

BAB 1

DESKRIPSI BISNIS

1.1 Latar Belakang

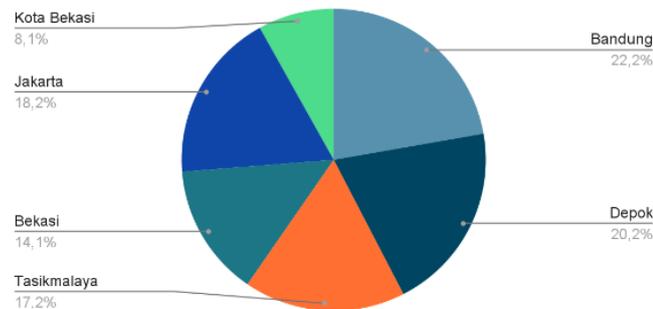
Industri makanan dan minuman (F&B) merupakan salah satu sektor yang terus berkembang di Indonesia. Terlebih lagi, pengeluaran terbesar warga Indonesia secara konsisten adalah untuk memenuhi kebutuhan makanan. Kota Bandung, sebagai salah satu kota wisata terkenal, tidak hanya menjadi tempat tujuan liburan tetapi juga memiliki potensi bisnis F&B yang besar.

Berdasarkan olahan data dari *Google Trends* selama 12 bulan terakhir, terlihat bahwa arus naik turun bisnis kuliner di Jawa Barat, khususnya di Bandung, sangat signifikan. Bandung bahkan masuk dalam 6 besar kota dengan bisnis kuliner terbanyak setelah Depok (Gambar 1). Data ini menjadi alasan kuat bagi penulis untuk membuka sebuah bisnis kuliner di Bandung, mengingat potensi pasar yang masih sangat terbuka.

GAMBAR 1

ARUS BISNIS KULINER DI JAWA BARAT

Data 6 Besar Kota di Jawa Barat Dengan Banyak Bisnis Kuliner



Sumber: *Google Trends*, 2022

Selain itu, berubahnya lanskap bisnis secara keseluruhan selama pandemi COVID-19 juga pasar F&B masih mendominasi di Indonesia yang terlihat dengan tetap meningkatnya pendapatan layanan pesan-antar makanan. Meskipun banyak sektor yang mengalami penurunan, namun sektor kuliner memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat. Didukung dengan salah satu temuan dari *GoodStats* 2022 yang menyatakan bahwa 85,55% usaha kuliner di Indonesia telah berbasis online dalam layanan penjualannya. Transformasi digital yang semakin masif, terutama akibat pandemi, telah mengubah cara orang memesan makanan, dengan platform pihak ketiga seperti GoFood, GrabFood, dan Shopee Food menjadi pilihan utama, mencakup 61,69% dari total penjualan. Penjualan melalui media sosial juga signifikan, mencapai 49,69%, sementara penjualan melalui *website* mencapai 17,62%.

Meskipun bisnis kuliner online menawarkan peluang, tetapi sulit untuk bertahan dan berkembang dalam persaingan yang semakin ketat tanpa inovasi dan perencanaan yang matang. Selain itu, banyak perusahaan makanan dan minuman (F&B) mengalami penurunan omset selama pandemi karena pembatasan seperti PPKM, tetapi kemudian beralih ke bisnis online.

"My.bakely", yang baru didirikan pada awal tahun 2023, adalah salah satu bisnis online baru di Bandung. Bisnis ini menawarkan tartlet sebagai produk utamanya. Dikarenakan masih jarang ditemukan di pasaran Bandung, Tartlet juga dipilih sebagai fokus karena memiliki potensi variasi rasa yang luas dan tampilan yang menarik dan dapat menjadi

produk dengan estetika yang unik.

