkan <i>choux decoration</i> 3 dimensi.	<i>Custom choux</i> hanya berupa <i>choux tower</i> dan	<i>Strength</i>
3	Varian produk	Produk yang ditawarkan berbagai varian berbasis <i>choux</i> .	Varian produk-produk berbasis <i>choux</i> hanya dasarnya saja.	<i>Strength</i>
4	Kapasitas tempat produksi	Keterbatasan tempat produksi yang kecil.	Memiliki tempat produksi yang lebih luas.	<i>Weakness</i>

Sumber : Olahan penulis, 2023

No.	Aspek	Opportunities	Threats	Keterangan
1	Tren pasar	Banyaknya <i>event-event</i> besar yang diadakan.	Perizinan pengadaan acara yang tidak sesuai prosedur.	<i>Strength</i>
2	Jasa logistik	Jasa logistik yang dapat mengantar makanan ke luar kota <i>same day delivery</i> .	Hanya menjangkau kota-kota besar.	<i>Strength</i>
3	Kerja sama mitra	Banyaknya <i>cafe-cafe</i> yang menjual <i>dessert</i> premium	Terjadinya pelanggaran dalam perjanjian kerja sama	<i>Strength</i>
4	Hukum	Perusahaan berupa perseorangan, yang tidak diwajibkan membayar pajak	Tidak berbadan hukum dan tidak bisa mendapat hak perlindungan secara hukum	<i>Weakness</i>
5	Ekspansi	Bisnis dijalankan secara <i>online</i> dapat menjangkau lebih banyak konsumen dari berbagai daerah	Toko tidak menyediakan <i>dine-in</i>	<i>Weakness</i>

Sumber : Olahan penulis, 2023

E. Spesifikasi Produk

Produk merupakan “apa saja yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan ataupun kebutuhan.” (Situmorang, 2009, hal. 97).

Perusahaan berusaha “membuat produk atau tawaran yang berbeda atau lebih baik yang akan menyebabkan pasar sasaran menyukainya dan bahkan bersedia membayar dengan harga yang tinggi” (Kotler, 2010, hal. 164-164).

‘Your Choux’ menawarkan berbagai macam produk berbasis *pate a choux* pilihan varian rasa yang diberikan kepada calon pembeli. Menurut Wayne Gisslen dalam buku *Professional Baking Sixth Edition* hal. 333, “*choux paste* memiliki arti ‘kubis’ dalam bahasa Perancis. *Choux paste* terbuat dari air, *butter*, garam, dan gula yang dimasak hingga air mendidihkan dan *butter* secara keseluruhan mencair, dimasukkan tepung terigu yang diaduk dengan cepat hingga merata. Adonan kemudian didinginkan dan diaduk bersamaan dengan telur sampai mencapai konsistensi yang dibutuhkan. Dapat dibentuk menjadi *choux au craquelin, eclair, paris brest, dan st-honore* yang kemudian dipanggang pada suhu 200-220°C.”.

Choux sendiri merupakan produk patiseri yang banyak digemari di semua kalangan karena bentuk dan tekstur yang renyah di luar dan empuk di dalam dengan isian *diplomat cream*. *Diplomat cream* merupakan campuran *pastry cream* yang dibuat dari susu cair, gula pasir, maizena, dan kuning telur yang dipanaskan di atas api sedang hingga mengental. Lalu ditambahkan dengan *whipped cream* yang membuat isiannya terasa lebih *rich* dan *creamy*. ‘Your Choux’ menawarkan berbagai varian rasa dari isian *choux* di antaranya:

vanilla, chocolate, greentea, cheesecake, dan caramel yang dapat dipilih oleh pelanggan.

Selain menjual satuan atau dalam bentuk paket, ‘Your Choux’ juga menyediakan *custom* untuk kue ulang tahun dan berbagai acara yang menggunakan sistem pemesan *pre-order* minimal 3 hari sebelumnya.

Selain memperhatikan standar kualitas premium dan pembaharuan varian rasa, ‘Your Choux’ juga menjual *chiffon cake* dan juga teh buah yang terbuat dari sirup buah *homemade* dan irisan buah asli sebagai opsi lain untuk pelanggan.

TABEL 1.2 Jenis Produk ‘Your Choux’

No.	Nama Produk	Spesifikasi
1	<i>Choux Au Craquelin</i>	Rasa vanilla, greentea, chocolate, cheesecake, caramel
2	<i>Eclair</i>	Rasa vanilla, chocolate, caramel, coffe
3	<i>Paris Brest</i>	Rasa vanilla, greentea, coffe
4	<i>Chiffon</i>	Rasa pandan, original, chocolate
5	<i>Custom</i>	Disesuaikan dengan pesanan pelanggan
6	Teh Buah	Rasa stroberi dan mangga (disesuaikan musim buah)

Sumber : Hasil olahan penulis, 2023.

Adapun penulis terinspirasi dari salah satu program televisi Amerika, *DC Cupcake* yang merupakan usaha *cupcake* yang menggunakan sistem *custom* dengan membentuk ikon dari acara kepada calon pembeli.

Gambar 1.13 DC Cupcakes



Sumber : Dailymotion, 2023

Kemudian adapun contoh sebagai patokan dalam pembuatan *custom*.

Gambar 1.14 Choux Tower



Sumber : Pinterest

Berikut adalah contoh desain pribadi yang akan disesuaikan dengan permintaan konsumen.

Gambar 1.15 Desain *choux decoration* 3 dimensi Pokemon tampak depan



Sumber : Olahan Penulis, 2023

Gambar 1.16 Desain *choux decoration* 3 dimensi dari animasi kartun Tayo tampak depan



Sumber : Olahan Penulis, 2023

Menggunakan alas *styrofoam*, dibentuk 3 dimensi sesuai dengan pesanan konsumen yang dilapisi dengan *white chocolate*, *choux* disusun mengikuti warna dan pola. Penambahan ornamen detail menggunakan *fondant*.

F. Jenis Usaha

Menurut Murti Sumarai, Jhon Suprianto (2003), Perusahaan Perseorangan adalah perusahaan yang dimiliki, dikelola, dan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab penuh terhadap semua risiko dan aktivitas perusahaan. Dalam mendirikan sebuah usaha, maka pengusaha harus memiliki jenis usaha yang akan digunakan ke depannya. Pada kesempatan ini penulis akan menggunakan jenis usaha yaitu Perseorangan. Jenis usaha Perseorangan merupakan usaha yang didirikan oleh satu orang. Perusahaan dikelola dan diawasi oleh satu orang yang bertanggung jawab penuh yang mana seluruh keuntungan dinikmati sendiri tanpa membagi keuntungan dengan orang lain. Penulis melibatkan anggota keluarga terdekat untuk mendukung operasional di dalam perusahaan.

G. Aspek Legalitas

Menurut ahli hukum, Munir Fuady mengatakan bahwa Hukum Bisnis merupakan suatu perangkat atau kaidah hukum termasuk upaya penegakannya yang mengatur mengenai tata cara pelaksanaan urusan atau aktivitas dagang, industri, atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa dengan menempatkan uang dari para *enterpeneur* dalam risiko tertentu dengan usaha tertentu dengan motif untuk mendapatkan keuntungan. Sebuah perusahaan yang dari berbagai jenis usaha yang berbadan hukum harus meminta izin dari pihak berwenang dan berwajib. Karena tujuan dalam membangun usaha adalah mencari keuntungan. Aspek legalitas atau aspek hukum merupakan syarat hukum yang harus dipenuhi oleh suatu usaha agar dapat diakui kesahannya dan dapat beroperasi secara legal di wilayah usaha tersebut.

Berikut jenis-jenis perizinan yang perusahaan perlu lakukan :

a. Izin Lokasi

1. Sertifikat tanah.
2. Bukti pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan.
3. Surat Keterangan Domisili Perusahaan didapatkan dengan meminta surat pengantar dari RT/RW, Kecamatan/Kelurahan

b. Izin Usaha Dagang

1. Akta pendirian usaha Perseorangan dari notaris setempat.
2. Surat Izin Tempat Usaha (SITU)/ Izin Ganggu (HO) dari pemda setempat

3. NPWP melalui kantor Pelayanan Pajak setempat.
4. Surat Izin Usaha Perdagangan dengan mengajukan permohonan ke Dinas Kabupaten atau Kota setempat.

Adapun produk atau usaha kita dapat diakui legal dan resmi apabila sudah memiliki :

- a. Halal MUI
- b. BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan)
- c. P-IRT atau Pangan Industri Rumah Tangga
- d. Surat Penyuluhan
- e. Standar Nasional Indonesia (SNI)
- f. Standar Kualitas (ISO 22000 dan HACCP)

c. Izin Ganggu

1. Mengisi formulir permohonan.
2. Surat pernyataan dari tetangga sekitar. Minimal 1 tetangga di kanan, kiri, depan, dan belakang.
3. Surat Pernyataan yang diketahui oleh kepala desa setempat.
4. Fotokopi surat Izin Mendirikan Bangunan(IMB).
5. Fotokopi surat keterangan bukti hak tanah atau surat keterangan status tanah.
6. Fotokopi akta pendirian perusahaan.
7. Fotokopi KTP dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
8. Fotokopi PBB yang sudah lunas setahun terakhir.
9. Fotokopi Upaya Pengelolaan Lingkungan Hidup-Upaya Pemantauan Lingkungan Hidup (UK-UPLH)

BAB II

ASPEK PRODUK

A. Daftar dan Deskripsi Produk

Menurut Produk M. Anang Firmansyah (2019:2) pengertian produk ialah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. ‘Your Choux’ merupakan bisnis yang berfokus pada satu jenis *pastry* sebagai produk utama yang dijual kepada pembeli. Produk berbasis *pate a choux* akan dibuat menjadi berbagai jenis di antaranya, *choux au craquelin*, *eclair*, dan *paris brest* yang kemudian dijual secara satuan, paket, hingga *custom* untuk kue ulang tahun atau berbagai acara. Pemesanan satuan ini berupa pembelian dalam 4 *pieces* atau 9 *pieces* dalam sekali pembelian dan dapat memilih varian rasa yang diinginkan. Untuk pemesanan secara paket ini berupa *bundle*, yang di mana konsumen dapat membeli *choux* bersamaan dengan produk lain dengan potongan harga yang telah ditentukan. Sementara pemesanan *custom* diperuntukkan untuk memberi kebebasan kepada pelanggan membuat desain kue dari *choux* sesuai perayaan acara atau hamper yang konsumen butuhkan dengan batasan dan ketentuan produk dan harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.

Selain menjual *choux*, penulis juga memberikan opsi kepada konsumen dengan menjual *chiffon cake* dalam bentuk *whole*. Ini bertujuan sebagai produk pengalih dari fokus konsumen pada produk utama. *Chiffon cake* memiliki

tekstur kue yang lembut dan ringan di mulut dengan memberikan variasi rasa seperti pandan, *original*, *chocolate* dan sebagainya. Penulis juga berinisiatif menjual teh buah dengan menggunakan sirup alami *homemade* dan potongan buah asli dikemas di dalam bentuk botol yang kekinian.

Menjadi perhatian penuh penulis dalam menentukan penggunaan bahan-bahan pada produk 'Your Choux' dengan harga yang terjangkau namun dapat menghasilkan kualitas produk yang premium. Sehingga produk dapat dinikmati oleh berbagai kalangan usia dan pendapatan konsumen untuk mendapatkan pengalaman menikmati produk 'Your Choux' sebagai pembeda dengan para pesaing.

TABEL 2.1
DESKRIPSI PRODUK ‘YOUR CHOUX’

No.	Nama Produk	Bahan	Penilaian Produk
1	<i>Choux Au Craquelin</i>	Tepung terigu, air, butter, telur, gula pasir, garam, <i>brown sugar</i> , susu cair, maizena, <i>whipping cream</i>	Tekstur : Bagian luar renyah dari <i>craquelin</i> dan lembut di bagian dalam, manis, <i>creamy</i> . Penampilan : Berbentuk satuan dan paket
2	<i>Eclair</i>	Tepung terigu, air, butter, telur, gula pasir, garam, <i>brown sugar</i> , susu cair, maizena, <i>whipping cream</i>	Tekstur : Bagian luar renyah dari <i>craquelin</i> dan lembut di bagian dalam, manis, <i>creamy</i> . Penampilan : Berbentuk satuan dan paket
3	<i>Paris brest</i>	Tepung terigu, air, butter, telur, gula pasir, garam, <i>brown sugar</i> , susu cair, maizena, <i>whipping cream</i>	Tekstur : Bagian luar renyah dari <i>craquelin</i> dan lembut di bagian dalam, manis, <i>creamy</i> . Penampilan : Berbentuk satuan
2	<i>Chiffon</i>	Tepung terigu, gula pasir, <i>baking powder</i> , garam, telur, air, minyak	Tekstur : Lembut, <i>foamy, soft</i> , rasa manis. Penampilan : Disajikan dalam bentuk satu <i>whole</i> .
3	<i>Teh Buah</i>	Teh, sirop mint, sirop buah, potongan buah, daun mint, perasan lemon, air	Tekstur : <i>Light</i> , manis, sensasi segar dari daun <i>mint</i> , rasa asam dari buah dan lemon. Penampilan : Dikemas dalam botol plastik almond, diberi potongan buah, daun mint, dan irisan lemon.

Sumber : Olahan penulis, 2023

GAMBAR 2.1
CONTOH DESAIN MENU



Sumber : Olahan penulis, 2023

B. Analisis Keunggulan Produk

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. (Daga, 2017, hal. 32) Pada produk yang akan dijual ‘Your Choux’ akan memiliki keunggulan. Baik itu dari segi rasa, penampilan, hingga cara penyajian atau kemasan yang digunakan.

‘Your Choux’ merupakan toko kue berbasis *choux* di Bandung Raya. Toko kue ini berencana menggunakan sistem *custom “choux decoration”*

menyesuaikan dengan permintaan pelanggan. ‘Your Choux’ menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dan premium.

