

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Mom's Baked Goods Bakery adalah sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang produk roti dan kue. Bisnis ini merupakan bisnis rumahan yang berlokasi di Taman Lasrana Nomor A2, Nglempung Lor, Sariharjo, Kec. Ngaglik, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Produk yang ditawarkan yaitu kue kering yang merupakan hidangan yang biasa disajikan untuk berbagai macam momen atau kesempatan, seperti idul fitri, natal, dan imlek. Kue kering Mom's Baked Goods Bakery sendiri memiliki keunikan, karena beberapa produk yang dijual merupakan hasil inovasi dengan menggabungkan konsep kue kering dengan jajanan pasar tradisional Indonesia yang menjadikan produk yang dijual memiliki daya tarik dan peminat yang luas dari berbagai kalangan usia.

Dari segi penjualan, Mom's Baked Goods Bakery dinilai sudah bisa bersaing dengan pesaing bisnis di sekitar wilayah Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Saat ini, Mom's Baked Goods Bakery melakukan penjualan secara *online* melalui sistem *pre-order*. Dari penjualan yang sudah dilakukan dari tahun 2020, penulis menemukan bahwa *demand* dari produk yang dijual cukup banyak. Berikut adalah ulasan dari beberapa konsumen

yang dijadikan dasar penulis untuk mengembangkan Mom's Baked Goods Bakery.

Gambar 1

Ulasan Pelanggan Mom's Baked Goods

Lembut, rasanya pas.
benar-benar lembut dan fluffy! Manisnya pas, tidak berlebihan, dengan aroma butter yang menggoda. Cocok dinikmati dengan secangkir teh hangat.
Langganan kue lebaran
enak bgt inovasi nastar kleponya, harganya juga tergolong murah untuk daerah jogja. saya mau pesen lagi 😊🙏
Kue favorit, kastanglenya kejunya gak pelit, kerasa banget kejunya. Choco stiknya pake dark choco jadi gak manis. Pokoknya ini solusi buat yang gak suka manis 🙌
Gurih, ga pake keju murahan.
Kuenya enak, lembut, manisnya pas, rasanya premium
Langganan 2020, harga termurah untuk rasa yg enak

Sumber: Data Penulis, 2025

Dari segi pemasaran, Mom's Baked Goods Bakery bisa dibilang masih kurang memasarkan produk dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari sistem penjualan yang masih menggunakan sistem pre-order dan tidak ada strategi pemasaran yang dirancang khusus untuk menunjang penjualan. Hal ini menyebabkan produk yang dijual kurang dikenal masyarakat luas dan konsumennya monoton, sehingga penulis berencana untuk melakukan pengembangan pemasaran melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook untuk meningkatkan *brand awareness* supaya produk yang dijual dapat dikenal di pasar yang lebih luas. Selain itu, penulis juga berencana untuk membuka gerai *offline* dan melakukan penjualan secara

online melalui *e-commerce shopee*. Untuk mewujudkan pengembangan pemasaran, tentunya Mom's Baked Goods juga membutuhkan tambahan sumber daya manusia untuk menunjang produksi produk yang lebih konsisten dalam jumlah yang lebih besar.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Gambar 2

LOGO MOM'S BAKED GOODS



Sumber: Data Penulis, 2024

Desain logo Mom's Baked Goods dibuat simpel dan minimalis menggunakan *font* yang *eye catching* sehingga mudah diingat dari segi visual. Nama "Mom's Baked Goods" diambil karena berdirinya toko kue ini dicetuskan oleh ibu dari penulis yang memiliki hobi membuat produk kue dan membagikannya ke kerabat terdekat. Kata "Mom's" juga menggambarkan kehangatan yang dapat memberi kesan bahwa produk yang dijual rasanya seperti buatan ibu sendiri. Warna hitam menggambarkan tantangan dan jatuh bangunnya bisnis yang dijalani,

sedangkan warna putih melambangkan harapan, inovasi, dan peluang di masa yang akan datang.

Secara keseluruhan, logo Mom's Baked Goods mencerminkan kehangatan se-toples kue yang dibuat oleh seorang ibu. Dibalik segala kesulitan dan tantangan yang dihadapi, ada harapan untuk berkembang di masa yang akan datang dengan terus melakukan inovasi dan menyajikan produk yang terbaik dan konsisten.