Online marketing didefinisikan sebagai penggunaan teknologi informasi dalam proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan serta mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya, menurut Strauss et al. (2009). Namun, menurut Turban et al. (2008), bisnis online memiliki definisi yang lebih luas daripada e-commerce, yang mencakup selain menjual barang dan jasa, memberikan layanan kepada pelanggan, bekerja sama dengan mitra bisnis, dan melakukan transaksi elektronik dalam suatu organisasi. Oleh karena itu, My.bakely memanfaatkan platform online, termasuk Instagram, TikTok, dan website resmi, untuk menciptakan visibilitas, berkomunikasi dengan pelanggan.

Perencanaan Usaha ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang “My.bakely”, mengidentifikasi target pasar yang tepat, merumuskan strategi pemasaran yang efektif, serta melihat perkembangan bisnis kedepannya. Dengan memahami tren bisnis online, kebutuhan pelanggan, dan strategi yang tepat, penelitian ini akan memberikan pandangan yang berharga bagi pengembangan bisnis kuliner online di Kota Bandung.

1.2 Gambar Umum Bisnis

Penulis terinspirasi oleh kesuksesan *pastry shop* Leckerbaer, yang didirikan di Kopenhagen, Denmark, oleh Jakob dan Gabi Bär Mogensen, yang keduanya memiliki pengalaman luas di kancah restoran Michelin

Eropa. (gambar 2) Penulis merasa terdorong untuk mengembangkan bisnis kulinernya di Bandung dengan jenis produk yang sama (gambar 3).

GAMBAR 2

PRODUK LECKERBAER



Sumber : Leckerbaer, 2021

GAMBAR 3

PRODUK MY.BAKELY



Pada awal tahun 2023, selama 6 bulan terakhir, penulis berhasil menjalankan bisnis tartlet dengan sukses. Dengan fokus pada penjualan secara pre-order, pelanggan dapat dengan mudah memesan tartlet dengan berbagai rasa melalui platform online pada hari-hari tertentu. Melihat adanya minat yang terus meningkat dari pelanggan, penulis memutuskan untuk meningkatkan usaha mereka.

Memahami potensi pasar online yang lebih luas, penulis memutuskan untuk membuka kembali usahanya dengan pendekatan yang lebih baik. Kini, bisnis tartlet tersebut telah diadaptasi ke dalam bentuk online, memungkinkan pelanggan untuk lebih mudah menjelajahi pilihan rasanya dan melakukan pemesanan melalui situs web atau aplikasi khusus. Keputusan ini diambil dengan harapan dapat menjangkau lebih banyak pelanggan potensial dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman melalui platform digital.

Dengan adanya keberlanjutan usaha ini, penulis berkomitmen untuk memberikan kualitas tartlet yang tinggi dan variasi rasa yang menarik kepada pelanggan mereka. Dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dan kemudahan berbelanja online, penulis berharap dapat terus membangun hubungan positif dengan pelanggan serta memperluas jangkauan bisnis tartlet mereka di dunia maya.

Menurut Ibnu (2020), logo adalah representasi identitas suatu organisasi kepada masyarakat umum. Logo memainkan peran penting dalam menunjukkan identitas perusahaan dan meninggalkan kesan kuat

pada pelanggan. Penulis merancang logo perusahaan dengan teliti karena mereka menyadari pentingnya logo.

GAMBAR 4
LOGO BISNIS MY.BAKELY



Logo ini menggunakan latar biru tua yang menunjukkan kesan sederhana dan elegan, menggunakan *font Playlist Script*, dan menampilkan gambar daun yang menunjukkan *garnish* kue yang dipilih untuk menambah daya tarik. Slogan "*Try it first*" mendorong pelanggan untuk mencoba tartlet yang ditawarkan penulis terlebih dahulu (gambar 4).

Penulis juga memperhatikan pemilihan nama perusahaan. "My.bakely" adalah nama yang dipilih dengan hati-hati yang berasal dari gabungan kata "*My Bake*", yang berarti dalam bahasa Inggris "kue saya", dan menambahkan imbuhan "-ly" untuk memberikan kesan khusus. Nama ini disesuaikan dengan tujuan, visi, dan misi perusahaan.

