

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Tangerang Selatan atau biasa disingkat oleh penduduk setempat “Tangsel” merupakan sebuah daerah yang terletak di provinsi Banten, Indonesia. Daerah ini berada di provinsi Banten dan berlokasi sekitar 90 KM arah tenggara dari Kota Serang yang merupakan ibu kota dari provinsi Banten. Daerah Tangerang Selatan masuk di bagian Jakarta Barat yang terletak sekitar 30 KM, daerah ini merupakan wilayah bagian dari kabupaten Tangerang. Daerah Tangerang Selatan memiliki luas daerah sebesar 164 km² dengan jumlah penduduk sekarang sebesar 1,404 jt jiwa orang menurut data tahun 2023. Kota yang terdiri dari tujuh kecamatan dan 54 kelurahan. Kota Tangerang Selatan dipimpin oleh walikota Benyamin Davnie. Sebagai bagian dari kota Tangerang, Tangerang Selatan merupakan daerah yang mengalami perkembangan yang cukup pesat, setiap lahan kosong yang dimiliki tidak lepas dari pembangunan ruko, apartemen, pusat-pusat perbelanjaan, kompleks perumahan.

Tangerang Selatan belum memiliki hal yang berbeda dari daerah lain sejauh ini, tetapi kota ini menyimpan banyak sekali usaha-usaha kecil yang disebut Usaha kuliner skala kecil dan menengah (UKM) cukup memiliki potensi tinggi di daerah tersebut dikarenakan daya beli masyarakat yang kuat. Menurut data dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Dinkopukm) Kota Tangerang Selatan, jumlah UMKM pada tahun 2021

mencapai 90.000 pelaku UMKM. Tentunya UMKM tidak hanya usaha makanan minuman saja, tetapi ada yang menuju kerajinan tangan, hingga jasa. UMKM di Tangerang Selatan menyerap sebanyak 70% tenaga kerja, sehingga jenis usaha ini memiliki peran yang sangat penting bagi daerah Tangerang Selatan dan juga UMKM memiliki kontribusi besar terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Jenis usaha mikro ini dapat berkembang pesat itu tidak hanya dikarenakan gerakan dari setiap pengusaha, tetapi pemerintah juga bergerak secara aktif untuk mendorong UMKM semakin banyak melalui pelatihan, pemodalan, dan pemasaran. Pemerintah membangun infrastruktur yang dapat membantu para pengusaha UMKM seperti kawasan ekonomi khusus seperti di lokus penulis yaitu Bumi Serpong Damai yang setiap tahunnya ada pembangunan ruko yang siap untuk disewa para pengusaha UMKM.

Usaha memiliki definisi sebagai kegiatan yang membutuhkan waktu, tenaga, pikiran untuk mencapai hasil yang diinginkan seperti contohnya ingin membeli motor, lalu apa usahanya? Usahanya adalah rajin bekerja dan menabung. Dalam bentuk ilmu pengetahuan yang berbasis bisnis, usaha adalah sebuah kegiatan perekonomian yang dikerjakan untuk mendapatkan keuntungan. Seorang individu melakukan sebuah usaha dalam rangka ingin membantu perekonomian daerah tempat yang ditinggalinya ataupun untuk dirinya sendiri karena individu tersebut memiliki modal dan perencanaan yang sudah matang untuk didirikan. Usaha atau bisnis merupakan kegiatan yang memproduksi atau menghasilkan sebuah barang atau produk demi memenuhi kebutuhan dan keinginan seorang konsumen dengan tujuan

untuk mendapatkan sebuah keuntungan lewat penciptaan nilai dan melalui proses transaksi. Selain itu, usaha juga merupakan kegiatan yang secara tetap dan berkelanjutan yang memiliki sebuah tujuan untuk memperoleh keuntungan, usaha dapat dilakukan secara perorangan maupun badan usaha dalam bentuk badan hukum dan tidak berbentuk badan hukum, didirikan dan berkedudukan di sebuah daerah dalam suatu negara.