3. Identitas Bisnis

Mom's Baked Goods didirikan pada tanggal 1 Mei 2020, sebagai usaha rumahan yang terletak di Taman Lasrana No. A2, Nglempung Lor, Sariharjo, Kec. Ngaglik, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581. Pendirian bisnis ini bertepatan dengan pandemi COVID-19, dimana pemerintah melakukan *lockdown* dan usaha keluarga di bidang elektronik terhambat. Kemudian ibu dari penulis melihat peluang bisnis dimana momen ini bertepatan dengan bulan Ramadhan 1441 Hijriah.

Target pasar Mom's Baked Goods pada saat itu adalah orang yang ingin membeli kue lebaran dengan harga yang terjangkau, maka dari itu saat bisnis ini dibentuk, harga kue yang dijual tergolong murah namun tetap menggunakan bahan yang berkualitas. Penulis sendiri tidak menargetkan untung yang banyak melihat kondisi lingkungan sekitar yang terdampak pandemi COVID-19. Penulis hanya mematok untung sekitar Rp 5.000,00- Rp 10.000,00 per toples.

Penulis juga melakukan inovasi dengan membuat varian baru, salah satunya adalah Nastar Klepon yang merupakan hasil dari pengembangan kue klasik nastar yang dikolaborasikan dengan jajanan tradisional klepon. Produk ini berbahan dasar tepung terigu, mentega, pandan, dengan isian selai nanas yang dibaluri dengan kelapa kering. Produk ini sangat digemari hingga menjadikannya produk ter-favorit pelanggan Mom's Baked Goods hingga saat Proyek Akhir ini disusun. Selain itu, Mom's Baked Goods menawarkan beberapa varian kue kering lain, mulai dari kue kering klasik seperti Kastengel dan Putri Salju, sampai kue kreasi modern seperti Nutella Cookies dan Peanut Butter Cookies.

Produksi kue Mom's Baked Goods dilakukan di rumah penulis, tidak ada toko fisik, bersifat *made by order*, dan di produksi langsung oleh penulis dan ibu dari penulis. Untuk distribusi, pesanan kue dapat diantar atau diambil langsung ke tempat produksi. Dengan pesanan yang meningkat dari waktu ke waktu, penulis membuat dapur khusus untuk produksi kue dengan merombak kamar penulis. Namun seiring berjalannya waktu, penulis semakin kewalahan sehingga terpaksa harus membatasi jumlah pesanan terutama pada saat lebaran dan natal.

B. Visi dan Misi

1. Visi

Menjadi pilihan utama dari pecinta kue yang menyajikan produk dengan kualitas tinggi, rasa, dan keunikan serta menggunakan konsep modern tanpa meninggalkan unsur lokal.

2. Misi

- a. Menyediakan produk *bakery* dan minuman berkualitas dengan bahan pilihan, visual menarik, dan proses produksi yang higienis dan konsisten.
- b. Menghadirkan cita rasa yang autentik dan inovatif dengan perpaduan budaya lokal dan inovasi modern.
- c. Mengembangkan *brand* yang kreatif dan membangun pengalaman pelanggan yang hangat

C. Gambaran Umum Model Bisnis

Bisnis adalah organisasi yang menjalankan sebuah aktivitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen atau pasar untuk mendapatkan keuntungan (Nurhalim, 2023). Perkembangan zaman dan teknologi dirasa sudah membuat pelaku bisnis lebih mudah untuk mengembangkan bisnisnya. Dengan adanya sosial media, kebijakan pemerintah dari aspek legalitas bisnis, hingga adanya *e-commerce* membuat bisnis dapat lebih mudah dikenal konsumen secara luas.