Penulis berusaha untuk menciptakan identitas perusahaan yang kuat dan menarik bagi calon konsumen dengan langkah-langkah ini. Logo dan nama bisnis yang dipilih dengan hati dapat membantu membedakan "My.bakely" di pasar kuliner Bandung yang semakin kompetitif.

1.3 Visi dan Misi

Kotler menggambarkan visi sebagai "pernyataan tentang tujuan organisasi yang diekspresikan dalam produk dan pelayanan yang ditawarkan, kebutuhan yang dapat ditanggulangi, kelompok masyarakat yang dilayani, nilai-nilai yang diperoleh, aspirasi dan cita-cita masa depan", seperti yang dikutip oleh Nawawi (2017). Dengan demikian, visi dapat didefinisikan sebagai pernyataan strategis yang menggabungkan prinsip dan tujuan organisasi dan berfungsi sebagai jalan dan tujuan organisasi.

Sedangkan, Misi adalah penetapan tujuan atau sasaran perusahaan dalam jangka pendek (biasanya 1 hingga 3 tahun), menurut Wibisono (2006). Jadi misi adalah tatanan cara bagaimana penulis dapat mencapai visi yang diciptakan.

Visi:

"Menjadi penyedia tartlet terkemuka di Bandung dengan citarasa dan kualitas terbaik, serta menjadi pilihan utama pelanggan untuk kepuasan rasa."

Misi:

1. Menyajikan tartlet berkualitas tinggi dengan bahan-bahan segar dan berkualitas.
2. Memberikan pilihan varian tartlet yang beragam untuk memenuhi selera pelanggan.
3. Memberikan layanan pengiriman yang cepat dan aman ke seluruh wilayah Bandung.

4. Berkomitmen untuk inovasi dalam menciptakan rasa tartlet yang unik dan menggugah selera.
5. Menjaga kepuasan pelanggan dengan responsif terhadap pertanyaan dan keluhan mereka

1.4 SWOT Analysis

Analisis SWOT adalah "metode yang digunakan sebagai salah satu tools untuk merumuskan strategi manajemen suatu perusahaan" (Mughtar, 2014, hal. 158). Pembisnis sering menggunakannya untuk mengetahui kapasitas perusahaan dan merencanakan alur kerja yang akan datang.

Analisis SWOT adalah "evaluasi faktor internal perusahaan berupa (*Strengths*) kekuatan dan (*Weaknesses*) kelemahannya dan faktor eksternal berupa (*Opportunities*) peluang dan (*Threats*) tantangan" (Situmorang, 2009, hal. 237). Analisis ini dapat menunjukkan posisi perusahaan untuk berkembang dan bersaing dengan produk serupa. Berikut adalah hasil Analisis SWOT yang sudah di evaluasi oleh penulis:

TABEL 1
ANALISIS SWOT BISNIS MY.BAKELY

INTERNAL	
<i>STRENGTHS</i>	<i>WEAKNESSES</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk berkualitas 2. Keunikan produk 3. Fleksibilitas untuk menyesuaikan rasa tartlet khusus untuk acara tertentu 4. Online presence untuk mencapai pelanggan potensial secara global dengan biaya rendah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan sumber daya dalam hal modal dan peralatan. 2. Konsistensi Kualitas
EKSTERNAL	
<i>OPPORTUNITIES</i>	<i>THREATS</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasar yang berkembang 2. Peluang berkelanjutan online 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketidakstabilan Ekonomi 2. Perubahan Tren Konsumen 3. Persaingan yang Kuat 4. Fluktuasi Harga Bahan Baku

Tabel di atas menunjukkan bahwa penulis memutuskan untuk menggunakan strategi yang terintegrasi untuk memulai bisnis tartlet. Penulis akan mempertahankan kekuatan dalam bisnis ini, seperti memastikan staf dilatih dan diawasi dengan cermat untuk menjaga standar

kualitas tinggi, dan memberikan pembaruan resep atau variasi rasa secara berkala untuk menarik perhatian pelanggan dan menumbuhkan loyalitas. Dengan memastikan bahwa saluran media sosial dan situs web terus diperbarui dengan konten yang menarik dan menjawab pertanyaan pelanggan, kehadiran online bisnis penulis akan ditingkatkan.