C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi

Rancangan kapasitas berkenaan dengan seberapa besar jumlah produk yang akan dihasilkan. Demikian pula penyimpanan bahan dan produk yang dihasilkan harus terpisah. Kapasitas merupakan kemampuan suatu alat atau fasilitas dalam menjalankan fungsinya dalam periode waktu tertentu. (Utama, Gani, Jaharuddin, & Priharta, 2019, hal. 92)

Dalam sebuah perencanaan usaha, maka menentukan kapasitas menjadi hal paling mendasar untuk mempermudah kelancaran proses produksi. Kapasitas merupakan jumlah dan target produk yang akan diproduksi berdasarkan jumlah permintaan yang wajib dipenuhi dengan fasilitas produksi yang ada. Pada poin ini akan menentukan syarat modal dan mempengaruhi penentuan sebagian besar biaya.

a. Kapasitas Efektif

Kapasitas yang dapat dicapai melalui sebuah sistem atau kesanggupan dalam kondisi keterbatasan yang dimilikinya. Kapasitas efektif biasanya kurang optimal atau terbilang rendah karena fasilitas yang telah dibuat untuk produk sebelumnya. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi yaitu rancangan produk, dorongan motivasi dari tenaga kerja, kualitas bahan, perawatan mesin produksi, serta rencana pekerjaan.

b. Kapasitas Desain

Kapasitas ini merupakan kemampuan maksimum yang dapat dicapai dari suatu alat secara teoritis. Dengan demikian kapasitas sebuah fasilitas perusahaan dalam menghasilkan produk bergantung pada rancangan kondisi yang ideal dari sistem itu sendiri.

c. Kapasitas Efisien

Kapasitas efisiensi ialah suatu perbandingan antara kapasitas yang dihasilkan perusahaan berupa *output* aktual dengan kapasitas efektif. Kapasitas ini untuk menilai seberapa bagus kesanggupan fasilitas atau mesin pada saat dioperasikan.

Sebuah perusahaan perlu memperhitungkan kapasitas dan rencana produksi karena menjadi elemen penting di dalam perusahaan. Dalam menentukan kapasitas produk, dimulai dari tahap mendata bahan-bahan dari produk yang akan dijual, kemudian memperhitungkan harga bahan, Sehingga dapat menyesuaikan jumlah produksi dengan tenaga kerja yang ada.

Penulis berencana menyediakan 3 orang karyawan yang akan membantu operasional 'Your Choux' di antaranya, 1 orang admin, 1 orang staff produksi, 1 orang kurir. 'Your Choux' akan menerima pemesanan di jam 09.00 WIB hingga jam 18.00 WIB selama 9 jam beroperasi. Untuk staff produksi diwajibkan datang satu jam lebih awal untuk mempersiapkan produk, *choux* akan diproduksi secara *fresh* setiap harinya dan akan ada *happy hour* di jam 13.00 WIB sampai 14.00 WIB untuk mengurangi produk yang terbuang.

TABEL 2.2

Rincian Alat

No.	Nama Barang	Kapasitas Mesin	Waktu Produksi	Jumlah Produksi	Gambar
1	Standing Mixer	4 liter 300 watt	15 menit	4 rec @80pcs	
2	Oven Gas	2 tray	30 menit	18 pcs	
3	Digital Scale	5 kg	-	-	
4	Scale	2,25 kg	-	-	
5	Stove	2 tungku	-	-	
6	Refrigerator	2 pintu @ 272 L 70 watt	-	100 pcs	
7	Stock pot	2 pcs @4,5 L	30 menit	3 rec @60 pcs	
8	Dispenser	3 keran 1 L air panas, 350 watt 1 L air dingin, 80 watt	-	-	

Sumber : Olahan penulis, 2023

Berikut target penjualan dari 'Your Choux' :

TABEL 2.3
Target Penjualan Produk (Perhari, Perbulan, dan Tahunan)

No.	Jenis Produk	Harian	Bulanan	Tahunan
1	Choux au craquelin	30 pcs	750 pcs	9.000 pcs
2	Eclair	20 pcs	500 pcs	6.000 pcs
3	Paris brest	2 pcs	50 pcs	600 pcs
4	Chiffon	3 pcs	75 pcs	720 pcs
5	Teh buah	10 pcs	200 pcs	900 pcs
JUMLAH		65 pcs	1.575 pcs	17.220 pcs

Sumber : Olahan penulis, 2023

Berdasarkan pada data tabel penjualan di atas, untuk target penjualan harian penulis akan menjual sebanyak 65 pcs produk per hari, sebanyak 1.575 pcs produk yang akan dijual per bulan dan di produksi selama 25 hari, dan akan menjual 17.220 pcs produk per tahunnya selama 12 bulan hari kerja.

D. Penyajian dan Kemasan Produk

Kemasan merupakan “bagian lain dari produk yang juga memiliki peran penting. Kemasan memiliki banyak tujuan yakni di antaranya menyampaikan fungsi, pelindung terhadap produk yang ditawarkan, digunakan untuk meningkatkan gengsi bagi konsumen melalui desain kemasan yang mahal secara otomatis akan menaikkan status kelas sosial bagi penggunanya.” (Nitisusastro 2009)

Menjadi hal pertama yang akan dilihat oleh konsumen selain produk, kemasan juga menjadi daya tarik kepada konsumen. Bentuk fisik kemasan didesain menyesuaikan produk yang akan jual, adapun beberapa aspek yang perlu diperhatikan yaitu bahan yang digunakan kemasan menyesuaikan pada kondisi makanan, ukuran dimensi kemasan berdasarkan bentuk produk dan ketahanan kemasan untuk menjaga produk yang dibawa agar tetap stabil dan tidak berantakan akibat terkena guncangan.

‘Your Choux’ berencana menggunakan beberapa jenis kemasan, yaitu di antaranya *box* berbahan karton berukuran 14 x 14 x 7 cm, *box* karton berukuran 21 x 8 x 4 cm, *box* karton yang berukuran 20 x 20 x 7 cm, *box* karton berukuran 12 x 12 x 15 cm, botol *almond* berkapasitas 250 ml dan *totebag*.

TABEL 2.4
CONTOH PENGEMASAN

No.	Gambar	Ukuran	Keterangan
1		14 x 14 x 7 cm	Kemasan untuk 4 pcs <i>choux</i> atau <i>eclair</i>
2		21 x 8 x 4 cm	Kemasan untuk 9 pcs <i>eclair</i>
3		20 x 20 x 7 cm	Kemasan untuk 9 pcs <i>choux</i> , <i>eclair</i> , <i>paris brest</i>
4		12 x 12 x 15 cm	Kemasan untuk <i>chiffon cake</i>
5		Diameter 5,1 cm Tinggi botol 15,4 cm Berat tanpa tutup 18 gr Kapasitas 250 ml	Kemasan untuk teh buah
6		22 x 21 x 25 cm	<i>Paper bag</i> untuk semua jenis <i>choux</i> dan <i>chiffon</i>

Sumber : Olahan penulis, 2023

E. Mekanisme Quality Check

Menurut Dr. K. Ishikawa (1976), *quality control* ialah suatu kegiatan meneliti, mengembangkan, merancang, dan juga memenuhi kepuasan konsumen, dalam memberikan pelayanan yang baik maka dalam pelaksanaannya akan melibatkan kegiatan beberapa pihak dalam perusahaan mulai dari pimpinan teratas sampai karyawan.

Quality check atau lebih *familiar* dengan *quality control* merupakan pengendalian terhadap kualitas dan konsistensi pada suatu produk atau jasa oleh perusahaan kepada tenaga kerja maupun barang yang dihasilkan. Bertujuan untuk menanggulangi kegagalan dan kerusakan produk agar tetap sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan.

Di bawah ini adalah contoh dari *quality control* ‘Your Choux’ :

TABEL 2.5
QUALITY CONTROL

No.	Jenis QC	Keterangan
1	Sumber Daya Manusia (SDM)	Memberikan evaluasi, motivasi, serta pelatihan <i>soft skill</i> kepada pekerja selama 3 bulan sekali.
		Mengawasi proses produksi produk ‘Your Choux’.
2	Operasional dan Produksi	Melakukan <i>quality check</i> rutin di area produksi dalam menerapkan <i>hygiene</i> dan sanitasi.
		Melakukan pengecekan pada kebersihan pekerja.
		Rutin memeriksa bahan-bahan produksi secara berkala, memastikan tanggal kadaluwarsa agar tidak ada bahan yang terbuang.
3	Pengemasan	Memeriksa kondisi kemasan untuk memastikan tidak rusak atau cacat.
		Mengecek standar kemasan sesuai dengan syarat yang telah ditentukan.
		Memastikan tidak ada kekurangan pada kemasan.
4	Pelayanan	Selalu memberikan pelayanan yang ramah, menerima <i>feedback</i> dan saran kritik dari konsumen.

Sumber : Olahan penulis, 2023

BAB III

RENCANA PEMASARAN

Perencanaan pemasaran merupakan sebuah proses sistematis dalam merancang dan mengkoordinasi keputusan pemasaran. Rencana pemasaran ini memberikan fokus bagi pengumpulan informasi, format bagi penyebarluasan informasi, dan struktur bagi pengembangan dan pengkoordinasian respon strategik dan taktikal perusahaan. (Napitupulu, Tapiomas, & Tobink, 2010, hal. 23)

Penjualan menjadi bagian dari promosi dan promosi menjadi salah satu bagian dari sistem pemasaran untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya, dengan merancang strategi pemasaran. Seorang pengusaha harus peka terhadap bagaimana cara dalam mempromosikan produknya dan dapat memperhitungkan konsistensinya untuk melakukan pengembangan terhadap produk yang sedang marak di kalangan masyarakat.

A. Riset Pasar (Segmen, Target, *Positioning*)

Riset pasar adalah sebuah cara untuk melihat pasar dengan mengumpulkan data dari sumber nyata, dengan dianalisis sesuai dengan teori yang ada, dan menyimpulkan dari temuan yang telah dikumpulkan sebelumnya. (Hidayat, 2020, hal. 30)

Pasar dapat meliputi usia, pekerjaan, tempat tinggal, kebutuhan pasar, posisi bisnis dengan para kompetitor dan masih banyak lagi yang di mana akan menjadi bahan acuan untuk menentukan pemasaran yang layak bagi produk

kita agar lebih dikenal di kalangan masyarakat yang sudah menjadi target pasar untuk dijadikan sebuah peluang.

1. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar dapat didefinisikan sebagai proses membagi pasar menjadi irisan-irisan konsumen yang khas yang mempunyai kebutuhan atau sifat yang sama dan kemudian memilih satu atau lebih segmen yang akan dijadikan sasaran bauran pemasaran yang berbeda. (Napitupulu, Tapiomas, & Tobink, 2010, hal. 207)

Tujuan dari segmentasi pasar ini ialah untuk merincikan target pasar, memberikan pelayanan yang efektif, jenis pemasaran yang digunakan dan sebagai evaluasi target dan rencana bisnis.

Segmentasi pasar ‘Your Choux’ terbagi ke dalam 4 kelompok yaitu

a. Segmentasi Geografis

Perusahaan dapat beroperasi di satu atau beberapa daerah atau tetap beroperasi di seluruh daerah sambil tetap memberikan perhatian pada variasi lokal. (Saleh & Said, 2019, hal. 59)

Segmentasi geografis untuk ‘Your Choux’ mengambil konsumen yang berdomisili di wilayah Bandung Raya yang terdiri dari Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, Kota Cimahi, hingga Kabupaten Sumedang.

b. Segmentasi Demografis

Variabel demografis mengungkapkan kecenderungan yang memberikan isyarat berbagai peluang bisnis, seperti pergeseran

usia, jenis kelamin, dan distribusi penghasilan. (Napitupulu, Tapiomas, & Tobink, 2010, hal. 209)

Segmentasi demografis untuk 'Your Choux' ialah wanita dan pria, pelajar dan mahasiswa juga kelompok pekerja muda yang sering menghabiskan waktu di *cafe* dan menyukai makanan yang manis. Dengan rentang usia 18-25 tahun untuk mahasiswa dan 25-45 tahun untuk kalangan pekerja yang memiliki di atas Rp 3.000.000,-. Juga ibu rumah tangga muda yang memiliki anak di usia 5-10 tahun.

c. Segmentasi Psikografis

Dalam segmentasi psikografis, pembeli dibagi menjadi berbagai kelompok berdasarkan sifat psikologis/ kepribadian, gaya hidup, atau nilai. (Saleh & Said, 2019, hal. 63)

Pada segmentasi ini konsumen 'Your Choux' yaitu merupakan generasi millennial dan gen z yang cenderung mengikuti perkembangan zaman dan *tren* terbaru, khususnya produk *pastry* yang kekinian. Memiliki kebiasaan memesan makanan melalui *aplikasi* dan di antar langsung ke rumah.

d. Segmentasi Perilaku

Menurut Saleh dan Said (2019, hal. 65) segmentasi perilaku ialah pemasar membagi pembeli menjadi beberapa kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan, atau respons terhadap sebuah produk. Yaitu kelompok konsumen yang cenderung memiliki yang jadwal padat dan lebih memilih melakukan pesan

antar makanan. Dan juga konsumen 'Your Choux' yang suka membawakan hadiah atau *hampers* kepada kerabat berupa kue ulang tahun yang unik ataupun hidangan pastry seperti *choux au craquelin*, *eclair*, dan *paris brest*.

2. Target Pasar

Menurut William J. Starton dan Y. Lamarto (1984) dalam buku Prinsip Pemasaran, ada beberapa petunjuk dalam menyeleksi pasar yang harus diikuti manajemen. Pertama, pasar sasaran harus berhubungan erat dengan citra dan tujuan organisasi. Kedua, mencocokkan peluang pemasaran dengan sumber daya perusahaan. Maka dapat disimpulkan, bahwa dalam penentuan target pasar dilakukan secara detail dan terperinci agar konsumen yang dituju sesuai dengan produk yang perusahaan tawarkan.

Target pasar ditentukan berdasarkan kelompok konsumen yang tertarik dan membutuhkan produk yang akan dijual. Seleksi konsumen akan mempengaruhi bauran pemasaran perusahaan terutama terhadap citra positif, perlu diperhatikan dengan baik-baik dan diidentifikasi secara spesifik untuk menargetkan bakal calon konsumen yang tepat dengan produk atau jasa yang akan dipasarkan.

Pada target pasar, 'Your Choux' menargetkan pelajar dan mahasiswa yang berusia 18-25 tahun dan pekerja muda usia 26-45 tahun dengan penghasilan rata-rata di atas Rp 3.000.000, juga ibu rumah tangga

muda yang memiliki anak usia 5-10 tahun yang cenderung lebih menyukai berbelanja *online* dan memiliki gaya hidup yang serba praktis dari golongan konsumen menengah ke atas.

3. Positioning

Menurut Kartajaya (2007), “*positioning* sebagai upaya mengarahkan pelanggan secara kredibel”. *Positioning* menjadi poin penentu eksistensi nama bisnis, produk yang dihasilkan dan citra perusahaan pada benak konsumen sehingga menjadi sebuah alasan keberadaannya sebuah perusahaan.