Bisnis makanan dan minuman merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan di Daerah Istimewa Yogyakarta, salah satunya bisnis kue dan makanan manis. Tahun 2024 tercatat ada 1.597 restoran, rumah makan, dan sejenisnya di Daerah Istimewa Yogyakarta, meningkat 4% dari tahun 2022 (Ramli, 2024). Dari data ini, dapat disimpulkan bahwa persaingan bisnis makanan dan minuman di Daerah Istimewa Yogyakarta dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal ini tentunya mempengaruhi perencanaan strategi bisnis penulis. Di sekitar lokasi bisnis penulis ada beberapa pesaing, berikut adalah data pesaing Mom's Baked Goods.

Tabel 1
DATA USAHA SEJENIS DI SLEMAN

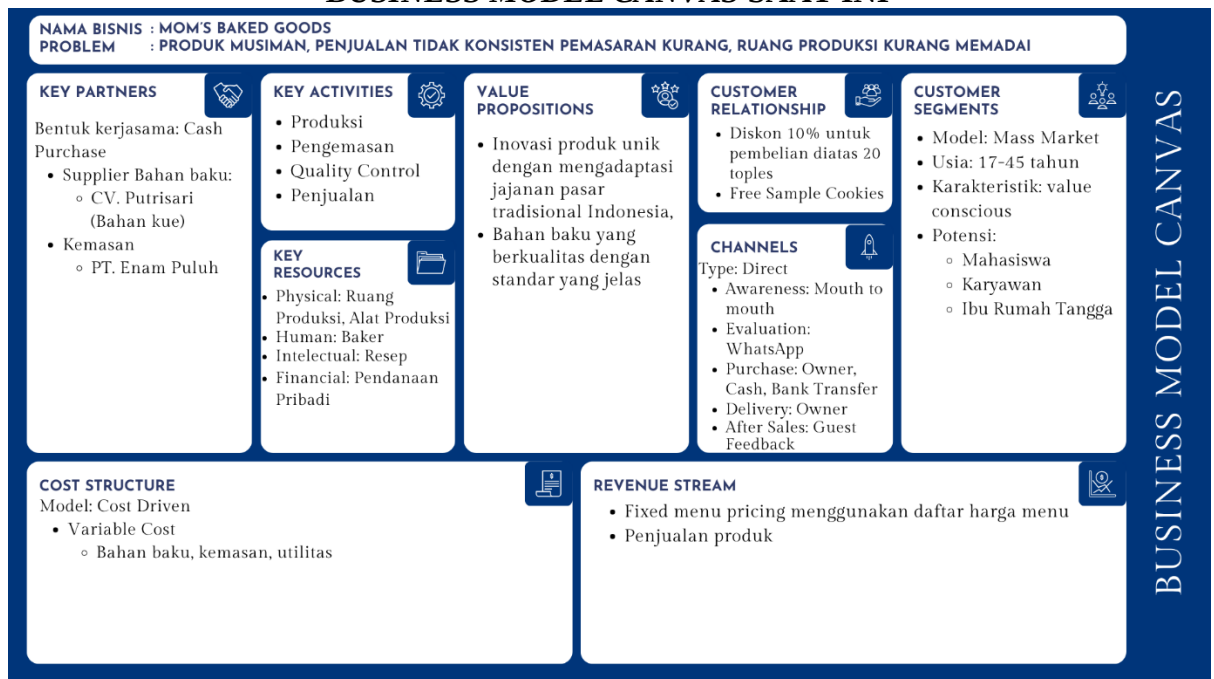
No.	Kompetitor	Alamat
1	Chez Moi	Jl. Kaliurang No. 37, Kayen, Condongcatur, Depok, Sleman
2	Parsley Bakery	Jl. Kaliurang Km. 5.3, Manggung, Caturtunggal, Depok, Sleman
3	Jasmine Cakery	Jl. Monumen Jogja Kembali No. 199B, Kutu Dukuh, Sinduadi, Mlati, Sleman
4	Alif's Bakery n Cookies	Jl. Gito Gati, Penen, Donoharjo, Ngaglik, Sleman

Sumber: Olahan Penulis, 2025

Dari data kompetitor tersebut, penulis Menyusun strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan *Business Model Canvas (BMC)*. *Business Model Canvas* adalah sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran mengenai bagaimana sebuah bisnis menciptakan, menyerahkan, dan menangkap nilai suatu produk (Osterwalder dan Pigneur,