Kedai merupakan sebuah usaha kecil yang menjual makanan dan minuman dengan luas dan konsep tempat yang seadanya, jenis-jenis kedai yang sering ditemui adalah jenis kedai kopi. Kedai dapat disebut juga *café* kecil. Definisi kedai sendiri merupakan sebuah kafe atau restoran dengan ukuran kecil yang biasanya menjual berbagai jenis makanan dan minuman sederhana seperti kopi atau makanan kecil, dengan fasilitas yang menunjang tempat tersebut. Kedai-kedai yang ada di Bumi Serpong Damai memiliki jenis kedai yang sama yaitu kedai kopi karena sudah tidak jarang kedai kopi menjadi sebuah usaha yang selalu bertambah setiap tahunnya. Beberapa contoh kedai kopi terkenal di Bumi Serpong Damai adalah Volks Coffee, Setara Coffee & Eatery, Gravity Coffee dan masih banyak lagi. Kedai kopi menjadi usaha yang terkenal dikarenakan nilai jual yang cukup tinggi dan pemodalan yang tidak terlalu besar.

Kafe-kafe yang ada di sekitar BSD cenderung memiliki menu yang kurang lebih sama yaitu dengan berbagai jenis minuman seperti minuman jus, kopi, *mocktail*, dengan makanan-makanan yang dimulai dari makanan berat, *light bites*, hingga *pastry* juga ada. Tetapi rata-rata tidak memiliki menu donat yang dapat ditawarkan kepada masyarakat. Kopi dapat

dipadukan dengan donat dikarenakan kafein yang ada di dalam kopi menekan saraf adenosin yang dimana memiliki peran penting pada indra perasa sehingga membutuhkan pendamping yang memiliki rasa manis salah satunya itu adalah donat.

Donat merupakan cemilan yang terbuat dari gabungan antara adonan dari tepung terigu, gula, telur dan mentega yang digoreng. Umumnya, donat memiliki bentuk cincin dengan sebuah lubang di tengahnya atau tidak bolong dengan isian selai manis atau krim. Lubang di donat memiliki artinya sendiri yaitu dengan adanya lubang tersebut adalah agar donat bisa cepat matang ketika digoreng. Asal usul donat masih menjadi sebuah pertanyaan, namun beberapa teori yang sering didengar adalah imigran Belanda membawa donat ke Amerika Utara, dan juga asal usul donat berbentuk cincin itu diciptakan oleh seorang kapten bernama Hanson Gregory dari Denmark.

Donat pertama kali memasuki Indonesia pada tahun 1968, *booth American Donut* di Djakarta Fair atau disebut Pekan raya Jakarta, merupakan perintis donat digoreng dengan mesin otomatis. Sejak saat itu *American Donut* memiliki tradisi tahunan membuka *booth* di Pekan Raya Jakarta. Pada 1985, “Dunkin Donuts” membuka kedai pertamanya di Jakarta Pusat yang terus berkembang hingga menjadi lebih dari 200 kedai di seluruh Indonesia. Kepopuleran donat di Indonesia mulai berkurang tetapi hal tersebut berubah pada tahun 2005 sejak “J.CO Donuts & Coffee” yang membuka kedai pertamanya di Indonesia, lalu diikuti salah satu *brand* donat yang terkenal sekarang juga yaitu “Krispy Kreme” yang membuka

kedai donat pertamanya pada tahun 2006.

Penulis melakukan sebuah wawancara terhadap masyarakat di sekitar daerah Bumi Serpong Damai perihal makanan donat. Masyarakat Bumi Serpong Damai tertarik dengan makanan donat dan rata-rata pendapat para konsumen terhadap “apa yang membuat sebuah donat tertarik untuk dibeli? Jawaban konsumen adalah rasa dan varian yang dimiliki, selain itu juga tekstur donat yang lembut dan membuat nagih. Donat juga menjadi sebuah makanan sore yang bisa dipadukan dengan teh dan kopi. Penulis mendapat kesimpulan bahwa masyarakat di Bumi Serpong Damai memiliki ketertarikan dengan produk makanan donat dipasangkan dengan kopi dengan varian rasa yang cukup serta tekstur adonan yang lembut.

Bumi Serpong Damai tentu memiliki usaha-usaha donat yang tidak asing dilihat dan memiliki nama yang sudah terjamin kualitas produk dibuat terbaik, dan tabel ini merupakan beberapa hasil analisa pesaing dalam lingkungan bisnis yang sama. Berikut merupakan nama-nama kedai donatnya.