Konsep dari *positioning* ‘Your Choux’ adalah menjual produk *pastry* berbasis *choux* yang juga menyediakan *custom choux decoration* 3 dimensi untuk perayaan besar maupun acara penting dengan bahan premium, rasa yang enak dan penampilan yang unik untuk golongan konsumen menengah ke atas.

B. Validasi Market Fit

Menurut Anang Firmasyah (2019, hal. 202) Pengambilan Keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa, konsumen dapat melakukan evaluasi untuk melakukan pemilihan produk atau jasa. Evaluasi dan pemilihan yang digunakan akan menghasilkan suatu keputusan. Validasi dapat dilaksanakan dengan membagikan kuesioner dapat berupa lembaran tabel penilaian hingga melalui *link* digital kepada para konsumen untuk menyesuaikan produk yang ‘Your Choux’ berikan sesuai dengan target yang dibidik. Untuk memvalidasi produk ‘Your Choux’, penulis membagikan kuesioner kepada 46 konsumen

untuk melihat tingkat minat dan ketertarikan konsumen pada produk atau jasa yang ditawarkan dan melihat potensi pasar dari produk atau jasa serupa. Berikut di bawah ini data kuesioner yang sudah dikumpulkan:

TABEL3.1
Validasi *Market Fit* ‘Your Choux’, N = 46

No.	Pertanyaan	Keterangan	Jumlah	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Jenis kelamin	Laki-laki	9	19,6 %
		Perempuan	37	80,4%
2	Berapa usia anda saat ini?	<18 thn	2	4,3%
		18-25 thn	20	50%
		25-35 thn	2	4,3%
		>35 thn	19	41,3%
3	Pekerjaan anda saat ini?	Pelajar	2	4,3%
		Mahasiswa	16	34,8%
		Karyawan	14	30,4%
		Ibu rumah tangga	14	30,4%
4	Dimana domisili anda saat ini?	Kota Bandung	17	37%
		Kota Cimahi	7	15,2%
		Kabupaten Bandung	5	10,9%
		Kabupaten Bandung Barat	12	21,6%
		Kabupaten Sumedang	0	0%
		Kalimantan Selatan	1	2,2%
		Kalimantan Timur	1	2,2%
		Tangerang Selatan	1	2,2%
		Sidoarjo	1	2,2%
Purwakarta	1	2,2%		
5	Alasan anda melakukan pembelian makanan secara <i>online</i> ..	Harga yang lebih murah	10	21,7%
		Menghemat waktu	27	58,7%
		Pelayanan yang diberikan	7	15,2%
		Dapat diantar kemana saja	34	73,9%
		Pilihan menu yang ditawarkan	13	28,3%

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Dari mana Anda mengetahui 'Your Choux'?	Media sosial	13	28,9%
		Keluarga	12	26,7%
		Teman	20	44,4%
8	Apakah ada varian produk 'Your Choux' yang ingin anda coba?	<i>Choux au craquelin</i>	4	13,3%
		<i>Eclair</i>	3	10%
		<i>Paris brest</i>	10	33,3%
		<i>Chiffon cake</i>	6	20%
		Teh Buah	1	3,3%
		<i>Custom choux</i> untuk hampers atau kado	6	20%
9	Apakah anda menyukai produk 'Your Choux'?	Sangat suka	8	50%
		Suka	8	50%
		Tidak suka	0	0%
10	Apakah anda tertarik dengan toko <i>online choux</i> atau aneka kue sus yang menggunakan konsep <i>custom cake</i> ?	Tertarik	28	93,3%
		Tidak tertarik	2	6,7%
11	Berapa uang yang dikeluarkan dalam membeli produk 'Your Choux'?	35.000-50.000	22	47,9%
		50.000-150.000	24	53,2%
		150.000-250.000	0	0%
		>250.000	0	0%

Sumber : Olahan penulis, 2023

Berdasarkan data survei dari kuesioner yang sudah diberikan kepada 46 konsumen berstatus pelajar, mahasiswa, karyawan yang berusia 18-45 tahun, dan ibu rumah tangga, penulis dapat melakukan evaluasi dari data yang terkumpul sebagai berikut:

1. Berdasarkan survei jenis kelamin konsumen 'Your Choux' didominasi oleh perempuan dengan total 80,4% dari 37 orang dan laki-laki sebanyak 9 orang dengan total 19,6%.
2. Rentang usia konsumen 'Your Choux' terdiri dari usia di bawah 18 tahun 4,3%, 18-25 tahun 50%, 25-35 tahun sebesar 4,3% dan usia 35 tahun ke atas sebanyak 41,3%. Disimpulkan konsumen 'Your Choux' paling banyak berada di usia 18-25 dan usia 35 ke atas.

3. Jenis pekerjaan konsumen 'Your Choux' adalah pelajar 4,3%, mahasiswa 30,4%, karyawan 30,4% dan ibu rumah tangga 34,8%. Dapat ditarik kesimpulan bahwa konsumen 'Your Choux' terdiri dari mahasiswa, karyawan dan ibu rumah tangga.
4. Sebanyak 37 % atau 17 orang berdomisili Kota Bandung, 15,2% atau 7 orang berdomisili Kota Cimahi, 26,1% atau 12 orang berdomisili di Kabupaten Bandung Barat, 10,9% atau 5 orang berdomisili di Kabupaten Bandung dan 11% berdomisili di luar wilayah Bandung.
5. Berdasarkan dari hasil survei alasan konsumen melakukan pembelian makanan secara *online* sebanyak 21,7% memilih karena harga lebih murah, sebanyak 58,7% memilih menghemat waktu, 15,2% memilih pelayanan yang diberikan, 73,9% memilih dapat diantar kemana saja, dan sebanyak 28,3% memilih pilihan menu yang ditawarkan. Maka dapat disimpulkan alasan yang paling banyak konsumen melakukan pembelian makanan secara *online* ialah karena dapat diantar kemana saja dan dapat menghemat waktu.
6. Pada data survei, hasil menunjukkan jika konsumen mengetahui 'Your Choux' sebanyak 28,9% melalui media sosial, sebanyak 26,7% dari keluarga dan adapun dari teman sebesar 44,4%. Dapat disimpulkan jika konsumen mengetahui 'Your Choux' paling banyak melalui teman, maka hal ini berpengaruh pada strategi pemasaran pada promosi produk karena termasuk pemasaran dengan metode *word of mouth marketing*.
7. Pada varian produk 'Your Choux' yang paling diminati konsumen memilih *paris brest* sebanyak 33,3%, pada posisi kedua sebanyak 20% memilih

chiffon cake dan *custom choux*, kemudian sebanyak 13,3% memilih *choux au craqueulin*, adapun yang memilih *eclair* sebanyak 10% dan terakhir memilih 3,3% pada teh buah.

8. Dari seluruh responden yang sudah mengisi kuesioner diperoleh sebanyak 50% responden menyukai produk ‘Your Choux’ dan sebanyak 50% responden sangat menyukai produk yang ‘Your Choux’ hadirkan.
9. Pada hasil survei bahwa ada sebanyak 93,3% tertarik dengan toko *online choux* atau aneka kue sus yang menggunakan konsep *custom cake* dan sebanyak 6,7% merasa tidak tertarik.
10. Uang yang akan dikeluarkan paling banyak untuk membeli produk ‘Your Choux’ adalah sebesar Rp. 35.000 – Rp. 50.000 sebanyak 47,9% dan sebesar Rp. 50.000 – Rp. 150.000 sebanyak 51,2%.

C. Kompetitor

Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. (Sari & Hasanah, 2012, hal. 96)

Melihat banyaknya kompetitor yang sejenis di Bandung Raya dan menggunakan konsep yang serupa dari sisi produk dan jenis usaha. Ini menjadi sebuah tantangan bagi pengusaha agar lebih inovatif dalam mengembangkan produk yang akan dijual. Hal ini juga bisa menjadi sebuah ancaman bagi usaha yang dijalankan penulis.

Berikut daftar toko kompetitor ‘Your Choux’:

TABEL 3.2
Daftar Toko Pesaing ‘Your Choux’

No	Nama Toko Kue	Jenis Produk	Alamat
Pesaing Langsung			
1	La'farinee	Bolu, <i>cake box, choux au craquelin, choux tower</i>	Bandung
2	Sirene Patisserie	<i>Choux au craquelin, custom choux, choux tower, egg tart, banana pudding, fruit pie, cheesecake, brownies</i>	Babakan Ciparay
3	Chokkusu.id	<i>Choux au craquelin, eclair, financier, cruchy choux with soup, lasagna, quiche, beverage</i>	Jl. Lombok No. 61, Bandung
4	Iroiro Cake by Iroiro Cafe	<i>Custom fondant cake, choux tower</i>	Taman Kopo Indah II-IIID No. 68, Bandung
Pesaing Tidak Langsung			
1	Charlottes Patisserie	<i>Choux au craquelin, custom cake, bolu jadul, cookies, marble cake, dacquoise</i>	Jl. Dr. Susilo No. 8, Pasir Kaliki, Bandung
2	Bitesme	<i>Choux tower, korean cake, character cake.</i>	Cikutra, Bandung
3	Bites Patisseri	<i>Choux, brownie, cake, choux in jar</i>	Perumahan Taman Sakura Indah, Bandung
4	Inara Patiseri	<i>Crumble soes, eclair</i>	Komplek Padasuka Indah Blok B-65 Gadobangkong, Cimahi Tengah
5	Soes Merdeka	<i>Choux classic, pastry, roti, aneka kue kering, tart dan cake.</i>	Jln. Purnawarman No. 10-12 Bandung Jl. Gegerkalong Hilir No. 106A Bandung Jl. W.R. Supratman No. 23, Cihapit, Bandung Jl. Jend. Gatot Subroto No.10 Cimahi

Sumber : Olahan penulis, 2023

Kompetitor-kompetitor dibagi menjadi 2 kategori yaitu pesaing langsung yang merupakan pesaing yang menjual produk serupa dan menggunakan konsep yang serupa, sementara pesaing tidak langsung ialah pesaing yang juga menjual produk serupa namun dengan konsep yang berbeda.

Berikut adalah penjelasan dari masing-masing pesaing langsung:

- a. La'farinee menjual produk serupa dengan 'Your Choux', namun produk *choux* yang ditawarkan hanya satu jenis. Produk yang ditawarkan yaitu bolu, *cake box*, *choux au craquelin*, *choux tower*.
- b. Sirene Patisserie menjual produk serupa juga dengan "Your Choux", namun harga yang ditawarkan cukup mahal. Produk utama Sirene Patisserie ialah *choux au craquelin* dan *choux tower* yang bisa di *custom* sesuai permintaan konsumen
- c. Chokkusu.id yang menjual produk yang sama dengan "Your Choux", variasi rasa *choux* dan *eclair* cukup banyak namun harganya cukup mahal. Chokkusu.id juga menjual *choureal* yaitu *choux cereal* menjadi produk inovasinya. Produk utamanya ialah *Choux au craquelin*, *eclair*, *financier*, *cruchy choux with soup*.
- d. Iroiro Cake by Iroiro Cafe menawarkan produk yang serupa dengan "Your Choux", variasi *choux* yang cukup banyak

Pesaing tidak langsung:

1. Charlottes Patisserie merupakan *choux* dan *cake designer* yang sudah berdiri cukup lama. Namun Charlottes Patisserie hanya menjual *choux au craquelin* dan kue ulang tahun dalam bentuk *custom.*, rasa yang ditawarkan pada *choux* tidak banyak.
2. Bitesme merupakan toko kue yang serupa dengan Charlottes Patisserie, namun tidak menawarkan *choux* dalam porsi satuan hanya menjual *custom* sama halnya dengan kue ulang tahun.

3. Bites Patisserie ialah toko kue yang menjual produk *choux*, *brownie*, *cake*. Produk inovasi mereka adalah *choux in jar* yang di mana *choux mini* di dalam toples dengan tambahan krim dan kondimen *pastry* lain. Namun tidak menjual *custom choux tower* selain di perayaan hari besar.
4. Inara Patiseri adalah toko kue yang menjual berbagai jenis *choux* dan *eclair*. Namun sama halnya dengan Bites Patisserie yang tidak menjual *choux tower* dan produk yang ditawarkan cenderung klasik dan tidak mengikuti perkembangan *choux*.
5. Soes Merdeka merupakan toko soes legendaris di Indonesia dan yang sudah berdiri paling lama. Namun cenderung lebih menjual aneka *pastry* yang klasik terutama *choux* daripada *choux* yang kekinian dan sudah banyak dimodifikasi.

D. Strategi Pemasaran

Menurut Saida Zainurossalamia (2020, hal. 29), Strategi pemasaran memadukan kegiatan-kegiatan yang menyangkut penjualan (sales), pemasaran (marketing), periklanan (advertising), humas (public relation), dan networking.

a. *Content Marketing*

Pemasaran konten bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek di antara segmen pasar sasaran dan secara otomatis meningkatkan loyalitas pelanggan pada perusahaan melalui informasi dan edukasi (Nuryakin, 2022, hal. 153). Pada *content marketing* 'Your Choux' akan membuat konten berupa sejarah dan keunikan dari setiap produk melalui *Instagram* dan *Tiktok*.

b. *Digital Ads*

Digital Ads merupakan berbagai pilihan materi iklan dan penargetan yang dapat meningkatkan efektivitas iklan, bersama dengan analitik dan metrik untuk menilai keberhasilannya (Wibowo, 2021, hal. 79). 'Your Choux' akan menggunakan *Instagram Ads*, *Facebook Ads*, dan *Titok Ads* untuk menjangkau ketertarikan konsumen melalui *postingan profil* 'Your Choux'.

c. *Free Shipping*

Free shipping ialah penjualan akan memberi layanan pengiriman gratis atau tidak membebankan ongkos pengiriman barang yang dibeli pembeli (Napitupulu, Tapiomas, & Tobink, 2010, hal. 132).

‘Your Choux’ menggunakan pemasaran ini dengan ketentuan produk dan akan diberikan pada hari belanja *online* nasional.

d. *Transaksional*

Transaksional adalah cenderung berfokus terhadap mendapatkan konsumen dan meningkatkan pangsa pasar tanpa mengembangkan strategi retensi konsumen. (Napitupulu, Tapiomas, & Tobink, 2010, hal. 34)

‘Your Choux’ sendiri akan memberikan diskon dan promosi dalam bentuk paket atau *bundle* berupa *choux* atau *eclair* yang dikombinasikan dengan minuman atau *chiffon* maupun *paris brest* pada perayaan hari besar dan hari belanja *online* nasional.