2010 dalam (Wardana & Sitania, 2023). Penulis menerapkan model bisnis ini karena dirasa mudah dipahami dan relevan dengan bisnis yang dijalankan. *Business Model Canvas* memiliki 9 elemen yang memudahkan penulis untuk menganalisis bisnis yang dijalankan, elemen-elemen tersebut dapat ditinjau dari tabel berikut:

Gambar 3
BUSINESS MODEL CANVAS SAAT INI

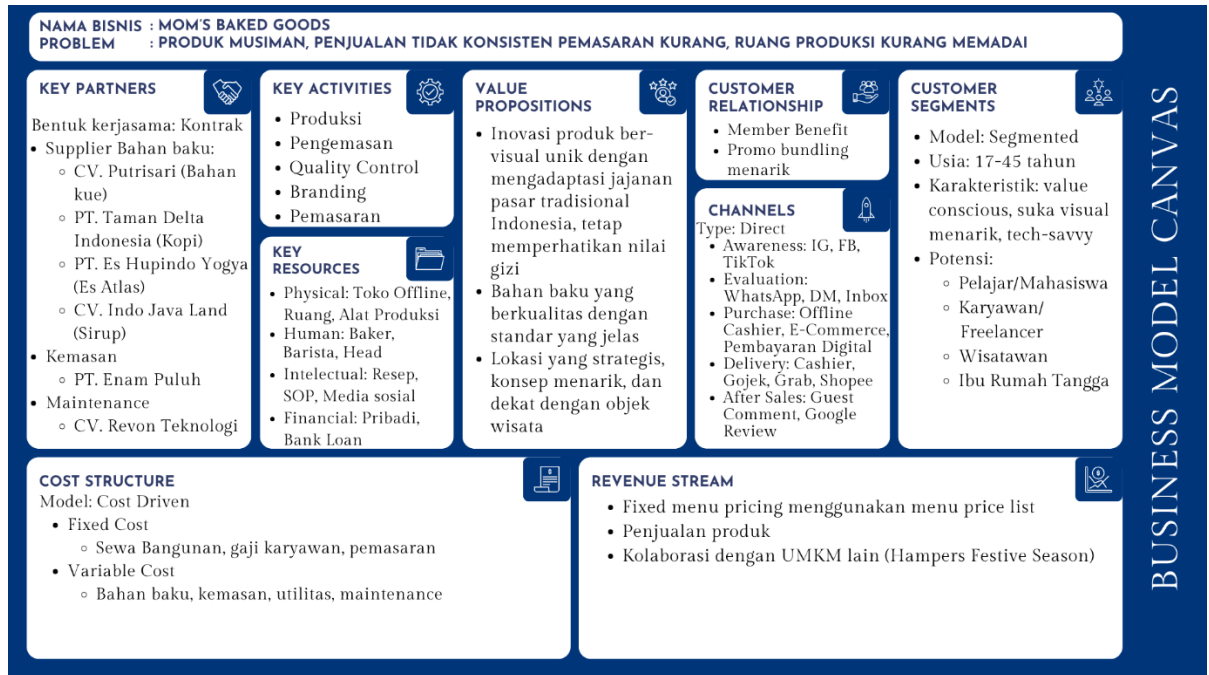


Sumber: Olahan Penulis, 2025

Dari *Business Model Canvas* tersebut penulis menganalisa masalah yang ada, yaitu produk yang diminati hanya pada musim tertentu, penjualan yang tidak konsisten, pemasaran yang dinilai kurang, dan ruang produksi yang kurang memadai. Kemudian penulis mengembangkan *Business Model Canvas* pengembangan berikut ini untuk mengembangkan bisnis Mom's Baked Goods ini untuk keberlanjutan bisnis dengan memperluas pasar, meningkatkan

kapasitas produksi, meningkatkan penjualan, dan membuka lapangan pekerjaan bagi warga sekitar.