Tabel 1. 1
DATA USAHA DONAT

No.	Nama	Lokasi	Keunggulan
1	Dunkin Donut	Ruko BSD Sektor 7, Kota Tangerang Selatan, Banten.	Brand sudah dikenali oleh masyarakat umum dan memiliki pelanggan tetap.
2	J. CO Donuts & Coffee	Foresta Business Loft 1, BSD City, Kabupaten Tangerang, Banten.	Brand yang tidak asing memiliki produk yang berkualitas dan

			menu minuman yang cocok untuk melakukan “WFC”.
--	--	--	--

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Berdasarkan data yang didapatkan penulis, daerah Bumi Serpong Damai memiliki cabang penjual makanan donat yang cukup beragam tetap usaha donat terlaris jatuh kepada beberapa cabang terkenal seperti *Dunkin Donut*, *J.CO*, *Krispy Kreme*. Jarak radius antara usaha kedai penulis dengan beberapa penjual donat adalah sekitar 3-4 km

Penulis melakukan analisa terhadap kafe-kafe yang ada di sekitar Bumi Serpong Damai dengan nilai dari masyarakat cukup tinggi dan rata-rata memiliki hidangan *pastry* yang memiliki rasa gurih dan asin, sehingga hal ini menjadi kesempatan penulis untuk menjadi distributor donat bagi kafe-kafe yang ada di Bumi Serpong Damai.

Kedai donat penulis tentu memiliki perbedaan dengan penjual donat lainnya di sekitar daerah Bumi Serpong Damai. Hal yang membedakannya adalah penulis menjual varian rasa yang menjadi menu andalan atau *signature* dari kedai donat ini salah satu contohnya adalah “sweet potato brulee donut”. Selain itu juga menu andalan kedai donat ini adalah donat berukuran besar yang dapat disantap oleh 2 sampai 3 orang dengan isian masing-masing, tentu donat jenis ini cukup jarang dijual. Dan terakhir adalah menjadi distributor atau *supplier* bagi kafe-kafe yang ada di sekitar BSD dikarenakan kafe-kafe nya belum memiliki menu donat, sehingga menjadi kesempatan untuk penulis menjadi

distributor di sekitar Bumi Serpong Damai.

Dari latar belakang diatas, penulis berencana untuk membuat perencanaan bisnis dengan judul **“PERENCANAAN KEDAI DONAT DI BUMI SERPONG DAMAI, TANGERANG SELATAN”**.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Bisnis adalah sebuah kegiatan atau usaha yang dilakukan seorang individu atau kelompok untuk mendapatkan keuntungan dengan cara menghasilkan dan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan untuk perekonomian saat ini. Bisnis datang dalam bentuk barang, ada juga yang memberikan jasa.

Berdasarkan pada penjelasan diatas tersebut penulis menyimpulkan bahwa bisnis merupakan sebuah kegiatan yang menawarkan barang dan jasa dan menghasilkan keuntungan dari usaha tersebut. Selain itu juga sebuah bisnis dianggap berhasil jika sudah menghasilkan keuntungan dan bisnis tersebut dapat memberikan dampak yang baik untuk masyarakat sekitar usaha bisnis tersebut, masyarakat memiliki peran penting dikarenakan menjadi pendorong untuk sebuah bisnis terus berproduksi dan beroperasi, sebuah bisnis juga berkembang dari masukan-masukan yang diberikan konsumen agar memperbaiki kekurangan-kekurangan yang dimiliki bisnis tersebut.

“Mr. Dory’s Donuts” merupakan sebuah usaha yang bergerak di

bidang jasa dan produksi makanan. Produk makanan yang ditawarkan adalah donat dengan 2 level bentuk yg berbeda dari yang ukuran normal sampai besar, lalu dengan varian rasa yang unik dan juga ukuran yang tidak banyak dijual agar tidak membosankan. Selain menjual langsung produk donat lewat kedai langsung, penulis juga membuka jasa untuk menjadi distributor bagi kafe-kafe yang ada di sekitar daerah Bumi Spong Damai.

Kedai donat yang penulis dirikan ini memiliki konsep yang bisa dinikmati oleh seluruh kalangan masyarakat. Target pasar penulis adalah semua kalangan dapat menikmati produk donat penulis, baik dari anak sekolahan, remaja, dewasa hingga kalangan masyarakat lanjut usia. Harapan penulis adalah kedai donat yang didirikan dapat menjadi sebuah wadah bagi para pengunjung untuk dapat menikmati waktu kosongnya dengan berbincang-bincang dan bersantai di kedai “Mr. Dory’s Donuts” sambil menyantap produk donat yang disediakan dengan rasa dan bentuk yang unik.

