

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Prospek kepariwisataan di Indonesia sangat cerah dan memiliki posisi yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Indonesia memiliki banyak potensi dan sumber daya alam yang belum dikembangkan serta dimanfaatkan secara maksimal (Mularsari, 2022). Salah satu kekayaan yang dimiliki oleh Indonesia adalah keanekaragaman kulinernya yang terus berkembang tidak hanya dari segi rasa dan keunikannya namun juga pemanfaatan teknologi yang dapat memperluas jangkauan masyarakat untuk dapat mengeksplor berbagai makanan yang ada. Kuliner juga dapat menjadi bisnis yang sangat menjanjikan, karena kuliner dapat menjadi ikon dari suatu daerah dan eksistensinya tidak lekang oleh waktu.

Menurut Angelia (2022), usaha kuliner di Indonesia terus bertumbuh dengan total mencapai lebih dari 10.000 unit. Mengutip data Badan Pusat Statistik yang dirilis pada bulan Juni 2022, terdapat 11.223 usaha kuliner yang tersebar di Indonesia, dimana hal ini membuktikan bahwa jumlah usaha kuliner selalu meningkat di Indonesia. DKI Jakarta menjadi provinsi dengan usaha kuliner terbanyak di Indonesia dengan total 5.159 usaha dan Jawa Barat berada di urutan kedua dengan total usaha kuliner sebanyak 1.414 pada tahun 2020.

Berikut data presentase provinsi dengan usaha kuliner terbanyak di Indonesia:

GAMBAR 1. 1

Data 10 Provinsi Dengan Usaha Kuliner Terbanyak di Indonesia Tahun 2020



Sumber: <https://goodstats.id>, 2022

Selain daerah, sarana promosi juga menjadi faktor yang cukup penting dalam mendirikan suatu usaha. Sarana promosi yang paling banyak digunakan oleh pengusaha kuliner pada saat ini adalah internet/*online*. Sarana promosi tersebut sangat memudahkan pengusaha khususnya di kota-kota besar dalam memperkenalkan dan memasarkan produk yang dijualnya. Proses pendistribusian produk ketangan konsumen pun menjadi sangat mudah, serta membantu pengusaha untuk menjangkau konsumen lebih luas lagi. Selain internet dan online, penggunaan media lain seperti spanduk, brosur, televisi/radio dan media iklan lainnya masih tetap digunakan hingga saat ini.

Berikut data presentase sarana promosi paling banyak digunakan pengusaha kuliner pada tahun 2020:

GAMBAR 1. 2

Sarana Promosi Paling Banyak Digunakan Pengusaha Kuliner Tahun 2020



Sumber: : <https://goodstats.id>, 2022

Jika merujuk pada data hasil survei Badan Pusat Statistik (BPS), sekitar 85,55 persen usaha kuliner di Indonesia sudah menyediakan layanan penjualan secara online. Sekitar 61,69 persen merupakan presentase layanan pemesanan dari pihak ketiga seperti GoFood, GrabFood, ShopeeFood yang mana menjadi sarana penjualan online paling banyak digunakan oleh pengusaha kuliner. Sementara itu presentase penjualan online melalui media sosial yang dilakukan pengusaha kuliner adalah sebesar 49,69 persen dan 17,62 persennya merupakan penjualan melalui website.

Bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seseorang atau sebuah organisasi yang menjual barang atau layanan kepada *customer* untuk memperoleh keuntungan. Menurut Musselman (1992), bisnis adalah keseluruhan aktifitas yang diorganisir oleh orang yang tidak berurusan dalam industri atau

perniagaan yang menyediakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan akan kualitas hidup yang lebih baik. Sedangkan menurut Kasmir dan Jakfar (2012), bisnis adalah suatu usaha yang dijalankan dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Melihat pengertian para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan kegiatan yang berhubungan dengan produksi dan jual-beli barang maupun jasa dengan tujuan memperoleh laba (keuntungan).

Berdasarkan data yang sudah dikumpulkan terlihat adanya peluang yang cukup besar dari bisnis kuliner secara online. Di tengah maraknya bisnis kuliner yang sudah ada, penulis berencana mendirikan bisnis *online cake shop* bercita rasa nusantara. Terlebih jika dilihat dari laman resmi Bank BJB (2023), dijelaskan bahwa menghadirkan makanan tradisional dengan tampilan atau penyajian yang lebih kontemporer (modern) dapat menarik minat pelanggan serta merupakan salah satu ide makanan yang paling diburu pada tahun 2023. Pada kesempatan ini, penulis membuat perencanaan bisnis online “CAKEIN AJA” di Cibinong, Jawa Barat dan berencana memasarkannya di berbagai platform seperti *Instagram*, *Tiktok* dan *WhatsApp Business* serta bekerjasama dengan kurir *Paxel* juga platform *GoFood* untuk membantu dalam pengiriman produk.