Gambar 4
BUSINESS MODEL CANVAS PENGEMBANGAN

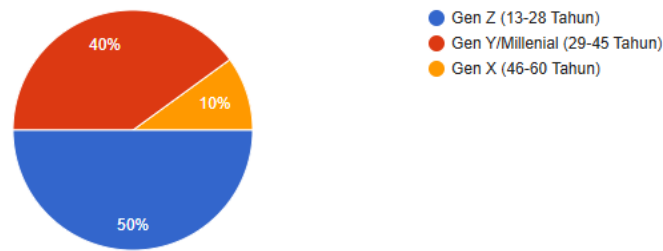


Sumber: Olahan Penulis, 2025

1. *Customers Segments*

Segmentasi pasar Mom's Baked Goods cukup luas, dilihat dari aspek usia, mayoritas konsumen Mom's Baked Goods adalah Gen Y atau Milenial dan Gen Z dengan rentang usia 17-45 tahun.

Gambar 5
SEGMENTASI USIA PADA PASAR MOM'S BAKED GOODS



Sumber: Data Penulis, 2025

Dari data tersebut terlihat bahwa konsumen Mom's Baked Goods didominasi oleh Gen Z sebesar 50%, kemudian 45% konsumen merupakan Gen Y, dan 10% Gen X. Hal ini dipengaruhi oleh menu yang dijual, tidak hanya kue kering klasik seperti Nastar, Putri Salju, dan Kastengel. Mom's Baked Goods juga memiliki menu *signature*, yaitu Nastar Klepon. Selain itu seluruh produk kue kering Mom's Baked Goods memiliki karakteristik rasa yang cenderung tidak terlalu manis, sehingga cocok untuk konsumen yang mempertimbangkan tingkat konsumsi gula.

Dari aspek lokasi pengembangan bisnis Mom's Baked Goods, lokasi yang dipilih merupakan lokasi yang strategis, dikarenakan berdekatan dengan hotel dan dekat dengan objek wisata. Sehingga Mom's Baked Goods berpotensi mendapatkan pasar wisatawan.

Kemudian dengan menawarkan fasilitas *dine in* dengan toko yang memiliki *ambience* minimalis dan estetik serta menu makanan dan minuman yang menarik, diharapkan pengembangan toko *offline* Mom's

Baked Goods dapat menarik pasar pelajar, mahasiswa, dan karyawan yang suka *work from café*.

2. *Value Proposition*

Value Proposition adalah nilai atau keunikan dari sebuah produk atau layanan yang ditawarkan. *Value Proposition* dari Mom's Baked Good dijelaskan sebagai berikut:

a. Inovasi produk yang matang dan unik

Mom's Baked Goods memiliki inovasi produk yang belum banyak dimiliki oleh kompetitor, yaitu dengan membuat produk kue kering dengan mengadaptasi dari jajanan pasar tradisional Indonesia. Salah satu inovasi yang sampai saat ini menjadi daya tarik konsumen adalah pada menu Nastar Klepon yang merupakan gabungan dari kue kering klasik Nastar dengan jajanan pasar Klepon. Selain belum banyak dimiliki kompetitor dan memiliki rasa yang unik, produk yang dijual juga memberikan sensasi nostalgia namun dikemas dengan bentuk visual menarik yang mengundang rasa penasaran konsumen.

b. Bahan baku yang berkualitas

Mom's Baked Goods memiliki standar dalam menentukan bahan baku yang digunakan untuk menjaga kualitas dan konsistensi produk. Mom's Baked Goods tidak pernah menggunakan bahan curah yang dijual dipasaran, bahan yang dipilih merupakan bahan kue yang dipakai mengacu pada bahan yang sering digunakan di hotel, restoran, dan *bakery*. Disamping itu Mom's Baked Goods juga

mempertimbangkan harga jual yang disesuaikan dengan pasar dan bahan baku yang digunakan, sehingga produk yang dijual bisa dikonsumsi oleh pasar yang luas dan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.

c. Lokasi yang strategis dengan konsep yang menarik

Dalam pengembangan bisnis Mom's Baked Goods, penulis memilih lokasi yang cukup strategis. Penulis berencana membuka *offline store* di Jalan Palagan Tentara Pelajar. Berdasarkan *site evaluation*, lokasi ini berdekatan dengan beberapa objek wisata, akomodasi, pusat perbelanjaan dan sarana transportasi umum seperti:

- Monumen Yogya Kembali (350 M)
- Halte Trans Jogja Monjali (450 M)
- The Alana Hotel Yogyakarta (1,2 KM)
- Hotel Hyatt Regency (1,3 KM)
- Terminal Jombor (1,4 KM)
- Jogja City Mall (1,6 KM)
- Hotel Tentrem Yogyakarta (2,6 KM)
- Sleman City Hall (4,4 KM)
- Stasiun Yogyakarta (6,1 KM)

Selain memiliki lokasi yang strategis, penulis juga berencana membuat *offline store* kecil dengan konsep minimalis yang didasari oleh luas lahan yang kecil.