Lokasi dari Kedai “Mr. Dory’s Donuts” sendiri terletak di Blok B-11 Sampora, Jl. Damai Foresta BSD, Tangerang Selatan. Rencana jam operasional dimulai pada pukul 09.00 wib hingga pukul 21.00 wib. Konsep kedai yang dimiliki adalah kedai kecil modern yang memiliki desain tempat sederhana, tidak terlalu besar tetapi memberikan kenyamanan bagi para konsumen. Desain tempat yang nyaman merupakan aspek yang cukup penting karena kedai ini memiliki cita-cita selain dari kualitas dan harga produk yang terjangkau, kedai ini memiliki

nilai tempat dan layanan yang tinggi. Hal ini juga bertujuan agar memiliki hubungan baik bersama pengunjung dan pengunjung tidak berhenti untuk selalu membeli produk yang Kedai “Mr. Dory’s Donuts” berikan.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Kata Logo berasal dari bahasa Yunani Kuno, yaitu Logos yang memiliki arti budi, pikiran, akal, dan kata. Logo merupakan penyingkatan dari *logotype*. Istilah logo muncul pada tahun 1937 dan sekarang istilah *logotype* lebih sering dikenal dengan nama logo. Sebuah logo dapat berasal dari beberapa elemen, yaitu tulisan, logogram, gambar, ilustrasi dan lain-lain, tetapi logo lebih sering menggunakan elemen gambar atau simbol seperti logo perusahaan makanan minuman, material, kosmetik, *entertainment*, automotive, dan masih banyak lagi (Rustan, 2013). Berdasarkan penjelasan diatas bahwa logo dapat berupa dari gambar atau huruf, setiap perusahaan pasti memiliki logo masing-masing dengan berbagai bentuk, gambar, dan warna dengan artinya. Setiap perusahaan tentu memiliki merk dan merk ini memiliki keterkaitan atau hubungan yang sangat erat dengan logo dikarenakan logo adalah elemen utama yang menggambarkan identitas perusahaan tersebut. Logo tidak hanya sekedar pelengkap dalam sebuah perusahaan karena sebuah logo merepresentasikan sebagai simbol dari identitas perusahaan tersebut.

Nama Mr. Dory berasal dari singkatan *doughnut* dan *extraordinary*

yang dimana menunjukkan langsung bisnis utama dari kedai yang ingin ditonjolkan dalam usaha ini yaitu donat. Lalu ada kata *extraordinary* yang memiliki arti diluar yang biasanya atau luar biasa. Dengan dua kata pertama tersebut digabung menjadi “Dory” yang memiliki arti ingin memberikan kualitas produk donat yang luar biasa demi memberikan kepuasan dan kenyamanan para tamu. Selain itu juga ada sebutan “Mr.” yang ditujukan untuk penulis sendiri dikarenakan usaha ini merupakan usaha yang ingin didirikan atas nama penulis.

Gambar 1. 1
LOGO KEDAI MR. DORY’S DONUTS



Sumber: Olahan Penulis (2024)

Logo yang penulis buat terdiri dari beberapa elemen, elemen yang pertama adalah bentuk lingkaran yang berwarna kekuningan memiliki peran sebagai matahari, matahari ini memiliki deskripsi bahwa usaha kedai donat ini dapat selalu bersinar setiap harinya dan

memiliki masa depan yang cerah untuk kesuksesan kedai donat ini. Selain itu dari nama usaha kedai donat ini sendiri yang bernama “Mr. Dory’s Donuts” yang memiliki warna tulisan yang berwarna merah muda ingin memberikan kesan *heartwarming* atau memberikan kesan yang menyambut dengan ramah dan baik saat memasuki kedai donat ini. Terakhir adalah monster donat yang ada di tengah-tengah melambangkan sebagai raja donat dan memiliki peran untuk menunjukkan bahwa donat yang dimiliki usaha kedai ini dapat memberikan rasa dan tekstur yang cocok bagi para masyarakat serta rasa yang dimiliki cukup unik sehingga tidak membosankan. Penulis juga melakukan pengecekan terhadap hak cipta nama “Mr. Dory’s Donuts” pada website PDKI Indonesia dan tidak tertera nama usaha penulis yang sudah dibuat. Hal ini menjadi sebuah alasan juga untuk menggunakan nama “Mr. Dory’s Donuts”.