B. Gambaran Umum Usaha

1. Deskripsi Umum Bisnis

Meningkatnya penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari masyarakat membuat banyak peluang baru dalam mendirikan usaha. Bisnis online merupakan bisnis yang dilakukan dengan internet sebagai media pemasaran suatu

produk atau jasa. Bisnis online menjadi salah satu pilihan yang menjanjikan bagi pengusaha. Selain mempermudah dalam pemasaran produk, bisnis online juga memperluas jangkauan pelanggan yang dapat di peroleh suatu usaha. Memakai jasa pihak ketiga sebagai kurir, ini membantu pemilik usaha untuk mengantarkan produknya hingga ke tangan konsumen dengan lebih mudah. Penggunaan internet sebagai media penjualan juga memudahkan konsumen dalam berbelanja, karena konsumen tidak perlu mendatangi toko secara langsung. Hanya dengan satu klik konsumen sudah dapat berbelanja dengan nyaman.

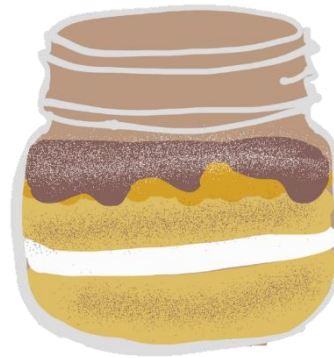
Melihat tingginya antusiasme masyarakat terhadap individual *cake* terutama setelah maraknya dessert box pada masa pandemi Covid-19, memunculkan peluang dalam membuat dan memasarkan produk *individual cake* yang aman dikirim hingga ke tangan konsumen serta mudah untuk dikonsumsi. Dengan cita rasa yang unik dan belum pernah dibuat sebelumnya, penulis berencana membuat *cake in jar* dengan mengusung tema “*Taste of Nusantara*”.

Banyaknya makanan tradisional yang dimiliki oleh Indonesia memunculkan sebuah peluang baru yang cukup menjanjikan, yaitu bisnis kuliner dengan cita rasa khas nusantara. Dengan mengubah berbagai jajanan tradisional khas daerah-daerah di Indonesia menjadi sebuah *cake* yang dapat dikonsumsi berbagai kalangan, penulis berencana menggabungkan *trend cake* modern dengan kue atau bahan-bahan khas Indonesia.

Produk utama “CAKEIN AJA” adalah *cake in jar*. *Cake* ini nantinya akan dimasukkan ke dalam jar yang dapat mempermudah dalam pengiriman sampai ke tangan konsumen. Selain itu, penggunaan jar juga dapat membantu konsumen saat mengonsumsi *cake* tersebut. Dengan menggunakan jar, *cake* dapat

dikonsumsi di mana pun dan kapan pun. Jar ini nantinya dapat konsumen gunakan kembali sebagai wadah penyimpanan makanan atau barang karena sifatnya yang *reusable* dan kokoh.

GAMBAR 1. 3
ILUSTRASI GODOK BATINTA IN JAR “CAKEIN AJA”



Sumber: Olahan Penulis, 2023

Cake in jar yang di jual oleh “CAKEIN AJA” memiliki berbagai varian rasa yaitu godok batinta, klepon, dan talas ungu.. Godok batinta sendiri merupakan jajanan khas ramadhan di kota Bukittinggi, Sumatera Barat yang terbuat dari pisang dan di siram dengan gula merah kental berwarna gelap pekat menyerupai tinta. Pemberian nama godok batinta sendiri karena sausnya yang berwarna coklat pekat hampir menyerupai warna tinta. Jajanan ini cukup sulit ditemukan pada bulan-bulan lain. Bahkan, banyak yang tidak mengetahui apa itu godok batinta karena memang tidak banyak daerah di Sumatera Barat yang menjualnya.

Klepon merupakan jajanan tradisional yang terbuat dari tepung beras ketan yang dibentuk menjadi bulatan kecil dan diisi dengan gula merah, lalu dilapisi parutan kelapa pada bagian luarnya. Klepon merupakan salah satu jajanan tradisional nusantara yang cukup mudah ditemukan di pasar tradisional maupun

acara-acara khusus. Di lansir dari laman *orami.co.id*, nama klepon diambil dari bahasa jawa yang berarti “indung telur hewan”. Rasanya yang manis dan teksturnya yang kenyal menciptakan sensasi tersendiri saat memakannya. Talas di pilih karena Bogor terkenal dengan oleh-oleh khasnya yaitu “bolu talas Bogor”. Pemilihan makanan-makanan tersebut untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas akan jajanan dan kue tradisional yang dimiliki Indonesia. Nantinya, “CAKEIN AJA” akan mengeluarkan varian rasa baru yang berasal dari jajanan atau kue tradisional daerah lainnya di nusantara dengan gaya yang lebih modern dan praktis agar menarik dan mudah diperkenalkan kepada masyarakat luas.