3. *Channels*

Saat ini penggunaan media sosial sangat berpengaruh dengan minat konsumen untuk membeli produk, maka dari itu Mom's Baked Goods berencana untuk memaksimalkan pemanfaatan media sosial sebagai tempat promosi dan pemasaran untuk meningkatkan *Brand Awareness*. Penulis akan menggunakan *platform* TikTok, Instagram, dan juga Facebook sebagai media promosi. Selain karena biaya promosinya yang relatif terjangkau, media sosial tersebut dapat menjangkau pasar yang luas dan dapat disesuaikan dengan target pasar yang diinginkan. Ketiga media sosial tersebut juga dapat dikoneksikan satu sama lain, sehingga memudahkan penulis untuk mengatur promosi. Untuk menindaklanjuti kegiatan promosi melalui sosial media, Mom's Baked Goods menyediakan media untuk calon konsumen yang penasaran atau memiliki pertanyaan terkait produk yang dijual melalui *Inbox* Facebook, *Direct Message* Instagram, dan WhatsApp.

Selain berencana membuka *offline store*, penulis juga akan memanfaatkan *e-commerce* seperti Shopee, GrabFood, dan GoFood untuk menjual produk. Rencana pengembangan melalui *platform* Shopee ditargetkan untuk konsumen dari luar kota, dievaluasi dari sistem pemesanan sebelumnya yang menggunakan sistem manual *pre-order*, konsumen juga harus membayar ongkos kirim barang. Sedangkan melalui *platform* Shopee, konsumen dapat menggunakan *voucher* toko dan *voucher* gratis ongkir. Penggunaan *platform* ini diharapkan dapat menarik minat beli

konsumen terhadap produk Mom's Baked Goods. Sedangkan GrabFood dan GoFood menargetkan konsumen di Yogyakarta yang ingin membeli produk secara instan atau terkendala dengan jarak yang jauh dengan *offline store*.

Media pembayaran juga menjadi salah satu konsen utama penulis dalam mengembangkan *channel*. Saat ini, 81% masyarakat Indonesia lebih memilih untuk melakukan pembayaran dengan dompet digital atau *cashless* (Visa, 2024). Hal ini mendorong penulis untuk mulai menambah metode pembayaran dengan dompet digital, *bank transfer*, QRIS, kartu debit, dan kartu kredit. Untuk meningkatkan penjualan dan kenyamanan konsumen saat membeli produk.

Kemudian untuk menyampaikan atau menyajikan produk kepada konsumen, Mom's Baked Goods mengandalkan barista yang merangkap menjadi kasir untuk mendistribusikan produk kepada konsumen baik langsung maupun melalui perantara kurir. Dan dari segi *after sales*, Mom's Baked Goods menggunakan media *guest comment* dan Google Review yang ditinjau secara berkala untuk mengetahui dan menindaklanjuti ulasan tamu mengenai Mom's Baked Goods baik dari segi kualitas produk, layanan, dan suasana toko.

4. *Customer Relationships*

Untuk mempertahankan pasar dan meningkatkan retensi konsumen, Mom's Baked Goods berencana membuat program *membership* dengan harapan mempertahankan konsumen untuk membeli produk secara

berkelanjutan. Selain itu, Mom's Baked Goods juga berencana memperbanyak promo pada momen tertentu seperti lebaran dan natal dengan memberikan diskon dan paket *bundling* produk yang menarik untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Kemudian untuk menjaga agar Mom's Baked Goods dapat diingat oleh konsumen, penulis berencana untuk memanfaatkan data *member* seperti *e-mail*, nomor telepon, gender dan tanggal lahir konsumen untuk mengirim *newsletter* berisi promo menarik, diskon, hingga penawaran khusus untuk *member* di hari ulang tahun konsumen. *Newsletter* ini diharapkan dapat memberikan kesan eksklusif untuk *member* yang terdaftar dan menerima pesan ini.