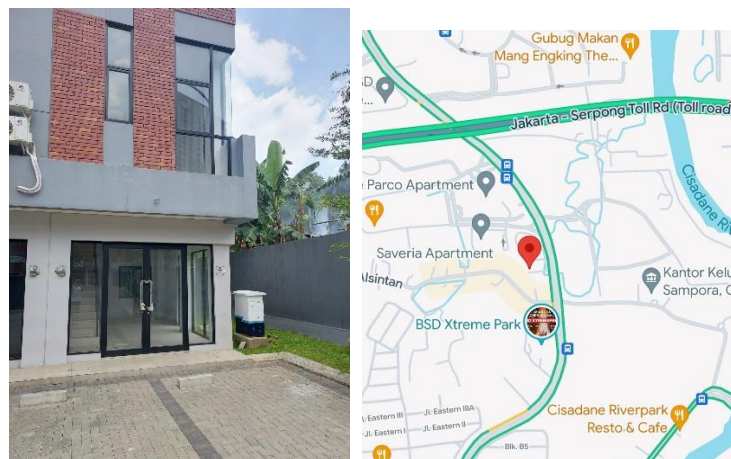
3. Identitas Bisnis

Berikut salah satu hal yang menjadi komponen suatu usaha untuk bersaing adalah tempat atau lokasi. Pemilihan lokasi yang tepat itu sangat penting dikarenakan jika usaha persaingan ketat maka lokasi yang dipilih harus benar agar usaha yang dijalankan dapat beroperasi dengan efektif. Suatu perusahaan perlu mempertimbangkan tempat yang sesuai dengan target pasarnya.

Rencana lokasi bisnis yang dikerjakan oleh penulis terletak di Blok B-11 Sampora, Jl. Damai Foresta BSD, Tangerang Selatan. Alasan

penulis memilih lokasi tersebut dikarenakan milik dari kerabat keluarga sehingga penulis tidak perlu mengeluarkan dana sewa terlalu besar dan memiliki luas bangunan yang cukup besar untuk melakukan produksi donat setiap harinya. Lokasi ini terpilih juga dikarenakan berada di area yang cukup strategis dan berada antara AEON Mall, The Breeze BSD City, BSD Xtreme Park yang setiap harinya ramai pengunjung. Sehingga menurut penulis lokasi diatas sangat strategis untuk dibuat tempat usaha kedai donat.

Gambar 1. 2
LOKASI KEDAI MR. DORY'S DONUTS



Sumber: Google Maps (2024)

C. Visi dan Misi

Visi merupakan beberapa pernyataan mengenai tujuan-tujuan sebuah organisasi didirikan atau apa yang ingin ditawarkan kepada konsumen melalui produk dan pelayanan, kebutuhan yang perlu diatasi, para masyarakat yang dilayani, nilai-nilai yang didapatkan serta cita-cita yang ingin dicapai di masa yang akan datang.

Berdasarkan definisi yang dijelaskan bahwa visi merupakan suatu pernyataan komprehensif tentang segala sesuatu yang menjadi keinginan suatu perusahaan untuk di masa kedepannya, selain itu juga sebagai pedoman atau tujuan jangka panjang perusahaan.

Sedangkan misi merupakan sekumpulan pernyataan yang memiliki definisi tentang apa yang sedang atau akan dilakukan oleh sebuah organisasi, hal ini bertujuan untuk mencapai target tersebut dalam waktu dekat atau saat ini.

Visi dan misi telah menjadi sebuah dua hal yang berkaitan antar satu dengan yang lain, hubungannya adalah visi merupakan sebuah tujuan suatu organisasi yang membutuhkan upaya dan waktu untuk mencapai hal tersebut. Misi merupakan upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk mencapai visi tersebut, maka dari itu visi misi merupakan dua hal yang selalu berkaitan. Dan menjadi pendorong sebuah perusahaan untuk bisa termotivasi terus bekerja demi mencapai tujuan yang paling diinginkan. Berikut merupakan visi dan misi dari usaha kedai Donat “Mr. Dory’s Donuts”.