Cake in jar yang di jual “CAKEIN AJA” akan dipasarkan melalui berbagai sosial media seperti Instagram dan Tiktok. Dengan menggunakan dua *platform* tersebut, penulis berencana membuat berbagai *content* yang kreatif untuk menarik minat *viewers* agar produk *cake in jar* semakin di kenal. Pendistribusian menggunakan pihak ketiga (seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood) memudahkan dan memperluas jangkauan pelanggan yang dapat di raih. Karena itu, selain memasarkan dan menjual produk di media sosial, “CAKEIN AJA” berencana memasuki pasar yang lebih luas lagi dengan cara bergabung dalam berbagai e-commers yang ada di indonesia.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Menurut Pile (2017), alasan dibutuhkannya upaya menciptakan nama yang menarik, kuat dan inventif yaitu karena nama dapat menjadi cara yang mudah untuk mengomunikasikan ide-ide yang kompleks dan merupakan alat

komunikasi yang kuat serta merupakan bentuk komunikasi bisnis yang paling mendalam.

Online cake shop yang dirancang penulis memiliki nama “CAKEIN AJA”. Pemberian nama ini memiliki maksud apapun yang dapat kita buat menjadi *cake* maka akan dibuat menjadi *cake*. *Cake* yang dijual pun memiliki kesan praktis, aman saat dikirim dan mudah saat dimakan, serta dapat dikonsumsi kapanpun dan di manapun. Maka dari itu, pemberian nama “CAKEIN AJA” pada *online cake shop* ini dapat diartikan dengan berbagai cara, namun dengan satu maksud yaitu di cakein aja. Sejalan dengan *tagline* yang di miliki oleh “CAKEIN AJA” yaitu
“Cake praktis? ya di CAKEIN AJA!”.

GAMBAR 1. 4
LOGO CAKEIN AJA



Sumber: Olahan Penulis, 2023

Warna dasar dari logo “CAKEIN AJA” adalah peachpuff yang merupakan bayangan yang sangat terang dari warna orange. Karena merupakan turunan dari

warna orange, warna ini dapat melambangkan adanya perhatian, antusiasme, dan juga energi. Warna ini pun dapat memberikan kesan yang cerah dan ceria sehingga ramah untuk mata. Sejalan dengan kesan yang ingin di berikan oleh “CAKEIN AJA” kepada konsumen, yaitu dapat memberikan perhatian terhadap keinginan konsumen dengan menyediakan individual *cake* yang berkualitas dan harga yang bersahabat. “CAKEIN AJA” selalu antusias dalam menciptakan menu baru yang belum ada sebelumnya, dengan tetap menggunakan bahan dan cirikhas nusantara.

Warna tulisan yang digunakan dalam logo merupakan warna biru cyan yang sangat gelap. Warna ini merupakan kebalikan dari warna peachpuff pada kode warna hexadesimal dengan kode #002546. Warna cyan merupakan campuran dari warna hijau dan biru yang dapat memancarkan energi positif dan ketenangan. Karena merupakan kebalikan dari warna peachpuff, maka warna yang di keluarkan pada logo akan semakin kontras dan ramah di lihat. Dengan begitu, logo akan terlihat lebih jelas dan mudah untuk di baca, terlebih karena menggunakan huruf kapital yang semakin memperjelas tulisan. CBA sendiri merupakan singkatan dari “Cakein aja By Anandiel’s” dengan penambahan “Anandiel’s” yang merupakan nama keluarga penulis sebagai informasi kepemilikan usaha.