Penulis akan menerapkan prosedur *quality control* yang ketat dan memberikan pelatihan yang berkelanjutan bagi karyawan supaya produk yang dihasilkan dapat terus konsisten. Sedangkan untuk mengatasi masalah seperti keterbatasan modal, dengan mencari pendanaan melalui pinjaman kecil, program dukungan bisnis kecil, atau investasi dari pihak ketiga.

Penulis juga akan aktif memanfaatkan peluang yang ada, seperti memperluas produk dengan menambah variasi seperti tartlet khusus musim atau edisi terbatas, serta meningkatkan kehadiran online melalui iklan berbayar, kolaborasi dengan *influencer*, atau bergabung dengan platform *e-commerce* yang lebih besar. Penulis akan fokus pada pengembangan merek yang kuat melalui strategi pemasaran yang kreatif dan konsisten untuk menarik perhatian pelanggan dan membedakan bisnis dari pesaing.

Penulis juga akan berusaha meminimalisir ancaman yang kemungkinan dapat terjadi. Untuk mengatasi ketidakstabilan ekonomi, penulis akan terus mengamati perekonomian dan mengembangkan metode yang memungkinkan perubahan cepat, seperti memberikan paket yang lebih murah. Dengan mendengarkan pelanggan, melakukan riset pasar, dan

berinovasi, penulis akan tetap mengikuti arus perubahan tren konsumen. Penulis akan menangani persaingan yang ketat dengan berfokus pada produk, kualitas, dan layanan pelanggan yang superior.

Terakhir, penulis akan melindungi perusahaan dari fluktuasi harga bahan baku dengan menjalin kontrak jangka panjang dengan pemasok, memantau harga bahan baku, dan memiliki rencana cadangan untuk mengatasi kenaikan biaya untuk mengatasi fluktuasi harga bahan baku. Penulis berharap bisnis tartlet mereka akan berkembang dan sukses di pasar yang kompetitif dengan strategi ini.

1.5 Spesifikasi Produk

Menurut Ulrich dan Eppinger (2003, p. 72), spesifikasi produk adalah penjelasan rinci tentang fungsi yang diharapkan dari suatu produk untuk penggunaannya. Berikut adalah penjelasan mengenai bahan yang digunakan untuk membuat produk tartlet di bisnis “My.Bakely”:

TABEL 2
SPESIFIKASI PRODUK

No.	Nama Produk	Bahan	Rasa
1.	Lemon Tartlet	Tepung terigu, telur, margarin, gula halus, garam, lemon, gelatin	Tekstur : kulit tart yang renyah dipadukan dengan rasa asam dari lemon creamnya dan rasa manis dari burnt meringue
2.	Fruit Tartlet	Tepung terigu, telur, margarin, gula halus, garam, susu, tepung jagung, buah, agar-agar	Tekstur : kulit tart yang renyah dipadukan dengan rasa manis dari cream flan dan buah segar
3.	Banoffee Tartlet	Tepung terigu, telur, margarin, gula halus, garam, karamel, cream, bubuk cocoa, pisang, bubuk kopi	Tekstur : kulit tart yang renyah dipadukan dengan rasa asin dari karamel, rasa manis dari cream dan pisang, dan rasa pahit dari kopi
4.	Chocolate Tartlet	Tepung terigu, telur, margarin, gula halus, garam, coklat, madu, cream, bubuk cocoa, gelatin	Tekstur : kulit tart yang renyah dipadukan dengan ganache coklat yang lumer dimulut