1. Visi

Most convenient Donut Shop in Bumi Serpong Damai

2. Misi

- a. Menawarkan produk dengan kualitas terbaik
- b. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada semua pengunjung
- c. Menawarkan harga produk yang masuk akal dengan varian rasa unik.

- d. Melakukan promosi setiap 2 bulan sekali.

D. SWOT Analysis

Dalam mengelola sebuah bisnis jenis apapun, terdapat sebuah sistem yang berfungsi untuk mengidentifikasi seluruh kekuatan dan kelemahan perusahaan tersebut dengan maksud untuk memperbaiki kedua hal tersebut. Sistem ini yang dinamakan ini adalah SWOT Analysis, merupakan singkatan dari kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Oppurtunity*), ancaman (*Threat*). Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Oppurtunity, dan Threat*) adalah sebuah analisa untuk mendapatkan strategi yang dapat dimanfaatkan atau efektif untuk diterapkan sesuai pasar dan keadaan punlik saat itu, setiap poin dalam SWOT memiliki tujuannya masing-masing seperti kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) digunakan untuk mengetahui apa kekuatan dan kelemahan perusahaan dari sisi dalam atau internal, sedangkan peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) itu untuk mencari tahu dari sisi luar sebuah perusahaan atau eksternal. Strategi ini sangat diperlukan oleh setiap perusahaan dikarenakan untuk meningkatkan peluang daya saing dalam pasar bisnis yang sudah memiliki berbagai macam bisnis dan ada yang serupa. Adanya strategi analisa SWOT, dengan ini penulis berharap bisnisnya bisa berhasil mencapai tujuan yang ingin digapai.

Berikut adalah Identifikasi dan Analisis SWOT dari perencanaan “Kedai Donat di Bumi Serpong Damai, Tangerang Selatan”:

1. *Strength*

- a. Terletak di daerah yang ramai penduduk
- b. Menyajikan variasi rasa yang unik.
- c. Memberikan fasilitas *wifi* gratis dan music.
- d. Menjadi distributor donat kepada kafe-kafe sekitar BSD.

2. *Weakness*

- a. Produk dengan varian rasa yang sama dengan penjual donat sekitar area produksi.
- b. Varian rasa yang belum tentu cocok dengan masyarakat sekitar.

3. *Opportunities*

- a. Distributor donat dengan kualitas dan harga terjangkau untuk kafe daerah BSD.
- b. Lokasi strategis diantara tempat hiburan yang ramai.

4. *Threat*

- a. Merk dagang yang belum terkenal
- b. Terdapat pesaing serupa di daerah BSD.

Tabel 1. 2
MATRIKS SWOT ANALYSIS

	<p><i>STREGTH</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Terletak di daerah yang ramai penduduk - Menyajikan variasi rasa yang unik. - Memberikan fasilitas <i>wifi</i> gratis dan music. - Menjadi distributor donat kepada kafe-kafe sekitar BSD. 	<p><i>WEAKNESS</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Produk dengan varian rasa yang sama dengan penjual donat sekitar area produksi. - Varian rasa yang belum tentu cocok dengan masyarakat sekitar.
--	--	--

<p>OPPORTUNITIES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Distributor donat dengan kualitas dan harga terjangkau untuk kafe daerah BSD. - Lokasi strategis diantara tempat hiburan yang ramai. 	<p>ANALISIS S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> -Membuat tampilan kedai yang menarik agar pengunjung tertarik untuk datang. -Memberikan kualitas produk yang maksimal dan konsisten agar pengunjung puas. 	<p>ANALISIS W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> -Distributor yang konsisten dan memberikan kualitas terbaik. -Melakukan promosi secara berkala untuk meningkatkan kepopuleran.
<p>THREAT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Merk dagang yang belum terkenal - Terdapat pesaing serupa di daerah BSD. 	<p>ANALISIS S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat strategi promosi yang menarik agar banyak pengunjung membeli produk. - Memiliki varian rasa dan ukuran yang berbeda dari pasaran. 	<p>ANALISIS T-W</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan promosi kreatif lewat media sosial ataupun brosur yang disebarakan lewat kafe distribusi atau dari kedai sendiri. - Membagikan <i>tester</i> bagi pengunjung agar menjadi gambaran terhadap produk yang akan dibeli.