3. Lokasi Produksi

Terdapat banyak faktor yang harus diperhatikan dalam menjalankan suatu usaha. “Lokasi perusahaan merupakan kunci bagi efisiensi dan efektifitas keberlangsungan perusahaan jangka panjang” (Haming dan Nurnajamuddin,

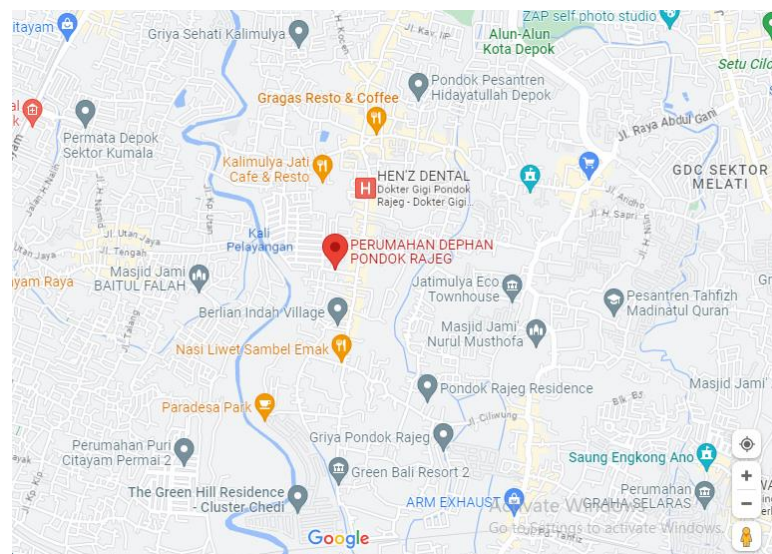
2007:47). Dalam penelitiannya, Fu'ad (2015) menyimpulkan bahwa kesuksesan suatu usaha bergantung pada pemilihan lokasi yang tepat. Salah satu faktor yang dapat memastikan kestabilan suatu bisnis adalah pemilihan lokasi usaha. Lokasi adalah tempat untuk setiap bisnis dan merupakan keputusan yang penting karena jika salah dapat mengakibatkan kegagalan bahkan sebelum bisnis di mulai (Rbayulia, 2013). Jadi dapat di simpulkan bahwa pemilihan lokasi usaha yang tepat dapat membawa kesuksesan usaha tersebut.

Terdapat teori mengenai lokasi usaha ini, yaitu teori Losch dan Weber (dalam Sandra Fitriyani:2019). Losch mengatakan 'bahwa lokasi suatu usaha sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat diraihny'. Losch menyarankan agar lokasi produksi berada di pasar atau dekat dengan pasarnya karena jika semakin jauh lokasi konsumen dari tempat usaha, maka konsumen makin enggan membeli karena membutuhkan biaya transportasi yang lebih mahal. Sedangkan Weber menyatakan 'bahwa lokasi setiap industri tergantung pada total biaya transportasi dan tenaga kerja dimana penjumlahan keduanya harus minimum'.

Pemilihan lokasi ini sangat penting, terlebih untuk usaha kuliner. Pemilihan lokasi yang tepat dapat mempermudah pengusaha dalam memproduksi dan juga mendistribusikan produknya ke tangan konsumen. Pemilihan lokasi ini juga dapat membantu pengusaha untuk menentukan harga sesuai dengan target pasar yang akan diraihny di lokasi tersebut. Dengan begitu, jangkauan konsumen yang bisa diraih pun semakin luas dan meminimalisir hambatan dalam produksi dan distribusi produknya. Maka dari itu bisnis *online cake shop* "CAKEIN AJA" ini akan penulis dirikan di Cibinong, Jawa Barat.

Penulis berencana melakukan produksi untuk “CAKEIN AJA” di Jalan Asri Raya A1 No.14 RT 03/ RW 011 Perumahan Dephan Pondok Rajeg, Cibinong, Bogor, 16914. Lokasi ini berada di tengah–tengah kota Depok dan Cibinong, kabupaten Bogor yang mana sangat strategis untuk membuka usaha kuliner. Lokasinya yang berada di tengah daerah padat penduduk, menciptakan sebuah peluang yang dapat menjangkau lebih banyak pelanggan. Selain itu, terdapat banyak sekolah dan universitas ternama di kedua daerah tersebut. Hal ini sangat cocok bagi penulis jika ingin mendirikan sebuah usaha *cake* praktis dan modern.

GAMBAR 1.5
LOKASI PRODUKSI



Sumber: Google Maps, 2023

GAMBAR 1.6
LOKASI PRODUKSI



Sumber: Google Maps, 2023

Lokasinya yang berada di dalam perumahan tidak menutup kemungkinan penulis untuk menarik pelanggan karena usaha ini terletak di jalan utama perumahan dan berbasis online. Selain itu, lokasi tempat usaha ini sendiri sudah terdaftar di *Google Maps* karena merupakan warung milik orang tua penulis. Pendirian usaha di perumahan ini pun sangat mudah. Para petingginya seperti ketua RT dan ketua RW sangat mendukung berdirinya UMKM oleh masyarakat RW 011. Mereka membantu dalam pengurusan surat perizinan dan juga menyediakan sarana untuk warganya, seperti membantu dalam pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha), mengadakan acara UMKM bulanan dan menyediakan lahan bagi UMKM RW 011 ketika sedang ada acara besar seperti acara kemerdekaan.