5. Revenue Streams

Tabel 2
LAPORAN PENJUALAN MOM'S BAKED GOODS

2023				2024			
BULAN	BUDGET	REVENUE	PROFIT	BULAN	BUDGET	REVENUE	PROFIT
Jan	-	-	-	Jan	431.271	880.200	448.929
Feb	1.535.326	3.133.512	1.598.186	Feb	1.437.571	2.934.000	1.496.429
Mar	1.503.340	3.068.231	1.564.891	Mar	1.868.842	3.814.200	1.945.358
Apr	3.198.595	6.528.150	3.329.555	Apr	3.593.927	7.335.000	3.741.073
Mei	-	-	-	Mei	269.545	550.125	280.580
Jun	-	-	-	Jun	-	-	-
Jul	-	-	-	Jul	-	-	-
Aug	-	-	-	Aug	-	-	-
Sep	-	-	-	Sep	-	-	-
Okt	-	-	-	Okt	-	-	-
Nov	351.845	718.097	366.251	Nov	1.078.178	2.200.500	1.122.322
Des	2.111.073	4.308.579	2.197.506	Des	2.336.052	4.767.750	2.431.698
TOTAL	8.700.178	17.756.568	9.056.390	TOTAL	11.015.386	22.481.775	11.466.389

Sumber: Data Penulis, 2024

Sumber pendapatan utama Mom's Baked Goods berasal dari penjualan kue kering. Sayangnya, karena produk yang dijual cenderung diminati pada

momen tertentu serta kurangnya sumber daya manusia dan promosi, penjualan belum bisa dilakukan secara konsisten. Pada beberapa bulan, Mom's Baked Goods tidak menerima pesanan sama sekali. Namun saat *festive season* seperti Ramadhan, lebaran, imlek, dan natal penjualan produk meningkat dengan pesat.

Dari fenomena tersebut, penulis berencana untuk melakukan ekspansi bisnis dengan menambahkan produk makanan dan minuman lain yang dapat dinikmati konsumen setiap hari atau terus-menerus. Sehingga dapat produksi dapat dilakukan setiap hari dengan konsisten dan dapat meningkatkan penjualan harian.

6. *Key Resources*

Key resources mencakup aset yang dimiliki sebuah usaha atau bisnis. Saat ini aset Mom's Baked Goods terdiri dari peralatan, ruang produksi, *supplier bahan baku*, dan *head baker*. Dalam pengembangan bisnis ini, penulis akan menambah *key resource* berupa sumber daya manusia yang akan terbagi menjadi *baker*, *barista*, dan *head*. Untuk ruang produksi sendiri akan dipindahkan dari rumah penulis ke *offline store* yang akan dibangun. Kemudian aspek intelektual penulis akan memanfaatkan media sosial agar dapat dikenal lebih luas, menerapkan SOP yang baik untuk operasional dan menjaga supaya proses produksi tetap konsisten, dan menggunakan resep yang ditetapkan. Untuk aspek finansial akan didanai dengan investasi dari *owner's equity* dan pinjaman bank.

7. *Key Activities*

Kegiatan operasional Mom's Baked Goods saat ini belum berjalan secara konsisten. Ditinjau dari aspek sebelumnya, dengan mendambah sumber daya manusia tentunya penulis harus lebih memperhatikan kualitas produk dan meningkatkan pemasaran. Maka dari itu untuk menjaga kualitas produk, penulis akan membuat *Standard Operational Procedure (SOP)* dan *Brand Immersion* yang akan dikenalkan kepada karyawan untuk membangun kedisiplinan dan menjadi acuan selama bekerja. Penulis juga membuat *standard recipe* yang bersifat mutlak dan harus dipatuhi selama produksi untuk menjaga konsistensi rasa pada produk yang dijual.