“My.bakely” ini memiliki banyak karakteristik. Pertama, diameter tartletnya kira-kira 8 cm, yang merupakan ukuran yang sesuai untuk satu porsi. Selain itu, tartlet tersedia dalam berbagai rasa, seperti tartlet cokelat, tartlet buah, tartlet lemon, dan tartlet banoffee, yang memberi pelanggan banyak pilihan untuk memenuhi selera mereka. Karena produk ini tidak memiliki perisa tambahan, pelanggan dapat menikmati rasa tartlet asli tanpa merasa terlalu manis atau terlalu kuat. Ini adalah salah satu keunggulan produk ini. Kualitas dan keasliannya pada setiap gigitan ditampilkan dengan keistimewaan ini.

Masa kadaluarsa tartlet ini agak pendek karena berfokus pada kesegaran. Untuk menjaga kualitasnya, mereka harus dimakan dalam tiga hari setelah pembelian. Terakhir, untuk memastikan bahwa tartlet tetap segar dan enak, pastikan untuk menyimpannya di tempat yang sejuk dan dingin. Memilih cara penyimpanan yang tepat akan membantu menjaga rasa dan tekstur tartlet sehingga konsumen dapat makan dengan sempurna.

1.6 Jenis Usaha

Sebelum memulai usaha, pengusaha harus memilih jenis usaha. Macam jenis usaha milik swasta yaitu:

- Perusahaan Perseorangan (PO) : badan usaha yang dimiliki oleh individu
- Perseroan Terbatas (PT) : kegiatan usaha dengan modal yang terbagi dalam saham
- *Commanditaire Vennootschap* (CV) : bentuk kemitraan dengan dua orang atau lebih untuk menjalankan usaha
- Firma : persekutuan untuk menjalankan usaha menggunakan satu nama

Di Indonesia, perusahaan perseorangan sangat umum. Perusahaan jenis ini biasanya digunakan untuk bisnis kecil atau pada tahap awal. Jumlah penjualan masing-masing sangat kecil dibandingkan dengan perusahaan lain, meskipun ada banyak perusahaan di sini. Dibandingkan dengan jenis perusahaan lainnya, izin yang diperlukan untuk mendirikan perusahaan perseorangan lebih mudah dan lebih sederhana. Pemerintah

saat ini lebih memperhatikan pengimbangan bisnis perusahaan-perusahaan kecil sebagai bagian dari upaya mereka untuk berkembang.

Dalam buku mereka yang berjudul "Dasar Dasar Ekonomi Perusahaan", Murti Sumarni dan Jhon Suprianto menyatakan bahwa perusahaan perseorangan adalah perusahaan yang dimiliki, dikelola, dan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab sepenuhnya atas semua risiko dan tindakan yang berkaitan dengan perusahaan tersebut.

Karena perusahaan masih baru dan kecil, penulis memilih untuk mengambil bisnis perseorangan sehingga mereka dapat mengelola dan mengawasi seluruh pekerjaan secara mandiri. Namun, karena hanya satu orang yang mengelola perusahaan, penulis mungkin menghadapi kendala sumber daya, tenaga kerja, dan keahlian yang terbatas. Pemilik juga memiliki kendali penuh atas operasi dan pengambilan keputusan. Seluruh tanggung jawab atas operasi dan kewajiban ditanggung oleh satu individu. Selain itu, keuntungan dari penjualan dinikmati sendiri tanpa dibagi kepada pihak lain. Dengan demikian, penghasilan pemilik dapat digunakan untuk modal usaha, tetapi terbatas dalam mengumpulkan modal karena bergantung pada sumber daya pribadi pemilik.

1.7 Aspek Legalitas

Menurut Indrawati (2021), legalitas usaha, atau izin usaha, adalah komponen penting dalam menunjukkan identitas diri untuk melegalkan usaha agar dapat diterima dalam masyarakat. Karena tujuan utama bisnis adalah untuk menghasilkan keuntungan, perusahaan yang beroperasi dalam berbagai sektor bisnis yang sah harus mendapatkan izin dari otoritas

yang berwenang. Suatu usaha harus mematuhi aspek legalitas dan persyaratan hukum agar dapat diakui sebagai sah dan beroperasi secara resmi di wilayah bisnisnya.