Karena ini merupakan *online cake shop*, jadi untuk pemasaran dan pendistribusiannya akan menggunakan berbagai sosial media dan *e-commerce* yang memang banyak digunakan untuk memasarkan produk kuliner. Nantinya “CAKEIN AJA” berencana untuk memasarkan produk di sosial media seperti *Instagram* dan *Tiktok* dengan membuat berbagai postingan yang kreatif. Untuk

pemesanannya sendiri dapat dilakukan di *WhatsApp Business*, *Direct Message Instagram*, dan *GoFood*. Selain menggunakan jasa *GoFood*, “CAKEIN AJA” akan menggunakan pihak ketiga lainnya seperti *Paxel* untuk mengantarkan produk dari tempat produksi menuju lokasi konsumen.

C. Visi dan Misi

Menurut Ir. Hendro (2011), visi diartikan sebagai ‘suatu tujuan, keinginan atau angan – angan masa depan suatu individu/institusi yang dibangun, dipilih dan di besarkan pada suatu saat nanti’. Sedangkan misi adalah usaha, pemikiran, dan langkah-langkah formal untuk mewujudkan visi, yang berarti memperjelas tujuan pemilik perusahaan dan menjadi dasar untuk menjalankan bisnis menuju masa depan (Ir. Hendro, 2011).

Visi

- 1) “Menjadi *online cake shop* berbasis *cake in jar* dengan cita rasa nusantara pilihan nomor satu di Cibinong dan Depok.”

Misi

- 1) Menjamin kualitas produk dan bahan yang digunakan “CAKEIN AJA” selalu yang terbaik.
- 2) Terus berinovasi dalam merancang *cake* dengan sentuhan modern yang tetap mengedepankan penggunaan bahan lokal dan cita rasa nusantara.
- 3) Mendukung komunitas lokal melalui keberlanjutan dan kemitraan yang berarti.

D. Analisis SWOT

Pada rentang tahun 1960 sampai dengan 1970, seorang konsultan bisnis

yang sedang melakukan penelitian untuk Stanford Research Institute yaitu Albert S. Humphrey mengemukakan teori analisis SWOT. Poin penting dari penelitian ini adalah di ketahuinya faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman dari sebuah organisasi, industri dan wilayah. Analisis SWOT merupakan metodologi yang bisa mengidentifikasi dan menyusun strategi untuk meningkatkan kinerja juga membangun keunggulan kompetitif perusahaan serta dapat mengukur kekuatan, mengidentifikasi kelemahan memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman suatu perusahaan (Wan-Chung Hong, Wei-Li Wu, dan Kung-Jeng Wang, 2012).

TABEL 1
ANALISIS SWOT

Faktor Internal	<i>Strenghts</i> (kekuatan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan produk yang beragam. 2. Menggunakan bahan terbaik dan buah segar. 3. Kemasan praktis dan kedap udara. 4. Produk lebih tahan lama dan dapat disimpan kembali setelah dikonsumsi karena wadah berupa <i>jar</i>. 5. <i>Jar</i> dapat di gunakan kembali sebagai wadah serbaguna. 6. Karena merupakan <i>jar</i> kaca, maka
----------------------------	---------------------------------------	--

		tampilannya terlihat lebih elegan.
	Weaknesses (kelemahan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buah segar yang di gunakan tanpa dimasak, dapat mengurangi umur simpan produk jika penyimpanannya tidak benar. 2. Kemasan yang berupa kaca membuat harga jual sedikit lebih tinggi. 3. Kemasan sedikit lebih berat dibandingkan kemasan plastik atau kertas. 4. Keterbatasan tempat produksi yang kecil.
Faktor Eksternal	Opportunities (peluang)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi <i>trendsetter cake</i> di dalam jar dengan cita rasa nusantara. 2. Belum banyak pesaing yang menjual <i>cake in jar</i> dengan cita rasa nusantara. 3. Kemudahan distribusi karena bergabung dengan e-commerce (seperti <i>GoFood</i>) dan menggunakan pelayanan antar seperti <i>Paxel</i>.