E. Media Pemasaran

a. Media Pemasaran

Media juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk dan saluran yang dapat digunakan dalam suatu proses penyajian informasi. (Firmansyah, 2019, hal. 274)

Media bisa menggunakan media cetak berupa brosur, banner, dan iklan di koran atau majalah, bisa juga berupa media sosial yang dimana dengan kemajuan teknologi jaman sekarang dan berbagai informasi dapat dimuat dalam satu perangkat yaitu iklan melalui *Facebook*, *Instagram*, dan *Tiktok* yang sudah menjadi media yang sering digunakan.

‘Your Choux’ akan berfokus pada promosi melalui media sosial karena usaha ini didirikan secara *online store* dan rata-rata semua kalangan sudah banyak yang melek teknologi terutama media sosial. Penulis akan

menggunakan iklan berbayar pada aplikasi *Instagram*, *Facebook*, dan *Tiktok Ads*. Media promosi ini dapat memiliki fitur target market yang rinci dan spesifik, sehingga memudahkan menjangkau konsumen untuk mengunjungi *profile* bisnis ‘Your Choux’ pada aplikasi tersebut.

Berikut merupakan contoh konten yang akan dimuat di aplikasi *Instagram Business*, *Halaman Facebook*, dan *Tiktok* ‘Your Choux’:

Gambar 3.1 *Instagram dan Facebook Story*



Sumber : Olahan Penulis, 2023

Gambar 3.2 Instagram Feed



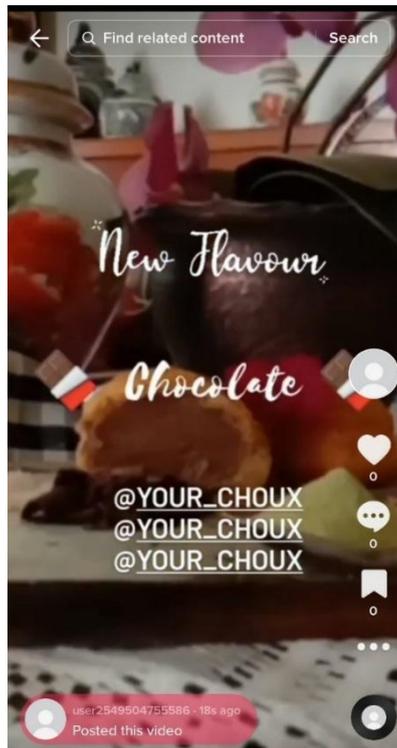
Sumber : Olahan Penulis, 2023

Gambar 3.3 Facebook Feed



Sumber : Olahan Penulis, 2023

Gambar 3.4 Tiktok Feed

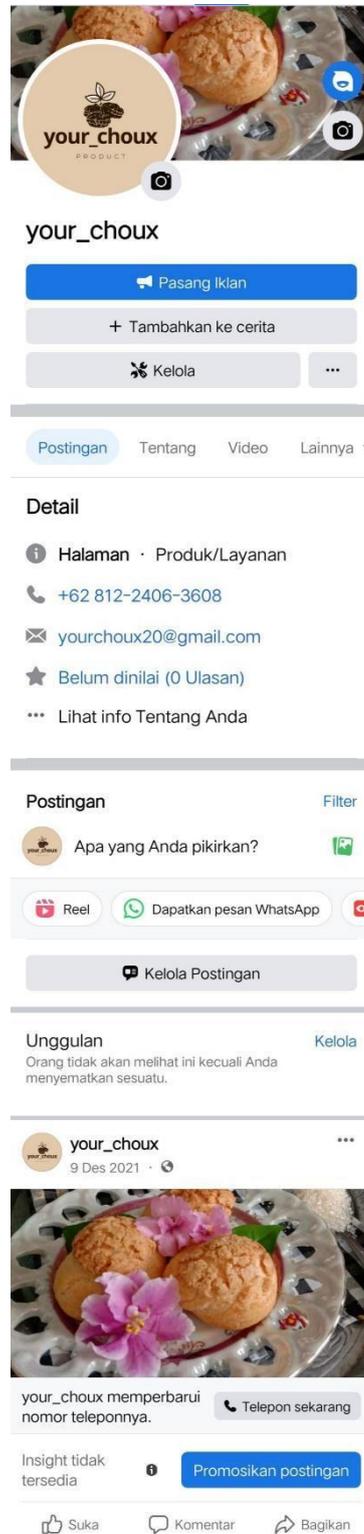


Sumber : Olahan Penulis, 2023

Pada contoh konten desain pertama adalah pengumuman *open order* kepada konsumen yang diunggah melalui *story Instagram Business* ‘Your Choux’. Konten juga diisi dengan membuat *question box* agar dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan secara menyeluruh. Untuk desain konten kedua, akan diunggah produk serta edukasi produk untuk konsumen yang masih awam dan juga mengucapkan perayaan hari besar Indonesia.

Pada desain konten ketiga tidak jauh berbeda dengan *feed* dan *story Instagram* karena *feed Facebook* akan terhubung langsung dengan unggahan yang ada di *Instagram*. Untuk desain konten keempat, akan menyajikan konten berupa *video cinematic* dengan dibumbui tren konten yang sedang *viral* di kalangan masyarakat.

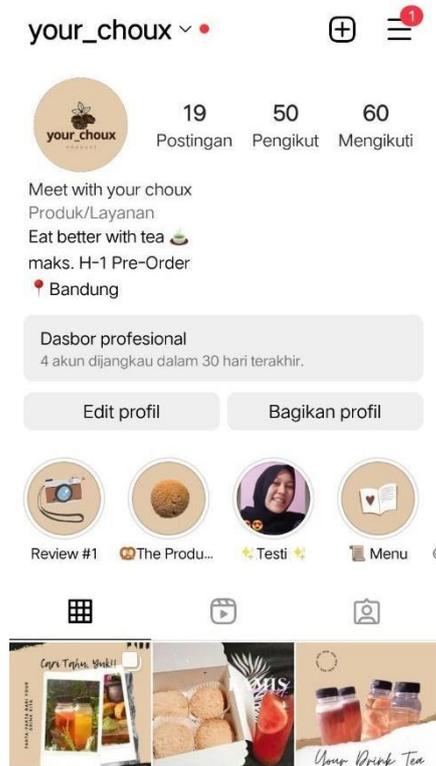
Gambar 3.5 Halaman *Feed Facebook*



The image shows a screenshot of the Facebook profile page for 'your_choux'. At the top, there is a profile picture of a round cake on a decorative stand, with a circular logo overlay that says 'your_choux PRODUCT'. To the right of the profile picture are icons for messaging, video, and a camera. Below the profile picture, the name 'your_choux' is displayed. Underneath the name are three buttons: 'Pasang Iklan' (blue), '+ Tambahkan ke cerita' (grey), and 'Kelola' (grey) with a three-dot menu icon. Below these buttons is a navigation bar with tabs for 'Postingan', 'Tentang', 'Video', and 'Lainnya'. The 'Detail' section follows, showing 'Halaman · Produk/Layanan', a phone number '+62 812-2406-3608', an email address 'yourchoux20@gmail.com', and a note 'Belum dinilai (0 Ulasan)'. Below this is a 'Postingan' section with a 'Filter' button and a post that says 'Apa yang Anda pikirkan?'. There are also buttons for 'Reel', 'Dapatkan pesan WhatsApp', and 'Kelola Postingan'. The 'Unggulan' section is empty, with a note 'Orang tidak akan melihat ini kecuali Anda menyematkan sesuatu.'. Below this is a post from 'your_choux' dated '9 Des 2021', featuring a photo of a round cake on a decorative stand with pink flowers. The post text says 'your_choux memperbarui nomor teleponnya.' and includes a 'Telepon sekarang' button. At the bottom of the post, there is an 'Insight tidak tersedia' notice and a 'Promosikan postingan' button. The post interaction bar shows 'Suka', 'Komentar', and 'Bagikan' buttons.

Sumber : Halaman *Facebook* 'Your Choux' (@your_choux), 2023.

Gambar 3.6 Halaman *Feed Instagram*



Sumber : *Instagram* 'Your Choux' (@your_choux), 2023.

Di atas merupakan gambaran konten dari tampak depan dari contoh konten 'Your Choux'.

b. Biaya Media Promosi

Berikut merupakan tabel biaya promosi yang dibutuhkan ‘Your Choux’ pada rencana kegiatan promosi tersebut:

TABEL 3.3
Biaya Pemasaran ‘Your Choux’

Bulan	Kegiatan	Media Promosi	Biaya	Total
Januari	Pemasangan Iklan	<i>Instagram Ads, Facebook Ads, dan Tiktok Ads</i>	Rp 300.000	Rp 800.000
	Promo Imlek	<i>Instagram feed & story, Facebook feed, dan video Tiktok</i>	Rp 500.000	
Februari	Pemasangan Iklan	<i>Instagram Ads, Facebook Ads, dan Tiktok Ads</i>	Rp 300.000	Rp 800.000
	Promo Valentine	<i>Instagram feed & story, Facebook feed, dan video Tiktok</i>	Rp 500.000	
Maret	Pemasangan Iklan Promo Ramadan dan Hari Raya Idul Fitri	<i>Instagram feed & story, Facebook feed, dan video Tiktok</i>	Rp 600.000	Rp 600.000
April	Pemasangan Iklan	<i>Instagram Ads, Facebook Ads, dan Tiktok Ads</i>	Rp 300.000	Rp 800.000
	Promo Hari Paskah	<i>Instagram feed & story, Facebook feed, dan video Tiktok</i>	Rp 500.000	
Mei	<i>Endorsement Selebgram</i>	<i>Instagram feed & story, Facebook feed, dan video Tiktok</i>	Rp 500.000	Rp 500.000
Juni	Pemasangan Iklan	<i>Instagram Ads, Facebook Ads, dan Tiktok Ads</i>	Rp 100.000	Rp 100.000
Juli	Pemasangan Iklan	<i>Instagram Ads, Facebook Ads, dan Tiktok Ads</i>	Rp 100.000	Rp 100.000
Agustus	Pemasangan Iklan Promo Hari Kemerdekaan	<i>Instagram Ads, Facebook Ads, dan Tiktok Ads</i>	Rp 300.000	Rp 800.000
	Promo 17 Agustus	<i>Instagram feed & story, Facebook feed, dan video Tiktok</i>	Rp 500.000	
September	<i>Endorsement Selebgram</i>	<i>Instagram feed & story, Facebook feed, dan video Tiktok</i>	Rp 500.000	Rp 500.000
Oktober	Pemasangan Iklan	<i>Instagram Ads, Facebook Ads, dan Tiktok Ads</i>	Rp 100.000	Rp 100.000
November	Pemasangan Iklan	<i>Instagram Ads, Facebook Ads, dan Tiktok Ads</i>	Rp 100.000	Rp 100.000
Desember	Pemasangan Iklan	<i>Instagram Ads, Facebook Ads, dan Tiktok Ads</i>	Rp 300.000	Rp 800.000
	Promo Natal dan Tahun Baru	<i>Instagram feed & story dan video Tiktok</i>	Rp 500.000	
TOTAL				Rp6.000.000,00

Sumber : Olahan penulis, 2023

Berdasarkan perhitungan tabel, dapat dirincikan biaya dan kegiatan promosi ‘Your Choux’ selama kurun waktu 1 tahun sebesar Rp6.000.000,-. Biaya yang dicantumkan adalah biaya iklan untuk sarana pemasaran di *Instagram, Facebook, Tiktok, dan endorsment selebgram.*

F. Proyeksi Penjualan

Dalam bisnis, peramalan diperlukan untuk menetapkan patokan dalam membuat rencana. (Utama, Gani, Jaharuddin, & Priharta, 2019, hal. 28). Proyeksi penjualan ialah suatu cara untuk memperhitungkan jumlah produk yang akan diproduksi setiap harinya yang kemudian dijual kepada para konsumen berdasarkan pada kemampuan dari pekerja dan alat yang digunakan selama produksi. Di bawah ini merupakan proyeksi pendapatan dan penjualan dari ‘Your Choux’ dalam bentuk harian, bulanan, dan tahunan

TABEL 3.4
Target dan Pendapatan Produksi Makanan dalam Hitungan
Harian, Bulanan, Tahunan

No.	Jenis Produk	Harga Jual	Pendapatan					
			Pax	Harian	Pax	Bulanan	Pax	Tahunan
<i>Choux Au Craqueulin</i>								
1	Vanila	Rp.4.500,00	15	Rp67.500	375	Rp1.687.500	4500	Rp20.250.000
2	Greentea	Rp.5.000,00	15	Rp75.000	375	Rp2.250.000	4500	Rp27.000.000
3	Chocolate	Rp.5.500,00	15	Rp82.500	375	Rp2.475.000	4500	Rp29.700.000
4	Caramel	Rp.5.500,00	15	Rp82.500	375	Rp2.475.000	4500	Rp29.700.000
5	Cheesecake	Rp.9.500,00	15	Rp142.500	375	Rp4.275.000	4500	Rp51.300.000
<i>Eclair</i>								
6	Vanila	Rp.4.500,00	10	Rp45.000	250	Rp1.350.000	3000	Rp16.200.000
7	Chocolate	Rp.5.500,00	10	Rp55.000	250	Rp1.650.000	3000	Rp19.800.000
8	Coffe	Rp.5.500,00	10	Rp55.000	250	Rp1.650.000	3000	Rp19.800.000
9	Caramel	Rp.5.500,00	10	Rp55.000	250	Rp1.650.000	3000	Rp19.800.000
<i>Paris Brest</i>								
10	Vanila	Rp.45.000,00	2	Rp90.000	50	Rp2.700.000	600	Rp32.400.000
11	Greentea	Rp.50.000,00	2	Rp100.000	50	Rp3.000.000	600	Rp36.000.000
12	Coffe	Rp.51.000,00	2	Rp102.000	50	Rp3.060.000	600	Rp36.720.000
<i>Chiffon</i>								
13	Original	Rp.18.500,00	3	Rp55.500	75	Rp1.665.000	900	Rp19.980.000
14	Pandan	Rp.30.000,00	3	Rp.90.000	75	Rp2.700.000	900	Rp32.400.000
15	Chocolate	Rp.27.000,00	3	Rp.81.000	75	Rp2.430.000	900	Rp29.160.000
<i>Teh Buah</i>								
16	Strawberry tea mint	Rp.10.000,00	5	Rp.50.000	125	Rp1.500.000	1500	Rp18.000.000
17	Manggo tea mint	Rp.10.000,00	5	Rp.50.000	125	Rp1.500.000	1500	Rp18.000.000
Total				Rp 1.278.500		Rp38.355.000		Rp460.260.000

Sumber : Olahan penulis, 2023

Berdasarkan pada tabel perhitungan, jumlah produksi dan target produksi setiap produk berbeda-beda. Jumlah pendapatan yang sudah dijelaskan dan total *revenue* tahunannya sebesar Rp460.260.000,00 dan diharapkan pada setiap tahunnya mengalami kenaikan sebesar 5%.