Sumber: Olahan Penulis (2024)

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Spesifikasi produk merupakan deskripsi yang jelas atau apa yang harus dilakukan suatu produk untuk konsumen. Spesifikasi produk dijadikan dasar yang digunakan untuk mengaplikasikan keunggulan atas produk atau disebut *positioning product* yang dimiliki dengan detail dibandingkan dengan produk pesaing. Maka dari itu, informasi terkait produk orang lain atau bahkan pesaing dibutuhkan untuk mendukung penerapan *positioning* produk dan memiliki manfaat mencari tahu sejauh apa produk lawan atau pesaing bisa memenuhi harapan pelanggan dari pelengkap produk. Berikut merupakan produk-produk yang terdapat di Mr. Dory's Donuts.

Tabel 1. 3
SPEKIFIKASI PRODUK

NO	NAMA	KEMASAN	KETERANGAN
1	Tiramisu Donut		Donut dengan isian <i>mascarpone</i> dan <i>coffee</i> , ditambah <i>whipped cream</i> dan <i>cocoa powder</i> diatas donut.
2	Sweet Potato Brulee Donut		Donut dengan isian <i>sweet potato brulee</i> dengan gula yang dibakar diatasnya.
3	Strawberry Pistachio Donut		Donut dengan isian <i>pistachio</i> yang manis dengan <i>strawberry glaze</i> diatasnya.
4	Biscoff Donut		Donut dengan <i>biscoff cream</i> dan ditaburi dengan <i>biscoff crumble</i> .
5	Glazed Donut		Donut dengan gula meleleh salah satu rasa klasik.

6	Crème Brulee Donut (Large)		Donut dengan ukuran besar dengan <i>filling whipped cream</i> dan gula yang dibakar diatasnya.
7	Blueberry Cheese Donut (Large)		Donut dengan <i>filling blueberry cheese</i> , ditaburi <i>blueberry powder</i> .

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Gambar-gambar yang terdapat pada tabel diatas merupakan gambar yang didapatkan dari *google* atau *pinterest*. Gambar yang diambil belum merupakan hasil produk akhiran melainkan sebuah gambaran rasa yang diberikan dalam usaha Mr. Dory's Donuts.

F. Jenis/Badan Usaha

Badan usaha digambarkan sebagai kegiatan yang dilakukan secara terus menerus dan bersifat untuk bisa mendapatkan sebuah penghasilan dengan melakukan kegiatan produksi didalamnya. Hasil dari produksi itulah kemudian diperdagangkan secara bebas di masyarakat. Badan usaha memiliki peran yang penting dalam menggerakkan perekonomian nasional, pemerintah selalu memperhatikan laju perkembangan badan usaha karena barang-barang yang digunakan berfungsi untuk urusan pemerintah negara juga.

Maka dari itu penulis akan memilih badan usaha *Commanditaire Vennootschap* (CV). Persekutuan Komanditer (*Commanditaire*

Vennotschaap) atau biasa disebut juga dengan CV merupakan sebuah pembentuk organisasi yang didirikan oleh satu orang atau lebih komanditer atau sekutu pasif dengan satu atau lebih sekutu komplementer atau aktif dengan tujuan menjalankan usaha tersebut. Sekutu pasif memiliki tugas dan tanggung jawab atas penanaman modal, sedangkan sekutu aktif menjalankan kegiatan CV.

G. Aspek Legalitas

Dalam merencanakan suatu bisnis tentunya perlu mencantumkan beberapa aspek legalitas dalam bisnis tersebut. Jenis usaha yang dikelola oleh penulis adalah badan usaha CV, maka dari itu penulis perlu memperhatikan beberapa aspek izin yang dibutuhkan dalam bisnis kedai donat ini, karena juga tidak mungkin sebuah usaha dapat langsung didirikan tanpa adanya sebuah izin yang perlu diberikan kepada pihak yang terkait. Berikut ini merupakan syarat-syarat yang perlu untuk mendirikan CV di Tangerang Selatan:

1. Memilih nama CV dan mengajukan nama CV ke Kemenkumham
2. Membuat akta pendirian di hadapan notaris
3. Mendapatkan Surat Keterangan Terdaftar (SKT)
4. Mengajukan permohonan NPWP
5. Mengurus Nomor Induk Berusaha (NIB)
6. Mengurus izin usaha dan izin operasional/komersial