		<p>4. Kemudahan pemasaran karena merupakan bisnis online.</p> <p>5. Masuk ke dalam jenis usaha perseorangan, tidak diwajibkan membayar pajak.</p>
	<p>Threats (ancaman)</p>	<p>1. Timbulnya pesaing dan trend baru.</p> <p>2. Banyaknya pesaing individual <i>cake</i> praktis walau berbeda <i>packaging</i>.</p> <p>3. Perubahan selera konsumen.</p> <p>4. Harus kreatif dalam membuat <i>content</i> dan rajin mengupload <i>content</i>.</p> <p>5. Tidak berbadan hukum, serta tidak bisa mendapatkan perlindungan secara hukum.</p>

Sumber: Olahan Penulis, 2023

TABEL 2
ANALISIS SWOT

<p>S-O <i>(strenghts- opportunities)</i></p>	<p>1. Pilihan produk yang beragam didukung dengan keunikan <i>cake</i> di dalam jar dengan cita rasa Nusantara.</p> <p>2. Menjadi trendsetter dengan pesaing yang belum banyak, dan menawarkan produk dengan bahan-</p>
--	---

	<p>bahan terbaik serta segar.</p> <p>3. Kemasan praktis, produk lebih tahan lama serta kemudahan distribusi dan pemasaran karena merupakan bisnis online.</p>
<p>W-O <i>(weaknesses- opportunities)</i></p>	<p>1. Memperhitungkan kapasitas produksi dengan jumlah perputaran harian agar meminimalisir <i>food waste</i> serta memperhatikan penyimpanan bahan, terlebih karena menggunakan bahan segar.</p> <p>2. Kemasan yang berupa kaca akan membuat harga jual sedikit tinggi namun diimbangi dengan berbagai diskon menarik yang ditawarkan “CAKEIN AJA” dan bergabung dengan platform serta e-commerce yang memberikan banyak penawaran menarik.</p> <p>3. Penggunaan <i>equipment</i> dan <i>furniture</i> yang sesuai serta multifungsi agar pekerjaan lebih efisien walau di ruang yang tidak terlalu besar.</p>
<p>S-T <i>(strengths-threats)</i></p>	<p>1. Memperkenalkan <i>Cake in Jar</i> cita rasa Nusantara dengan pilihan rasanya yang mungkin asing bagi sebagian orang.</p> <p>2. Terus berinovasi dan mengeksplor lebih dalam lagi mengenai jajanan Nusantara yang dapat di buat menjadi <i>cake</i>.</p>

	<ol style="list-style-type: none"> Menyiapkan berbagai konten menarik dan menyiapkan dana promosi untuk mempermudah pemasaran produk “CAKEIN AJA”.
<p>W-T (<i>weaknesses-threats</i>)</p>	<ol style="list-style-type: none"> Berinovasi dengan cita rasa <i>cake in jar</i>, <i>slice cake</i>, dan <i>cookies</i> dan tetap mempertahankan kualitas rasa yang sudah ada. Memperhitungkan kapasitas produksi dan penyimpanan bahan yang baik serta penggunaan alat dan <i>furniture</i> yang multifungsi untuk menjaga kualitas produk dan mempermudah pekerjaan. Menjaga selalu fasilitas yang tersedia Meningkatkan kualitas kemasan dan pelayanan. Penetapan harga yang kompetitif sejalan dengan trend yang dinamis.

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Dengan penjabaran faktor internal dan eksternal tersebut, “CAKEIN AJA” berencana untuk terus meningkatkan kekuatan kemasan dan terus berinovasi menggunakan kemasan-kemasan yang lebih baik lagi. Walau *jar* yang di gunakan sudah cukup kuat, tidak menutup kemungkinan *jar* dapat rusak selama di perjalanan, maka dari itu “CAKEIN AJA” berusaha meningkatkan keamanan produk ketika dikirim dengan melapisi produk menggunakan *bubble wrap*. “CAKEIN AJA” berusaha untuk selalu meningkatkan pelayanan terutama dalam pemesanan dan pendistribusian produk. Selalu berinovasi dalam produk dan melihat perkembangan serta keinginan konsumen

agar dapat menjadikan perubahan selera konsumen menjadi sebuah peluang yang menjanjikan.

E. Spesifikasi Produk

Spesifikasi produk adalah deskripsi dari karakteristik suatu barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan dari penggunanya. Biasanya tercantum pada kemasan atau tempat informasi terkait (seperti website, media sosial atau lainnya) secara jelas agar dapat dipahami oleh pengguna produk tersebut.