TABEL 3.5
Proyeksi Penjualan dalam 5 Tahun

Proyeksi Penjualan dalam 5 Tahun		
Tahun Ke-	Proyeksi Kenaikan	Revenue
1	-	Rp460.260.000
2	5%	Rp483.273.000
3	5%	Rp507.436.650
4	5%	Rp532.808.483
5	5%	Rp559.448.907

Sumber : Olahan penulis, 2023

Dari tabel di atas yang merupakan perhitungan selama 5 tahun. Penulis berharap pada setiap tahun penjualan mengalami kenaikan sebesar 5% penjualan dengan total *revenue* sebesar Rp.559.448.907 di tahun ke-5.

BAB IV

ASPEK SDM DAN OPERASIONAL

A. Identitas *Owner/Founder*

Pada dasarnya *owner/founder* merupakan pemilik atau pencetus ide suatu bisnis dalam perusahaan yang didirikan. *Owner* memiliki tanggung jawab penuh dalam membuat perencanaan, mengatur sistem operasional dan juga penyaluran dana untuk membangun perusahaan.

Berikut merupakan identitas diri dari *owner* 'Your Choux'

a. Identitas Diri

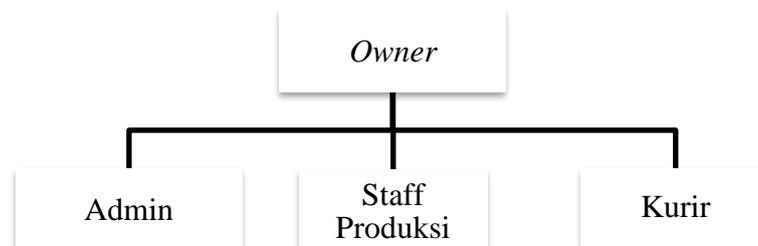
Nama	:	Alma Nabila
Tempat/tanggal lahir	:	Bandung, 22 Juni 2001
Jenis kelamin	:	Perempuan
Golongan darah	:	O
Alamat	:	Bukit Permata Cimahi Blok G10/12, RT/RW 09/22, Desa Cilame, Kec. Ngamprah, Kab. Bandung Barat
Agama	:	Islam
Status	:	Belum menikah
Kewarganegaraan	:	WNI

- b. Riwayat Pendidikan
 - a. 2017 – 2020 : SMKN 3 Cimahi
 - b. 2020 – Sekarang : Politeknik Pariwisata NHI Bandung
- c. Pengalaman Kerja
 - a. 2019 : *Internship* di eL Hotel Royale Bandung
 - b. 2020 : *Internship* di Kula Resto & Tonie’s Seafood Bali

B. Struktur Organisasi

Menurut Eliana Sari (2007, hal. 50), Struktur organisasi adalah suatu sistem hubungan antar pekerjaan yang bersifat formal yang menggambarkan pemilahan tugas yang berbeda-beda dan mengintegrasikan pelaksanaan tugas-tugas tersebut. Struktur organisasi yang digunakan oleh ‘Your Choux’ dibuat sederhana karena menggunakan sistem *ghost kitchen* yang mengandalkan produksi makanan untuk pengiriman pesanan dan tidak memiliki area meja makan di tempat maupun dapur komersial. Dalam mengelola bisnis *owner* ikut serta berperan secara keseluruhan. Berikut struktur organisasi ‘Your Choux’:

GAMBAR 4.1
STRUKTUR ORGANISASI ‘YOUR CHOUX’



Sumber : Olahan penulis, 2023

Dikarenakan dapur ‘Your Choux’ yang tidak terlalu besar dan memiliki 2 karyawan sebagai staff produksi dan admin, yang akan dituntut agar dapat *multi-tasking*. Terutama admin yang juga akan mengatur pengeluaran dan pemasukan keuangan perusahaan. Setiap staff produksi juga diharuskan dapat mengemas pesanan dan menjaga kebersihan tempat kerja di ‘Your Choux’.

C. Job Analysis dan Job Description

a. Job Analysis

Analisis jabatan adalah hal yang pertama kali dilakukan sebelum memulai suatu usaha, yakni dengan cara mempelajari dan mengumpulkan berbagai informasi seperti identitas jabatan, fungsi jabatan, uraian tugas, wewenang, tanggung jawab, bahan dan alat dan kondisi kerja, dan hal-hal lain yang berhubungan dengan jabatan, agar tidak salah posisi dan bekerja sesuai dengan porsinya secara optimal. (Munawaroh, Rimiayati, & Hinasah, 2016, hal. 41)

Maka dengan kata lain, analisa pekerjaan merupakan penjelasan terhadap pekerjaan pokok di 'Your Choux' secara keseluruhan.

1. Produksi

- a. Memastikan kebersihan area dapur dari toko mulai beroperasi hingga toko tutup.
- b. Membersihkan alat-alat yang telah digunakan pada saat produksi.
- c. Mengikuti standar resep baku yang sudah ditetapkan agar memberikan hasil yang konsisten.
- d. Memastikan kondisi bahan-bahan dan menerapkan FIFO (*First In, First Out*) tidak melewati tanggal kadaluwarsa.

2. Admin

- a. Mengatur arus pengeluaran dan pemasukan keuangan perusahaan.
- b. Menghitung kas yang masuk dan mengevaluasi setiap bulan.
- c. Memastikan pembayaran yang masuk melalui aplikasi sesuai dengan pesanan dan melakukan pengecekan rutin aplikasi pembayaran.
- d. Membuat jadwal dan alur promosi di media sosial.
- e. Melayani pertanyaan dan permintaan pelanggan melalui aplikasi maupun media sosial.

3. Kurir

- a. Memastikan keamanan makanan yang diantar hingga sampai ke tangan pelanggan.
- b. Mengirimkan makanan kepada pelanggan dengan alamat yang sudah diberikan pelanggan kepada admin.
- c. Melakukan transaksi atau memastikan kembali *invoice* pesanan pelanggan.

Berikut di bawah ini merupakan spesifikasi kandidat secara umum yang akan dicari oleh 'Your Choux' ketika merekrut karyawan :

1. Wanita/pria berusia 18 – 30 tahun.
2. Bertanggung jawab dan jujur dalam bekerja.
3. Dapat bekerja secara individual maupun tim.
4. Berpenampilan rapi dan bersih.
5. Sehat secara jasmani maupun rohani.
6. Mampu bekerja di bawah tekanan.
7. Memiliki *time management* yang baik dan berkeinginan untuk belajar pada bidangnya.
8. Minimal lulusan SMA/K dan sederajat.

b. *Job Description*

Job description ialah prosedur dalam melakukan tugas dan mengemban tanggung jawab pekerjaan yang memberikan arahan terhadap pekerjaan yang perlu dilakukan, alasan mengapa dilakukan, dimana dilaksanakan, dan secara singkatnya bagaimana hal itu dapat dilakukan (DeCenzo dan P. Robbins, 1999).

Berikut merupakan *job description* dari ‘Your Choux’:

TABEL 4.1
JOB DESCRIPTION ‘YOUR CHOUX’

Jabatan	Job Description
<i>Owner</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memantau kinerja dan pekerjaan karyawan 2. Memberikan upah kepada karyawan 3. Menyediakan dana dan fasilitas penunjang 4. Melakukan aktivitas yang berkaitan dengan administrasi
Staff Produksi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memproduksi <i>choux</i> dan <i>chiffon</i> 2. Memproduksi <i>diplomat cream</i> dan <i>filling</i> 3. Melakukan pengecekan bahan rutin dan menerapkan FIFO (<i>first in first out</i>) 4. Melakukan <i>finishing choux</i> 5. Mengemas produk yang dipesan dan menyerahkannya ke kurir 6. Menjaga kebersihan area kerja sebelum dan sesudah bekerja
Admin	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengonfirmasi pemesanan melalui aplikasi kepada pelanggan 2. Mengatur alur pemasukan dan pengeluaran kas 3. Melakukan promosi dan membuat konten melalui media sosial 4. Berkomunikasi dengan pelanggan dan meminta ulasan serta saran kritik melalui platform media sosial
Kurir	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memastikan kemasan makanan aman sebelum di antar ke alamat pembeli 2. Menjaga kondisi makanan agar tidak terguncang dan sampai ke tangan konsumen dengan aman 3. Mengambil bahan baku dari <i>supplier</i> 4. Rutin memberikan nota atau bukti pembayaran kepada admin

Sumber : Olahan penulis, 2023

D. *Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja*

Dalam UU No. 13 tahun 2003 pada pasal 1 ayat 30 menyebutkan bahwa “Upah merupakan hak pekerja/buruh yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pengusaha atau pemberi kerja kepada pekerja/buruh yang ditetapkan dan dibayarkan menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan atau peraturan perundang-undangan, termasuk tunjangan bagi pekerja/buruh dan keluarganya atas suatu pekerjaan dan/atau jasa yang telah atau akan dilakukan.”

Dalam perencanaan bisnis ini, gaji yang diberikan oleh penulis kepada karyawan berada di bawah Upah Minimum Regional dan berada di atas garis kemiskinan, dengan karyawan melakukan tanda tangan kontrak kerja di atas materai setelah kesepakatan jam kerja yaitu selama 8 jam per hari. Bagian admin, kurir, dan staf produksi akan disesuaikan dengan jumlah produksi dan pendapatannya per bulan. Apabila ada kenaikan jumlah pesanan akan diberikan bonus, berikut anggaran tenaga kerja dari ‘Your Choux’:

TABEL 4.2
ANGGARAN TENAGA KERJA ‘YOUR CHOUX’

No	Jabatan	Jumlah	Gaji Pokok	THR	Bonus	Total per Tahun
1	Admin	1	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp250.000	Rp26.250.000
2	Staff Produksi	1	Rp2.300.000	Rp2.300.000	Rp350.000	Rp30.250.000
3	Kurir	1	Rp2.000.000	Rp2.000.000	Rp200.000	Rp26.200.000
TOTAL						Rp82.700.000

Sumber: Olahan penulis, 2023

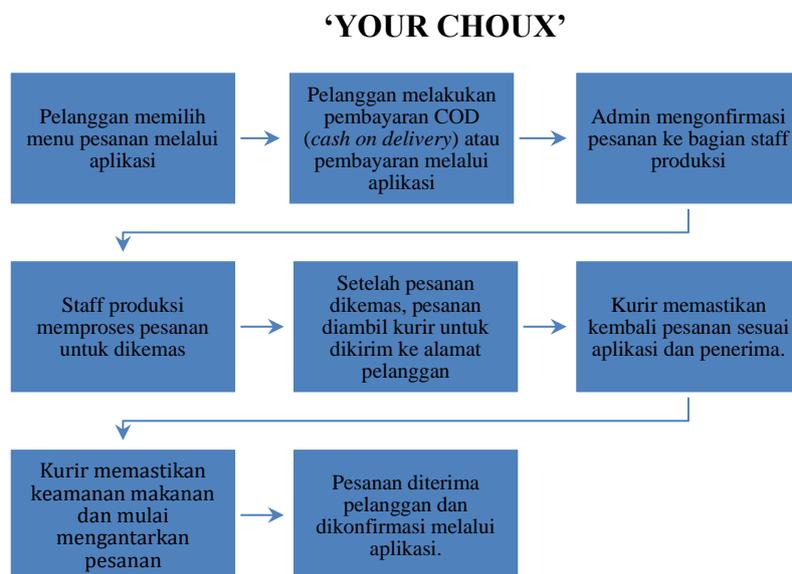
Pada tabel di atas anggaran yang dapat dikeluarkan oleh ‘Your Choux’ selama satu ialah Rp82.700.000 yaitu merupakan 20% dari total *revenue* yang telah diperhitungkan.

E. Service Scape

Definisi *service scape* menurut Booms dan Bitner (1981) yaitu lingkungan tempat pelayanan dimana penjual berinteraksi dengan pelanggan, dikombinasikan dengan tempat yang memfasilitasi kinerja atau komunikasi pada pelayanan. Dengan kata lain, *service scape* berpatokan pada bagaimana cara pelayanan dilaksanakan.

Berikut merupakan alur pelayanan dari ‘Your Choux’:

Gambar 4.2 Flowchart Pelayanan



Sumber : Olahan Penulis, 2023

F. Action Plan dan Report

Action plan adalah rancangan tahapan dari rencana kegiatan secara menyeluruh dalam perencanaan suatu usaha. Berikut adalah *action plan* ‘Your Choux’.