Manfaat adanya legalitas UMKM: Sebagai Sarana Perlindungan Hukum Dengan memiliki legalitas usaha, ini menjadi bukti bahwa perusahaan penulis patuh pada peraturan hukum. Dengan demikian, perusahaan penulis diakui oleh pemerintah, yang menghindari tindakan hukum.

Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan: Perizinan bisnis adalah bentuk promosi tak langsung. Izin usaha juga menunjukkan kredibilitas. Ketika reputasi bisnis penulis telah diuji, orang akan lebih percaya dan memilih barang atau jasa yang ditawarkan oleh mereka.

Memudahkan Kerjasama atau Kolaborasi: Produk bisnis penulis harus memiliki izin yang sah untuk bekerja sama dengan perusahaan berbadan hukum atau entitas pemerintah.

Mendapat Dukungan Pemerintah: Pemerintah sering memberikan dukungan kepada UMKM melalui program seperti modal, pengembangan sumber daya manusia, promosi, dan fasilitas lainnya. Bantuan ini hanya dapat diakses oleh pelaku UMKM yang memiliki izin usaha.

legalitas yang dibutuhkan saat mendirikan UMKM:

A. Izin Administrasi

1. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

2. Nomor Induk Berusaha (NIB)

- NIK

- NPWP
 - Sertifikat SNI
 - Sertifikat Halal
3. Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK)
 4. HKI Merek
 5. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

B. Izin Edar

1. Perizinan Industri Rumah Tangga (PIRT) - berlaku 5 tahun
2. Halal MUI - berlaku 2 tahun
3. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)

C. Surat Izin Tempat Usaha (SITU) / Izin Ganggu (HO)

surat izin dari pemerintah kota atau kabupaten yang wajib dimiliki setiap pelaku usaha yang tempat usahanya dapat menimbulkan gangguan, bahaya, atau rasa ketidaknyamanan bagi warga di sekitarnya. Masa berlaku 3 tahun

Biaya Retribusi Izin HO = Tarif Dasar Retribusi x Indeks luas lokasi x Indeks lokasi x Indeks Gangguan

1. Mengisi formulir permohonan.
2. Surat pernyataan dari tetangga sekitar. (Min. 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 NPWP
8. Fotokopi PBB yang sudah lunas setahun terakhir.
9. Upaya Pengelolaan Lingkungan Hidup-Upaya Pemantauan Lingkungan Hidup (UK-UPLH)

D. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

Surat ini diperlukan jika ingin memulai bisnis dengan jenis usaha, Perusahaan Perseorangan

SIUP dikategorikan menjadi 3 jenis:

note : Penetapan Tarif Ruang Usaha: Rp. 1.250/m²

TABEL 3
PERHITUNGAN BIAYA SIUP

Jenis	Modal Usaha	Perhitungan Biaya
Kecil	< 200.000.000	Luas Ruang Usaha x Tarif Ruang Usaha x Indeks Lokasi x Indeks Investasi + Rp. 50.000
Menengah	200.000.000 - 500.000.000	Luas Ruang Usaha x Tarif Ruang Usaha x Indeks Lokasi x Indeks Investasi + Rp. 100.000
Besar	> 500.000.000	Luas Ruang Usaha x Tarif Ruang Usaha x Indeks Lokasi x Indeks Investasi + Rp. 200.000

1. Fotokopi KTP pemegang saham perusahaan
2. Fotokopi NPWP
3. Fotokopi SITU dari Pemerintah Daerah (Pemda)
4. Neraca koperasi terbaru
5. Materai senilai Rp 10.000
6. Pas Foto pemilik perusahaan dengan ukuran 4 x 6 (2 lembar)
7. Izin lain yang terkait setempat.