Usaha “CAKEIN AJA” menawarkan berbagai pilihan individual *cake* yang praktis dan mudah dikonsumsi. Dengan produk utama yaitu *cake in jar* yang sangat mudah untuk didistribusikan hingga ke tangan konsumen, sangat sejalan dengan kebiasaan baru yang tercipta setelah pandemi Covid-19. Walaupun pada kenyataannya setelah pandemi masyarakat cenderung mencari tempat-tempat untuk berwisata dan melepas penat di luar rumah, namun salah satu kebiasaan yang tercipta dari era pandemi tersebut masih terasa hingga kini, yaitu makanan yang praktis dan dapat dikonsumsi di mana saja masih menjadi salah satu pilihan.

Di kutip dari laman *kemenperin.go.id*, Direktur Jenderal Industri Agro Kemenperin Abdul Rochim mengemukakan ".....sedangkan masyarakat yang terbiasa mengonsumsi makanan di restoran, lebih memilih untuk membungkus makanan atau memesan makanannya secara online," Jakarta, Selasa (19/01/2021). Hingga saat ini pun pengusaha kuliner dituntut untuk berinovasi bukan hanya pada produk yang dihasilkan namun pada kemasan yang mengemas

produk tersebut. Pengemasan yang baik, aman, praktis dan dapat didaur ulang atau di gunakan kembali menjadi salah satu pilihan yang banyak dipilih oleh pemilik bisnis. Maka dari itu, “CAKEIN AJA” berinisiatif mengeluarkan produk *cake in jar* dengan menggunakan jar yang dapat di gunakan kembali sebagai wadah penyimpanan.

Mengusung tema ‘*Taste of Nusantara*’, *cake in jar* memiliki berbagai varian rasa yang terinspirasi dari makanan–makanan dan bahan asli nusantara. Dengan mengubah jajanan/kue tradisional khas berbagai daerah di Indonesia, “CAKEIN AJA” berencana memperkenalkan kepada masyarakat luas mengenai kue tradisional dengan cara yang lebih modern dan praktis. Perubahan jajanan tradisional menjadi sebuah *cake* merupakan sebuah inovasi yang bagus dilakukan mengingat belum banyaknya produsen makanan yang melakukan hal tersebut terutama di daerah Cibinong, Kabupaten Bogor dan Depok. Terlebih lagi penyajian *cake* dengan cita rasa nusantara di dalam jar, ini merupakan suatu inovasi baru dalam industri kuliner. Walaupun pada kenyataannya penggunaan jar bukanlah hal yang baru dalam industri kuliner, namun *cake in jar* dengan cita rasa nusantara merupakan sesuatu yang masih jarang di indonesia, terutama di daerah Cibinong dan Depok. Selain memudahkan penyimpanan dan pengiriman, mengonsumsi *cake* di dalam jar ini dapat meminimalisir tangan menjadi kotor.

TABEL 3
SPEKIFIKASI PRODUK “CAKEIN AJA”

No.	Nama Produk	Bahan	Bentuk	Rasa
1.	Godok	Pisang, gula, telur,	Bulat, di	Manis

	<i>Batinta in Jar</i>	tepung terigu protein rendah, <i>baking soda</i> , <i>salad oil</i> , <i>fresh milk</i> , <i>whipping cream</i> , kelapa parut.	dalam <i>jar</i>	gurih, lembut, <i>creamy</i>
2.	<i>Klepon in Jar</i>	Tepung terigu, telur, gula pasir, pasta vanilla, santan, <i>salad oil</i> , pasta pandan, unti kelapa, kelapa parut, <i>whipping cream</i> .	Bulat, di dalam <i>jar</i>	Manis gurih, lembut, <i>creamy</i>
3.	<i>Talas in Jar</i>	Tepung terigu, gula pasir, <i>salad oil</i> , telur, emulsifier, pasta vanilla, pasta talas, <i>baking powder</i> , <i>whipping cream</i> , <i>cheese</i> .	Bulat, di dalam <i>jar</i>	Manis, lembut, <i>creamy</i>
4.	<i>Slice Cake</i> (<i>Strawberry Short Cake & Pandan Cake</i>)	Tepung terigu, telur, gula pasir, pasta vanilla, santan, <i>butter</i> , pasta pandan, <i>cream</i> , <i>strawberry</i> , parutan kelapa	Segi tiga	Manis segar (<i>strawberry short cake</i>), manis dengan aroma

				padan dan vanilla yang nikmat.
5.	<i>Cookies Jar & Individual (Chocolate chip, Vanilla, dan Double Choco)</i>	Tepung terigu protein rendah, gula, garam, <i>unsalted butter, Vanilla essence, Chocochip.</i>	Bulat	Manis dengan aroma vanilla dan chocolate yang nikmat

Selain *cake in jar*, "CAKEIN AJA" menyediakan berbagai produk lain yang dapat menjadi pilihan lain bagi konsumen, seperti *slice cake dan cookies*. Untuk *slice cake* nantinya akan tersedia dalam dua rasa yaitu *strawberry short cake* dan *pandan cake* dengan aroma vanilla dan pandan yang nikmat serta tampilan yang cantik. *Cookies* yang dijual di "CAKEIN AJA" akan memiliki dua versi yaitu *cookie jar* dan *cookie individual*, dengan mengedepankan rasa yang banyak di sukai konsumen yaitu *chocolate chip, vanilla* dan *double choco*. *Cookie jar* ini merupakan versi kecil dari *cookie individual* yang dapat dimakan bersama-sama.