TABEL 4.3

ACTION PLAN ‘YOUR CHOUX’

No.	Kegiatan	Bulan
1	Pembentukan Ide	Januari
2	Observasi Pasar	Februari, Maret
3	Validasi Ide	Maret
4	Pemilihan Bahan (distributor)	April, Mei
5	Pembuatan Sample Produk	Mei, Juni
6	Validasi Produk	Juli, Agustus, September
7	Persiapan Peralatan	September
8	Perekrutan dan Pelatihan Karyawan	Oktober, November
9	Promosi	November, Desember
10	Perilisan Produk	Desember

Sumber : Olahan Penulis, 2023

Berdasarkan tabel *action plan* di atas, berikut merupakan deskripsi dari kegiatan tersebut:

a. Pembentukan Ide

Pada Januari, penulis akan mengumpulkan data, ide, dan merencanakan metode pelayanan, promosi, membuat resep produk, menentukan tempat bisnis hingga seluruh ide rampung dan matang.

b. Observasi Pasar

Di bulan Februari hingga Maret mulai mencari lokasi dan memantau perkembangan tren yang muncul di kalangan masyarakat. Beberapa kerabat dan teman akan diminta mencicipi produk sebelum diluncurkan dan memberikan evaluasi.

c. Validasi Ide

Di bulan Maret, penulis akan melakukan pengembangan ide setelah mendapatkan evaluasi. Kemudian semakin banyaknya permintaan dari masyarakat, penulis perlu mencari pembeda dengan kompetitor.

d. Pemilihan Bahan (distributor)

Pada bulan April dan Mei, mulai mengumpulkan koneksi dari pihak *supplier*. Menyortir daftar yang paling memenuhi standar dan resep. Membuat kontrak kerja sama agar memberikan bahan dan alur kedatangan bahan bisa disesuaikan.

e. Pembuatan Sample Produk

Setelah melakukan validasi ide, membuat sample dari pengembangan produk dan membuat satu produk dengan banyaknya opsi varian rasa.

f. Validasi Produk

Saat bulan Juli, Agustus, dan September, produk diperkenalkan kepada masyarakat terdekat tanpa menyebutkan merek agar mendapatkan ulasan dan kritik. Kemudian membiasakan pasar untuk tertarik terlebih dahulu dengan produknya.

g. Persiapan Peralatan

Setelah melakukan validasi produk, dilanjutkan ke bulan September untuk berbelanja alat sesuai dengan yang dibutuhkan dan inventori alat pada saat kedatangan barang. Menyusun cara bagaimana perawatan alat yang seharusnya.

h. Perekrutan dan Pelatihan Karyawan

Penulis mulai merekrut karyawan di bulan Oktober dan November untuk memberikan pelatihan dan prosedur kerja. Menyatukan visi dan misi perusahaan dengan budaya kerja karyawan di perusahaan.

i. Promosi

Melakukan promosi untuk menarik kesan pelanggan sebelum perilisan produk dan membuat *waiting list* kepada masyarakat karena telah melewati validasi produk.

j. Perilisan Produk

Produk mulai diproduksi di Bulan Desember bertepatan dengan Hari Besar Agama, penulis dapat memberikan tambahan diskon atau promo untuk menarik minat pelanggan.

BAB V

ASPEK KEUANGAN

A. Metode Pencatatan Akuntansi

Berdasarkan metode pencatatan, akuntansi mengenal 2 metode pencatatan yakni accrual basis dan cash basis. (Minarti, Sari, & Fitriastuti, 2017, hal. 17)

Kedua metode ini berkaitan erat dengan prinsip-prinsip akuntansi yang mencatat segala informasi keuangan perusahaan dan paling sering digunakan di perusahaan. Yang membedakan dua metode ini terdapat pada pengeluaran dan pemasukan keuangan.

a. Cash Basis (one shoot project)

Metode cash basis merupakan metode pencatatan dalam akuntansi di mana setiap transaksi yang terjadi akan dicatat sebesar nilai nominal kas yang diterima, jika uang kas secara fisik belum diterima maupun dikeluarkan maka transaksi tidak perlu dicatat. (Minarti, Sari, & Fitriastuti, 2017, hal. 17)

b. Accrual Basis (going concern)

Metode akuntansi akrual yaitu pada saat terjadinya transaksi sudah langsung diakui sebagai pendapatan atau beban (Saribu & Tambunan, 2021, hal. 2). Metode pencatat ini akan mendata catatan utang piutang perusahaan.

Dalam penggunaan metode pencatatan akuntansi, 'Your Choux' akan menggunakan metode *cash basis* dikarenakan pencatatan akan lebih mudah dan terarah terutama pada bisnis baru.

B. *Capital Expenditure (Indetifikasi Initial Investment)*

Capital Expenditure ialah modal awal diperlukan untuk pembayaran tanah dan gedung, perabot dan peralatan, iklan dan promosi sebelum memulai bisnis, pembelian mesin, penyediaan barang dan investaris, biaya mengurus sertifikat dan ijin usaha, honorarium tenaga professional, serta listrik dan telepon. (Munawaroh, Rimiyati, & Hindasah, 2016, hal. 29)

Capital Expenditure digunakan sebagai belanja modal pada aset *tangible* dan juga aset *intangible*.

a. *Tangible Investment (Depreciation, Terminal Cash Flow)*

Tangible investment ialah investasi pada aset yang memiliki wujud dan nyata keberadaannya. Memiliki umur ekonomis pemakaian lebih dari satu tahun.

Berikut di bawah ini merupakan *tangible investmen* dari ‘Your Choux’:

TABEL 5.1
TANGIBLE INVESTMENT ‘YOUR CHOUX’

Nama Barang	Harga Barang	Jumlah	Jumlah
Baking tray	Rp50.000	6	Rp300.000
Refrigerator 2 pintu	Rp4.000.000	1	Rp4.000.000
Cooling wire	Rp130.000	2	Rp260.000
Kitchen kabinet	Rp300.000	6	Rp1.800.000
Kompor 2 tungku	Rp520.000	1	Rp520.000
Kursi kantor	Rp1.000.000	1	Rp1.000.000
Meja kantor	Rp800.000	1	Rp800.000
Lampu	Rp20.000	2	Rp40.000
Mesin kasir portable	Rp2.500.000	1	Rp2.500.000
Mixer 4 kg	Rp1.800.000	1	Rp1.800.000
Oven kompor	Rp350.000	1	Rp350.000
Pemeras jeruk	Rp25.000	1	Rp25.000
Sieve	Rp25.000	1	Rp25.000
Rubber Spatula	Rp25.000	2	Rp50.000
Digital scale	Rp170.000	1	Rp170.000
Loyang chiffon	Rp80.000	3	Rp240.000
Stock pot	Rp115.000	2	Rp230.000
Sauce pan	Rp40.000	2	Rp80.000
Knee pallete	Rp38.000	1	Rp38.000
Baloon whisk	Rp20.000	2	Rp40.000
Measuring cup	Rp15.000	1	Rp15.000
Knife set	Rp100.000	1	Rp100.000
Bread knife	Rp30.000	1	Rp30.000
Silicon brush	Rp30.000	1	Rp30.000
Chopping board	Rp65.000	2	Rp130.000
Apron	Rp25.000	2	Rp50.000
Cleaning utensil	Rp120.000	1	Rp120.000
Tempat sampah besar	Rp183.000	1	Rp183.000
Tempat sampah kecil	Rp30.000	1	Rp30.000
Total			Rp14.956.000

Sumber: Olahan penulis, 2023

TABEL 5.2
TARIF DAN MASA MANFAAT PENYUSUTAN FISIKAL

Kelompok Harta Berwujud	Masa Manfaat	Tarif – Metode Garis Lurus	Tarif – Metode Saldo Menurun
I. Bukan Bangunan			
Kelompok 1	4 tahun	25 %	50 %
Kelompok 2	8 tahun	12,50 %	25 %
Kelompok 3	16 tahun	6,25 %	12,50 %
Kelompok 4	20 tahun	5 %	10 %
II. Bangunan			
Tidak Permanen	10 tahun	10 %	
Permanen	20 tahun	5 %	

Sumber: <https://www.pajak.go.id/id/penyusutan-dan-amortisasi>
Berdasarkan pada tabel tersebut dalam menghitung tarif

penyusutan *tangible investment* penulis menggunakan metode garis

lurus sebagai berikut:

TABEL 5.3
DEPRESIASI *TANGIBLE INVESTMENT*

Nama Barang	Harga Barang	Nilai Sisa	Jumlah	Umur	Tarif Penyusutan	Depresiasi	
						Per Bulan	Per Tahun
Baking tray	Rp50.000	Rp12.500	6	4 tahun	25,00%	Rp781	Rp9.375
Refrigerator 2 pintu	Rp4.000.000	Rp500.000	1	8 tahun	12,50%	Rp72.917	Rp875.000
Cooling wire	Rp130.000	Rp32.500	2	4 tahun	25,00%	Rp2.031	Rp24.375
Kitchen kabinet	Rp300.000	Rp37.500	6	8 tahun	12,50%	Rp5.469	Rp65.625
Kompur 2 tungku	Rp520.000	Rp130.000	1	4 tahun	25,00%	Rp8.125	Rp97.500
Kursi kantor	Rp1.000.000	Rp250.000	1	4 tahun	25,00%	Rp15.625	Rp187.500
Meja kantor	Rp800.000	Rp200.000	1	4 tahun	25,00%	Rp12.500	Rp150.000
Lampu	Rp20.000	Rp5.000	2	4 tahun	25,00%	Rp313	Rp3.750
Mesin kasir portable	Rp2.500.000	Rp500.000	1	5 tahun	20,00%	Rp41.667	Rp500.000
Mixer 4 kg	Rp1.800.000	Rp225.000	1	8 tahun	12,50%	Rp32.813	Rp393.750
Oven kompor	Rp350.000	Rp87.500	1	4 tahun	25,00%	Rp5.469	Rp65.625
Pemeras jeruk	Rp25.000	Rp6.250	1	4 tahun	25,00%	Rp391	Rp4.688
Sieve	Rp25.000	Rp6.250	1	4 tahun	25,00%	Rp391	Rp4.688
Rubber Spatula	Rp25.000	Rp6.250	2	4 tahun	25,00%	Rp391	Rp4.688
Digital scale	Rp170.000	Rp42.500	1	4 tahun	25,00%	Rp2.656	Rp31.875
Loyang chiffon	Rp80.000	Rp20.000	3	4 tahun	25,00%	Rp1.250	Rp15.000
Stock pot	Rp115.000	Rp28.750	2	4 tahun	25,00%	Rp1.797	Rp21.563
Sauce pan	Rp40.000	Rp10.000	2	4 tahun	25,00%	Rp625	Rp7.500
Knee pallette	Rp38.000	Rp9.500	1	4 tahun	25,00%	Rp594	Rp7.125
Baloon whisk	Rp20.000	Rp5.000	2	4 tahun	25,00%	Rp313	Rp3.750
Measuring cup	Rp15.000	Rp3.750	1	4 tahun	25,00%	Rp234	Rp2.813
Knife set	Rp100.000	Rp25.000	1	4 tahun	25,00%	Rp1.563	Rp18.750
Bread knife	Rp30.000	Rp7.500	1	4 tahun	25,00%	Rp469	Rp5.625

Silicon brush	Rp30.000	Rp7.500	1	4 tahun	25,00%	Rp469	Rp5.625	
Chopping board	Rp65.000	Rp16.250	2	4 tahun	25,00%	Rp1.016	Rp12.188	
Apron	Rp25.000	Rp6.250	2	4 tahun	25,00%	Rp391	Rp4.688	
Cleaning utensil	Rp120.000	Rp30.000	1	4 tahun	25,00%	Rp1.875	Rp22.500	
Tempat sampah besar	Rp183.000	Rp45.750	1	4 tahun	25,00%	Rp2.859	Rp34.313	
Tempat sampah kecil	Rp30.000	Rp7.500	1	4 tahun	25,00%	Rp469	Rp5.625	
Total							Rp2.585.500	

Sumber : Olahan penulis, 2023

TABEL 5.4
DEPRESIASI BANGUNAN ‘YOUR CHOUX’

Nama Barang	Harga Perolehan	Nilai Sisa	Umur	%	Per Bulan	Per Tahun
Bangunan	Rp250.000.000	Rp12.500.000	20	5%	Rp989.583	Rp11.875.000
TOTAL					Rp989.583	Rp11.875.000

Sumber : Olahan penulis, 2023

b. *Intangible Investment (Amortization)*

Intangible investment merupakan aset perusahaan yang tidak memiliki wujud secara fisik dan masih memiliki nilai manfaat berjangka panjang. Dapat berupa hak cipta, merek dagang, hak paten, sertifikasi, dan lain sebagainya.

Berikut ini adalah *intangible investmen* dari ‘Your Choux’:

TABEL 5.5
INTANGIBLE INVESMENT ‘YOUR CHOUX’

Spesifikasi	Harga	Unit	Total
Hak Paten Merek	Rp 500.000	1	Rp 500.000
Sertifikasi Halal	Rp 650.000	1	Rp 650.000
TOTAL			Rp 1.150.000

Sumber : Olahan penulis, 2023

TABEL 5.6

MASA MANFAAT DAN TARIF AMOTISASI

Kelompok Harta Tak Berwujud	Masa Manfaat	Tarif – Metode Garis Lurus	Tarif – Metode Saldo Menurun
Kelompok 1	4 tahun	25 %	50 %
Kelompok 2	8 tahun	12,50 %	25 %
Kelompok 3	16 tahun	6,25 %	12,50 %
Kelompok 4	20 tahun	5 %	10 %

Sumber: <https://www.pajak.go.id/id/penyusutan-dan-amortisasi>

Berdasarkan pada tabel yang tertera di atas dalam

perhitungan tarif penyusutan *intangible investment* penulis

menggunakan metode garis lurus sebagai berikut:

TABEL 5.7
DEPRESIASI *INTANGIBLE INVESTMENT*

Spesifikasi	Harga	Nilai Sisa	Umur	Tarif	Depresiasi		
					Per Bulan	Per Tahun	
Hak Paten Merek	Rp500.000	Rp125.000	4	25%	Rp7.813	Rp93.750	
Sertifikasi Halal	Rp650.000	Rp162.500	4	25%	Rp10.156	Rp121.875	
TOTAL						Rp215.625	

Sumber: Olahan penulis, 2023

c. *Working Capital (Terminal Cash Flow)*

Modal kerja ini hanya dikeluarkan untuk membantu kelancaran operasional proyek. Setelah dikeluarkan, tidak akan diperhitungkan dalam arus kas operasi, karena bukan merupakan keuntungan operasi proyek. Modal kerja ini akan kembali pada masa akhir dari proyek dan akan diperhitungkan sebagai arus kas terminal (*terminal cash flows*), (Chandra, 2016).

TABEL 5.8
WORKING CAPITAL 'YOUR CHOUX'

Spesifikasi	Harga	Unit	Total	Unit
Gaji Karyawan	Rp6.300.000	Per Bulan	Rp75.600.000	Per Tahun
Listrik	Rp200.000	Per Bulan	Rp2.400.000	Per Tahun
Gas	Rp300.000	Per Bulan	Rp3.600.000	Per Tahun
Air	Rp100.000	Per Bulan	Rp1.200.000	Per Tahun
Promosi	-	Per Bulan	Rp6.000.000	Per Tahun
<i>Repair & Maintenance</i>	Rp100.000	Per Bulan	Rp1.200.000	Per Tahun
Jumlah			Rp90.000.000	Per Tahun

Sumber: Olahan penulis, 2023

Total *current liabilities* yaitu hasil *revenue* yang didapatkan dari total proyeksi penjualan selama setahun. Maka total *working capital* sejumlah Rp 90.000.000.

C. *Time Value of Money* (Nilai Waktu uang)

Menurut Teddy Chandra (2016, hal. 13) Seorang investor akan sangat berkepentingan untuk menghitung nilai uangnya di masa yang akan datang. Perhitungan ini akan digunakan perusahaan untuk melihat apakah investasinya menguntungkan atau sebaliknya.

a. *Present Value*

Penilaian aktiva tetap kalau dilakukan dengan pembelian secara kredit yang pembayarannya diangsur maka akan dinilai dan dicatat berdasarkan nilai sekarang (*Present value*) pada tanggal transaksi. (Saribu & Tambunan, 2021, hal. 117)

PV juga berfungsi untuk mengetahui nilai kas perusahaan di masa sekarang.

$$PV = FV / (1 + r)^n$$

PV: *Present Value*

FV: *Future Value*

r: Tingkat bunga (*rate*)

n: Berapa kali bunga digandakan (dalam bentuk tahun)

b. *Future Value*

Konsep *future value* ini sering digunakan orang untuk menghitung nilai uang yang ditabung, deposito, disimpan dalam obligasi. (Chandra, 2016, hal. 14)

Dapat dihitung dengan menggunakan rumus di bawah ini:

$$FV = PV \times (1 + i)^n$$

FV: *Future Value*

PV: *Present Value*

i: *Interest rate (inflation)*

n: Berapa kali bunga digandakan (dalam bentuk tahun)

TABEL 5.9
FUTURE VALUE 'YOUR CHOUX'

Inflasi	4%
Jumlah Periode	5
Nilai	Rp356.106.000
Total ditambah inflasi	Rp433.257.398

Periode	Nilai Investasi	Inflasi	Total
1	Rp356.106.000	4%	Rp370.350.240
2	Rp370.350.240	4%	Rp385.164.250
3	Rp385.164.250	4%	Rp400.570.820
4	Rp400.570.820	4%	Rp416.593.652
5	Rp416.593.652	4%	Rp433.257.398

Sumber: Olahan penulis, 2023

Berdasarkan perhitungan *future value* apabila modal yang dibutuhkan adalah Rp 356.106.000, dengan pengaruh inflasi sebesar 4% per tahunnya. Maka investasi modal yang dibutuhkan dalam lima periode ke depannya sebanyak Rp 433.257.398.

D. Pendanaan Investasi (*Agency Theory*)

Semua keputusan baik keputusan investasi, keputusan pendanaan maupun keputusan dividen serta keputusan modal kerja akan diputuskan sendiri oleh pemilik perusahaan. (Chandra, 2016, hal. 10)

Berikut adalah investasi dari ‘Your Choux’:

TABEL 5.10
INITIAL INVESTASI ‘YOUR CHOUX’

Spesifikasi	Harga
Bangunan	Rp250.000.000
Furniture & Equipment	Rp14.956.000
Working Capital	Rp90.000.000
Legalitas	Rp1.150.000
Total	Rp356.106.000

Sumber: Olahan penulis, 2023

a. *Owner’s Equity* (Modal Sendiri)

Yaitu Modal sendiri berasal dari simpanan pokok, simpanan wajib, dana cadangan, atau hibah. (Sari & Hasanah, 2012, hal. 36)

TABEL 5.11
OWNER EQUITY

Equity and Debt	Keterangan	Biaya	Presentase (%)
Owner's Equity	Bangunan, Legalitas, Working Capital, Equipment and Furniture	Rp356.106.000	100%

Sumber: Olahan penulis, 2023

Dapat disimpulkan jumlah modal yang dikeluarkan untuk kebutuhan operasional 'Your Choux' ialah sebanyak Rp 356.106.000 yang 100% berasal dari *owner's equity*

b. *Debt (Bank/Other Loan)*

Bank loan merupakan modal pinjaman berasal dari anggota koperasi, bank dan lembaga keuangan lainnya, atau dari penerbitan obligasi serta surat utang lainnya. (Sari & Hasanah, 2012, hal. 36)

E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan

a. *Variabel Cost, Fixed Cost, Mixed Cost*

Variable costing (penentuan harga pokok variabel) adalah suatu metode penentuan harga pokok, yang mana hanya biaya produksi *variable* saja yang dibebankan sebagai elemen harga pokok produk hanya terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead*. (Garaika & Feriyana, 2020, hal. 59-60)

Adapun Biaya Tetap (*fixed cost*), biaya yang jumlahnya tetap atau konstan yang tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai tingkat kegiatan tertentu, (Hariyani, 2018, hal.

13). *Fixed cost* dapat berupa gaji pokok, biaya promosi, dan lain sebagainya.

Mixed variabel ialah biaya yang jumlah totalnya berubah-ubah dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, tetapi perubahannya proposional. (Garaika & Feriyana, 2020, hal. 42)

Di bawah ini adalah rincian biaya *variabel cost*, *fixed cost*, dan *mixed cost* yang dikeluarkan ‘Your Choux’:

TABEL 5.12
VARIABEL COST ‘YOUR CHOUX’

No.	Nama Bahan	Pengeluaran					Per Bulan	Per Tahun
		Qyt/hari	Unit	Harga	Unit	Total		
1	Tepung terigu segitiga	2,00	kg	Rp 14.000,00	1 kg	Rp 27.972,78	Rp 699.319,44	Rp 8.391.833,33
2	Telur	60,00	pcs	Rp 27.500,00	1 kg/16pcs	Rp 103.125,00	Rp 2.578.125,00	Rp 30.937.500,00
3	Butter	1,47	kg	Rp 28.000,00	1kg	Rp 41.144,44	Rp 1.028.611,11	Rp 12.343.333,33
4	Garam	0,10	gr	Rp 3.000,00	250 gr	Rp 298,17	Rp 7.454,17	Rp 89.450,00
5	Gula pasir	1,94	kg	Rp 12.000,00	1 kg	Rp 23.303,33	Rp 582.583,33	Rp 6.991.000,00
6	Palm suiker	0,13	kg	Rp 44.000,00	1 kg	Rp 5.622,22	Rp 140.555,56	Rp 1.686.666,67
7	Maizena	0,06	gr	Rp 6.500,00	150 gr	Rp 415,28	Rp 10.381,94	Rp 124.583,33
8	Vanilli	8,00	pcs	Rp 1.000,00	2 pcs	Rp 8.000,00	Rp 200.000,00	Rp 2.400.000,00
9	Susu (Ultra)	2,04	L	Rp 18.000,00	1 lt	Rp 36.650,00	Rp 916.250,00	Rp 10.995.000,00
10	Monalis Whip Cream	2,65	L	Rp 52.000,00	1 lt	Rp 137.872,22	Rp 3.446.805,56	Rp 41.361.666,67
11	Bubuk Greentea	0,13	kg	Rp 68.000,00	1 kg	Rp 8.500,00	Rp 212.500,00	Rp 2.550.000,00
12	Dark Chocolate Compound	0,41	kg	Rp 97.400,00	1 kg	Rp 39.447,00	Rp 986.175,00	Rp 11.834.100,00
13	Cheese cream	0,94	kg	Rp 120.000,00	1 kg	Rp 112.500,00	Rp 2.812.500,00	Rp 33.750.000,00
14	Keju craft	0,38	gr	Rp 25.500,00	160 gr	Rp 9.562,50	Rp 239.062,50	Rp 2.868.750,00
15	Oil	0,35	kg	Rp 20.000,00	1 kg	Rp 7.050,00	Rp 176.250,00	Rp 2.115.000,00
16	Chocolate powder	0,03	gr	Rp 27.000,00	165 gr	Rp 810,00	Rp 20.250,00	Rp 243.000,00
17	Baking Powder	0,01	gr	Rp 15.700,00	110 gr	Rp 211,95	Rp 5.298,75	Rp 63.585,00
18	Nescafe	0,03	gr	Rp 31.000,00	100 gr	Rp 1.033,33	Rp 25.833,33	Rp 310.000,00
19	Lemon	0,48	kg	Rp 12.000,00	1 kg	Rp 5.700,00	Rp 142.500,00	Rp 1.710.000,00
20	SKM	0,03	kg	Rp 100.600,00	1 kg	Rp 3.018,00	Rp 75.450,00	Rp 905.400,00
21	Santan	0,11	L	Rp 32.000,00	1 lt	Rp 3.360,00	Rp 84.000,00	Rp 1.008.000,00
22	Pasta pandan	0,01	ml	Rp 8.000,00	60 ml	Rp 84,00	Rp 2.100,00	Rp 25.200,00
23	Cream of tartar	0,00	gr	Rp 7.000,00	45 gr	Rp 21,00	Rp 525,00	Rp 6.300,00
24	Daun mint	0,02	gr	Rp 8.000,00	100 gr	Rp 133,33	Rp 3.333,33	Rp 40.000,00
25	Strawberry	0,06	kg	Rp 60.000,00	kg	Rp 3.450,00	Rp 86.250,00	Rp 1.035.000,00
26	Mangga	0,19	kg	Rp 59.000,00	kg	Rp 11.308,33	Rp 282.708,33	Rp 3.392.500,00
27	Teh	5,00	bag	Rp 8.000,00	30 bag	Rp 1.333,33	Rp 33.333,33	Rp 400.000,00
28	Aqua	3,33	L	Rp 6.000,00	19 L	Rp 19.963,33	Rp 499.083,33	Rp 5.989.000,00
Total						Rp 611.889,56	Rp 15.297.239,03	Rp 183.566.868,33

Sumber : Olahan penulis, 2023

Berdasarkan perhitungan *variabel cost*, dapat dijumlahkan untuk kebutuhan bahan baku sebesar Rp 611.889,56 per harinya, dan sebesar Rp 15.297.239,03

adalah bahan baku per bulan, kemudian di setiap tahun membutuhkan dana sebesar Rp 183.566.868,33.

TABEL 5.13
FIXED COST 'YOUR CHOUX'

No.	Nama	Jumlah
1	Gaji Karyawan	Rp82.700.000
2	Promosi	Rp6.000.000
3	Depresiasi	Rp14.460.500
4	Amortisasi	Rp215.625
Jumlah		Rp103.376.125

Sumber : Olahan penulis, 2023

Pada perhitungan *fixed cost* yang berasal dari gaji karyawan, promosi, depresiasi, hingga amortisasi sebanyak Rp 103.376.125.

TABEL 5.14
MIXED COST 'YOUR CHOUX'

Spesifikasi	Harga	Unit	Total	Unit
Listrik	Rp 200.000	Per Bulan	Rp 2.400.000	Per Tahun
Gas	Rp 300.000	Per Bulan	Rp 3.600.000	Per Tahun
Air	Rp 100.000	Per Bulan	Rp 1.200.000	Per Tahun
Repair & Maintenace	Rp 100.000	Per Bulan	Rp 1.200.000	Per Tahun
Jumlah			Rp 8.400.000	Per Tahum

Sumber : Olahan penulis, 2023

b. *Break Even Point* (BEP)

Menurut Aryo Bogandenta (2013, hal 148) *break even point* merupakan unsur sangat vital dan penting dalam penyusunan analisis keuangan. Analisis *break even point* menjadi acuan dalam melihat

apabila bisnis dapat memberikan keuntungan atau kerugian di masa depan.

Dalam menghitung pengembalian modal dari bisnis, ada rumus yang dapat digunakan yaitu:

$$BEP = \frac{FC}{P - VC}$$

TABEL 5.15
ANALISS BREAK EVEN POINT

Jenis Produk	Pax	Selling Price	Variabel Cost	%	Contribution Margin	CMi*Prop.i	BEP Unit	BEP Harga
<i>Choux Au Craquelin</i>								
Vanila	375	Rp 4.500,00	Rp 1.794	11%	Rp 2.706	290	609	Rp 2.739.123
Greentea	375	Rp 5.000,00	Rp 1.896	11%	Rp 3.104	333	609	Rp 3.043.470
Chocolate	375	Rp 5.500,00	Rp 2.128	11%	Rp 3.372	361	609	Rp 3.347.817
Caramel	375	Rp 5.500,00	Rp 2.128	11%	Rp 3.372	361	609	Rp 3.347.817
Cheesecake	375	Rp 9.500,00	Rp 3.638	11%	Rp 5.862	628	609	Rp 5.782.593
<i>Eclair</i>								
Vanila	250	Rp 4.500,00	Rp 1.794	7%	Rp 2.706	193	406	Rp 1.826.082
Chocolate	250	Rp 5.500,00	Rp 2.128	7%	Rp 3.372	241	406	Rp 2.231.878
Coffe	250	Rp 5.500,00	Rp 2.027	7%	Rp 3.473	248	406	Rp 2.231.878
Caramel	250	Rp 5.500,00	Rp 2.015	7%	Rp 3.485	249	406	Rp 2.231.878
<i>Paris brest</i>								
Vanila	50	Rp 45.000,00	Rp 17.942	1%	Rp 27.058	387	81	Rp 3.652.164
Greentea	50	Rp 50.000,00	Rp 18.962	1%	Rp 31.038	443	81	Rp 4.057.960
Coffe	50	Rp 51.000,00	Rp 20.267	1%	Rp 30.733	439	81	Rp 4.139.119
<i>Chiffon</i>								
Original	75	Rp 18.500,00	Rp 7.328	2%	Rp 11.172	239	122	Rp 2.252.168
Pandan	75	Rp 30.000,00	Rp 11.879	2%	Rp 18.121	388	122	Rp 3.652.164
Chocolate	75	Rp 27.000,00	Rp 10.790	2%	Rp 16.210	347	122	Rp 3.286.947
<i>Teh Buah</i>								
Strawberry tea mint	125	Rp 10.000,00	Rp 3.342	4%	Rp 6.658	238	203	Rp 2.377.888
Mango tea mint	125	Rp 10.000,00	Rp 1.736	4%	Rp 8.264	295	203	Rp 2.951.559
Total	3500	Rp17.205,88		100%	Rp 180.704,16	5681	18196	Rp53.152.502

Sumber: Olahan penulis, 2023

$$\begin{aligned} \text{BEP Waktu} &= \frac{18196}{(3500/25 \text{ hari})} \\ &= 130 \text{ hari (5 Bulan 2 hari)} \end{aligned}$$

Berdasarkan data perhitungan di atas, 'Your Choux' akan mendapatkan modal balik dengan total penjualan Rp 53.152.502 atau sebanyak 18.196 porsi selama 5 bulan 2 hari atau 130 hari kerja.

c. *Cost Volume Profit (CVP)*

Cost volume profit (CVP) ialah suatu cara dalam menganalisis biaya dari produk hingga jumlah volume produk untuk mengetahui laba yang didapatkan. Teknik *cost volume profit* dapat membantu dalam memperoleh informasi detail dari titik impas dan dapat memperkirakan volume produk yang harus dijual.