F. Jenis Usaha / Aspek Legalitas

Menurut UU No. 9/1995 tentang Usaha Kecil, yang dimaksud dengan usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau

Sumber: Olahan Penulis, 2023

hasil penjualan tahunan seperti kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang. Pada kesempatan ini "CAKEIN AJA" akan didirikan dengan jenis usaha Perseorangan.. Mengutip jurnal Universitas Islam Indonesia (2013), usaha perseorangan adalah badan usaha yang banyak digunakan di Indonesia, khususnya pengusaha kecil dan menengah. Bentuk usaha ini merupakan bentuk badan usaha yang paling sederhana, karena dimiliki oleh satu orang saja. Pemilik usaha bertanggung jawab penuh atas usahanya, termasuk keuntungan dan kerugian yang akan di hadapi usahat tersebut.

Legalitas suatu perusahaan merupakan unsur yang terpenting karena merupakan jati diri yang melegalkan atau mengesahkan suatu badan usaha di tengah masyarakat (Amin Purnawan & Siti Ummu Adillah, 2020:3). Lebih lanjut Purnawan menjelaskan bahwa legalitas suatu perusahaan harus sah menurut undang-undang dan peraturan, dimana perusahaan tersebut dilindungi oleh beberapa dokumen hingga sah dimana hukum pada pemerintahan yang berkuasa saat itu.

"CAKEIN AJA" merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang kuliner *home industri*, maka yang harus dimiliki adalah perizinan Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT). Pengurusan izin ini penting sebagai bukti bahwa produk makanan dan minuman yang dijual memenuhi standar produk pangan yang berlaku. Jika sebuah usaha sudah memenuhi persyaratan PIRT, maka usaha tersebut berhak mendapatkan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) yang di keluarkan oleh bupati/wali kota melalui Dinas Kesehatan di Unit Pelayanan Terpadu Satu Pintu di tiap daerah dan berlaku 5 (lima) tahun sejak pertama kali di terbitkan. Sertifikat ini dapat di perpanjang dengan mengajukan permohonan paling lambat 6 (enam) bulan sebelum masa berlaku SPP-IRT berakhir. Persyaratan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan SPP-IRT adalah:

1. Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan;
2. Hasil pemeriksaan sarana produksi pangan produksi IRTTP memenuhi syarat; dan
3. Label pangan memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pengurusan perizinan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) memerlukan beberapa persyaratan sebagai berikut:

1. Fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) pemilik usaha rumahan;
2. Pasfoto 3x4 pemilik usaha, sebanyak 3 lembar;
3. Surat keterangan domisili usaha dari kantor camat;
4. Denah lokasi dan denah bangunan;
5. Surat keterangan puskesmas atau dokter untuk pemeriksaan kesehatan dan sanitasi;
6. Surat permohonan izin produksi makanan atau minuman kepada Dinas Kesehatan;
7. Data produk makanan atau minuman yang diproduksi;
8. Sampel hasil produksi makanan atau minuman yang diproduksi;
9. Label yang akan dipakai pada produk makanan minuman yang diproduksi;
10. Menyertakan hasil uji laboratorium yang di sarankan oleh Dinas Kesehatan;
11. Mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan untuk mendapatkan SPP-IRT.

Dokumen lain yang harus dimiliki, antara lain:

1. Surat keterangan atau izin usaha dari camat/lurah/kepala desa;
2. Rancangan label pangan;

3. Sertifikat penyuluhan keamanan pangan (bagi pemohon baru).

Kepemilikan izin PIRT sangat menguntungkan pelaku usaha skala kecil dan menengah karena dalam prosesnya produk pangan yang akan di edarkan sudah diseleksi secara ketat oleh pihak dinas kesehatan setempat, maka keamanan dan mutu produk dipastikan sudah terjamin kelayakannya. Pemilik sertifikat PIRT dapat memasarkan produknya secara luas, dengan begitu peluang untuk memasuki pasar yang lebih luas atau bahkan ritel besar seperti swalayan hingga mall menjadi lebih besar