F. Identifikasi *Cash InFlow* dan *Outflow*

Laporan arus kas menunjukkan bagaimana perubahan aliran kas suatu perusahaan antara aliran masuk dengan aliran keluar. Tujuan laporan arus kas adalah memberikan informasi yang relevan mengenai penerimaan dan pembayaran kas dari suatu perusahaan selama suatu periode tertentu. (Saribu & Tambunan, 2021, hal. 28)

Cash InFlow dapat berupa *variabel cost*, *fixed cost*, dan *mixed cost* yang dimana akan menghasilkan profit. Sementara *cash outflow* adalah kelompok kas yang berasal dari *tangible* dan *intangible* yang juga berpengaruh pada permodalan ke depannya.

a. *Operating Budget*

Operating Budget adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menjalankan kegiatan usaha yang sedang berjalan meliputi gaji karyawan, biaya listrik, biaya air, biaya telepon, pembelian bahan baku untuk produksi, biaya pemasaran, dan biaya lainnya. (Sari & Hasanah, 2012, hal. 49)

Dalam anggaran operasional perusahaan dapat memonitor laba rugi yang didapatkannya. Di bawah ini adalah laporan *income statement* 'Your Choux' dalam 5 tahun ke depan.

TABEL 5.16
INCOME STATEMENT 'YOUR CHOUX'

Year	0	1	2	3	4	5
Capital (Owner's Equity)	Rp356.106.000					
Net Profit + Depreciation and Amortization		Rp102.442.097	Rp107.564.202	Rp191.269.079	Rp200.832.533	Rp210.874.159
Total in Flow	Rp356.106.000	Rp102.442.097	Rp107.564.202	Rp191.269.079	Rp200.832.533	Rp210.874.159
Building	Rp250.000.000					
Working Capital	Rp90.000.000					
Equipment & Furniture	Rp14.956.000					
Legalitas	Rp1.150.000					
Total Out Flow	Rp356.106.000					
Net Cash (In flow-Out flow)		Rp102.442.097	Rp107.564.202	Rp191.269.079	Rp200.832.533	Rp210.874.159
Cash Balance Begining			Rp102.442.097	Rp210.006.299	Rp401.275.378	Rp602.107.911
Cash Balance End		Rp102.442.097	Rp210.006.299	Rp401.275.378	Rp602.107.911	Rp812.982.070
Annual Cash Flow		Rp102.442.097	Rp107.564.202	Rp191.269.079	Rp200.832.533	Rp210.874.159
Average cash flow						Rp162.596.414

Sumber: Olahan penulis, 2023

Pada laporan di atas yang berisikan *income statement* dengan pengeluaran rata-rata sebesar Rp 162.596.414 yang dibebankan dari *in flow* dan *out flow* di tahun pertama sebesar Rp 102.442.097 dan akan ada kenaikan sebanyak 5% setiap tahun dalam kurun waktu 5 tahun.

b. Cash Flow Projection

Cash flow projection ialah aliran kas dapat dilihat kemampuan perusahaan untuk melaksanakan kewajiban-kewajiban keuangannya

(Hidayat, 2020, hal. 121). Laporan pengeluaran ini dapat melihat kenaikan pengeluaran terutama pada upah karyawan hingga pembelian bahan baku.

Dengan adanya pencatatan laporan kas, dapat mengontrol kas yang masuk dan apabila terjadinya transaksi yang membuat kas berubah. Proyeksi *cash flow* menggambarkan kemampuan posisi keuangan perusahaan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mengembalikan kreditnya.

TABEL 5.17
CASH FLOW PROJECTION 'YOUR CHOUX'

Year	1	2	3	4	5
Sales					
Total Sales	Rp383.550.000	Rp402.727.500	Rp422.863.875	Rp444.007.069	Rp466.207.422
Expenses					
Cost of Food Sales	Rp183.566.868	Rp192.745.211	Rp202.382.472	Rp212.501.596	Rp223.126.675
Salaries	Rp82.700.000	Rp86.835.000	Rp91.176.750	Rp95.735.588	Rp100.522.367
Marketing Expenses	Rp6.000.000	Rp6.300.000	Rp6.615.000	Rp6.945.750	Rp7.293.038
Repair & Maintenance	Rp1.200.000	Rp1.260.000	Rp1.323.000	Rp1.389.150	Rp1.458.608
Energi Cost (Air)	Rp1.200.000	Rp1.260.000	Rp1.323.000	Rp1.389.150	Rp1.458.608
Energi Cost (Gas)	Rp3.600.000	Rp3.780.000	Rp3.969.000	Rp4.167.450	Rp4.375.823
Energi Cost (Listrik)	Rp2.400.000	Rp2.520.000	Rp2.646.000	Rp2.778.300	Rp2.917.215
Total Cost Expenses	Rp280.666.868	Rp294.700.211	Rp309.435.222	Rp324.906.983	Rp341.152.332
Gross Opening Profit	Rp102.883.132	Rp108.027.289	Rp113.428.653	Rp119.100.086	Rp125.055.090
Fixed Changes					
Depreciation Expenses	Rp14.460.500	Rp15.183.525	Rp15.942.701	Rp16.739.836	Rp17.576.828
Amotization Expenses	Rp215.625	Rp226.406	Rp237.727	Rp249.613	Rp262.094
Interest Expenses	-	-	-	-	-
Net Profit Before Tax	Rp88.207.007	Rp92.617.357	Rp97.248.225	Rp102.110.636	Rp107.216.168
Tax Expenses (0,5%)	Rp441.035	Rp463.087	Rp486.241	Rp510.553	Rp536.081
Net Profit	Rp87.765.972	Rp92.154.271	Rp96.761.984	Rp101.600.083	Rp106.680.087
TOTAL PROFIT					Rp484.962.397,38

Sumber: *The Secret of Business Plan*, 2013

c. Pengaruh Makro Ekonomi (Inflasi; Pertumbuhan Ekonomi)

Makro ekonomi merupakan ilmu yang mengajarkan keseluruhan data menggunakan skala nasional mengenai tindakan, kegiatan, operasional dan progres dalam memberikan sebuah ketetapan di bidang ekonomi.

Makro ekonomi berperan penting terhadap peningkatan data negara, kehidupan, hingga bisnis yang bertujuan mencegah perubahan nilai mata uang dari sebuah produk atau jasa. Terutama dalam membuka lapangan kerja bahkan mampu menjaga keseimbangan ekonomi negara.

Dalam hal ini, 'Your Choux' ikut memberikan bantuan untuk mencapai tujuan makro ekonomi dalam memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat terutama di Bandung Raya dan sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelia, D. (2022, Juni 22). *Usaha Kuliner di Indonesia dalam Bingkai Statistik*. Diambil kembali dari GoodStats: <https://goodstats.id/article/lebih-dari-10000-usaha-kuliner-ada-di-indonesia-bagaimana-statistiknya-OTIU5>
- Bogadenta, A. (2013). *The Secret of Business Plan*. Jogjakarta: Laksana.
- Chandra, T. (2016). *Investasi Bagi Pemula*. Taman Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: GLOBAL RESEARCH AND CONSULTINGINSTITUTE.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning and Strategy)*. Surabaya: Qiara Media.
- Garaika, & Feriyana, W. (2020). *Akuntansi Manajemen*. Lampung: CV Hira Tech.
- Hariyani, D. S. (2018). *Akuntansi Manajemen*. Malang: Aditya Media Publishing.
- Hidayat, W. W. (2020). *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. Banyumas: Pena Persada.
- Ishikawa, K. (1976). *Guide To Quality Control*. Hong Kong: Asian Productivity Organization.
- Kotler, P. (2010). *Kotler tentang Pemasaran*. Tangerang: Karisma.
- Lyan, H. (2010). *Berani Memulai dan Mejalankan Bisnis Kafe Modern*. Jakarta Timur: Tiga Kelana.
- Minarti, S., Sari, D. M., & Fitriastuti, T. (2017). *Dasar Akuntansi: Pemahaman Konsep dan Praktek*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Muchtar. (2014). *Menyusun Business Plan & Rencana Aksi*. Bandung: Yrama Widya.
- Munawaroh, M., Rimiyati, H., & Hindasah, L. (2016). *Perencanaan Bisnis*. Yogyakarta: LP3M UMY.
- Mutiah, D. (2021, September 25). *Jumlah Pelaku UMKM Kuliner Bandung Terdigitalisasi Meningkat 60 Persen dalam 3 Bulan*. Diambil kembali dari Liputan6: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4667403/jumlah-pelaku-umkm-kuliner-bandung-terdigitalisasi-meningkat-60-persen-dalam-3-bulan>

- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2010). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli*. Jakarta: Atalya Rileni Sudeco.
- Nitisusastro, H. M. (2009). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Nuryakin. (2022). *Manajemen Pemasaran Digital*. Yogyakarta: The Journal Publishing.
- Rangkuti, F. (2000). *Business Plan : Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2006). *Business Plan : Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*. Yogyakarta: Gramedia.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasara*. Makassar: Sah Media.
- Salim, J. (2009). *Step By Step - Toko Online*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sari, E. (2007). *Pertumbuhan dan Efektivitas Organisasi*. Jakarta: Jayabaya University Press.
- Sari, R., & Hasanah, M. (2012). *Pendidikan Kewirausahaan*. Yogyakarta: K-Media.
- Saribu, A. D., & Tambunan, B. H. (2021). *Akuntansi Keuangan Menengah I*. LPPM UHN Press.
- Sayuti, A. J. (2015). *Pengantar Bisnis : Dalam Perspektif Aktivitas dan Kelembagaan*. Bandung: Alfabeta.
- Situmorang, S. H. (2009). *BISNIS ; PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Stanton, W. J., & Lamarto, Y. (1984). *Prinsip Pemasaran*. McGraw-Hill, Inc.
- Sutisna, T. (2019, November 19). *Paxel: Hampir 50 Persen Pengiriman dalam Layanannya adalah Makanan*. Diambil kembali dari Akurat: <https://akurat.co/paxel-hampir-50-persen-pengiriman-dalam-layanannya-adalah-makanan>
- Utama, R. E., Gani, N. A., Jaharuddin, & Priharta, A. (2019). *Manajemen Operasi*. Tangerang: UM Jakarta Press Publishing.
- Wibowo, A. (2021). *Branding Digital (Merek Digital)*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- ZA, S. Z. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Strategi*. Leneng: Forum Pemuda Aswaja.

LAMPIRAN

FORMULIR BUKTI BIMBINGAN



**KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/
BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**
Jalan Dr. Setiabudhi No. 186 Bandung 40141
Telepon (022) 2011456; Faksimile (022) 2012097; Laman www.stp-bandung.ac.id



FORMULIR BIMBINGAN TUGAS AKHIR/ PROYEK AKHIR

KETENTUAN :

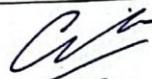
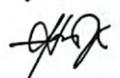
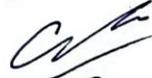
1. Formulir ini disimpan oleh yang bersangkutan, untuk diserahkan ke Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama pada saat selesai bimbingan.
2. Pembimbing diwajibkan mengisi kolom uraian kegiatan menyangkut materi yang dibicarakan pada setiap pertemuan.
3. Pembimbing diwajibkan menandatangani formulir ini pada kolom yang disediakan
4. Apabila Tim Pembimbing menyetujui Tugas Akhir/Proyek Akhir ini untuk diajukan kepada Panitia Ujian Sidang, maka pada saat bimbingan berakhir, Tim Pembimbing diwajibkan menandatangani persetujuannya.
5. Hanya Tugas Akhir/Proyek Akhir yang telah mendapatkan tanda tangan persetujuan yang berhak mengikuti Ujian Sidang.

NAMA : ALMA NABILA PROGRAM STUDI : SPP
NIM : 2020411070 JURUSAN : PERHOTELAN

JUDUL TUGAS AKHIR /PROYEK AKHIR

PERENCANAAN BISNIS ONLINE BERBASIS CHOUX 'YOUR CHOUX' DI BANDUNG RAYA

HARI/TANGGAL	URAIAN KEGIATAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
Jumat/17-03-2023	Pembahasan Bab 1 Latar Belakang - Data pesaing : survei - Cara produksi - Karakteristik bisnis - Analisis SWOT	
Jumat/10-03-2023	Prosedur Pembuatan TA - Media bimbingan TA - Overview penelitian, screenshot bimbingan zoom /telegram - Penulisan introduction	

HARI/TANGGAL	URAIAN KEGIATAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
Rabu/29-03-2023	Bab I : Bu Macit	
Kamis/30-03-2023	Bab I : Pak Warta	
Selasa/18-04-2023	Bab I-III: Bu Macit	
Kamis/15-04-2023	Revisi Bab I : Pak Warta	
Jumat/28-04-2023	Revisi Bab I-III : Pak Warta	
Selasa/2-05-2023	UP Bab I-III : Bu Macit	
Senin/19-06-2023	Pengamatan sidang TA : Bu Macit	
Senin/19-06-2023	Bab IV-V : Pak Warta	
Rabu/21-06-2023		

Bandung, 21 Juni 2023

Disetujui/diajukan
Kepada Panitia Ujian Sidang

Untuk mengikuti Ujian Sidang Periode Agustus 2023

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,


Made Citra Yuniastuti, SE., MM.
NIP. 19820603 200902 2 005

Warta Sumirat, M.Pd.
NIP. 19700611 199803 1 001

BIODATA

A. Data Pribadi

Nama : Alma Nabila
 NIM : 2020411070
 Tempat, Tanggal Lahir : Bandung, 22 Juni 2001
 Agama : Islam
 Alamat Rumah : Bukit Permata Cimahi Blok G10/12, RT/RW 09/22,
 Cilame, Ngamprah, Kabupaten Bandung Barat
 Email : 22alma.nabila@gmail.com

B. Data Orang Tua

Nama Ayah : Yudi Hendrawan
 Pekerjaan : Karyawan Swasta
 Nama Ibu : Yessi Agustini
 Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
 Alamat Rumah : Bukit Permata Cimahi Blok G10/12, RT/RW 09/22,
 Cilame, Ngamprah, Kabupaten Bandung Barat

C. Riwayat Pendidikan

Nama Sekolah	Tahun	Keterangan
SDN Cimahi Mandiri 1	2008 – 2014	LULUS
MTs Assakinah Tsanawiyah	2014 – 2017	LULUS
SMKN 3 Cimahi	2017 – 2020	LULUS
Politekpar NHI Bandung	2020 – 2023	LULUS