8. *Key Partnerships*

Mom's Baked Goods membangun Kerjasama dengan perusahaan lain untuk menunjang kegiatan operasional. Namun, saat ini Mom's Baked Goods baru menjalin Kerjasama dengan 2 perusahaan, yaitu:

- CV. Putrisari, berperan dalam memenuhi kebutuhan bahan kue yang digunakan pada proses produksi.
- PT. Enam Puluh Arkamenemax Indosakti, berperan dalam memenuhi kebutuhan kemasan produk.

Sejalan dengan pengembangan bisnis yang akan dilakukan, penulis berencana untuk menambah kerjasama dengan beberapa perusahaan lain dengan perjanjian kontrak, seperti:

- PT. Taman Delta Indonesia, akan berperan dalam memasok biji kopi dalam produksi minuman.
- PT. Es Hupindo Yogya, akan berperan dalam memenuhi kebutuhan es dalam produksi minuman.
- CV. Indo Java Land, akan berperan dalam memenuhi kebutuhan sirup Trieste dalam produksi minuman.
- CV. Revon Teknologi, akan berperan dalam memenuhi kebutuhan peralatan ruang produksi.

9. *Cost Structure*

Manajemen pendanaan yang baik dapat menghindarkan pelaku bisnis dari *overbudget* yang dapat menyebabkan kerugian. Mom's Baked Goods menerapkan model *cost driven* yang sensitif terhadap biaya produksi. Kemudian aspek pendanaan menjadi salah satu hal yang krusial dalam pengembangan bisnis Mom's Baked Goods, maka dari itu penulis memperhatikan *fixed cost* yang terdiri dari biaya sewa bangunan, gaji karyawan, dan pemasaran tetap serta *variable cost* yang terdiri dari bahan baku, kemasan, utilitas (listrik, air, internet), dan maintenance untuk menjaga pengeluaran agar konsisten dan sesuai pada peruntukannya.

D. SWOT Analysis

Tabel 3

SWOT ANALYSIS MOM'S BAKED GOODS

	Strength	Weakness
	- Produk yang dijual memiliki keunikan - Harga bersaing - Lokasi yang strategis - Kolaborasi produk dan penawaran menarik	- Kurangnya <i>brand awareness</i> - Hanya menjual produk kue kering - Kurangnya sumber daya manusia - Kuantitas produksi kecil - Pemasaran yang kurang luas
Opportunity	S-O	W-O
- <i>Demand</i> konsumen terhadap produk tinggi - Membangun relasi dengan konsumen	Mengoptimalkan keunikan produk, harga yang bersaing untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Membangun relasi kepada konsumen dengan memberikan penawaran menarik dan kolaborasi dengan UMKM lain.	Untuk meningkatkan <i>brand awareness</i> , perlu meningkatkan pemasaran dan mengembangkan inovasi produk jenis lain agar dapat menarik demand yang lebih luas. Menambah SDM untuk meningkatkan kuantitas produksi.
Threats	S-T	W-T
- Persaingan usaha bakery yang tinggi - Kenaikan harga bahan baku - Kesulitan mendapatkan bahan baku saat peak season	Menjalin kemitraan dengan perusahaan terkait untuk menjaga stabilitas harga jual dan ketersediaan bahan. Lokasi strategis dan penawaran dimanfaatkan untuk bersaing dengan kompetitor.	Efisiensi sistem produksi untuk meningkatkan kuantitas produksi. Memperluas kerjasama <i>supplier</i> untukantisipasi kurangnya bahan baku saat <i>peak season</i> . perluasan distribusi dan pemasaran yang <i>up to date</i> untuk meminimalisir kelemahan terhadap tantangan yang ada.

Sumber: Olahan Penulis, 2025

E. Gambaran Umum Produk dan Jasa

Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau di konsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Firmansyah, 2023). Produk sendiri dibagi menjadi dua, yaitu *tangible* dan *intangible*. Produk *tangible* adalah produk fisik yang bisa dirasakan dan di konsumsi oleh pembeli. Mom's Baked Goods sendiri menawarkan produk kue kering dan patiseri yang beraneka ragam seperti nastar klepon, kastangel, nutella cookies, dll. Dan dalam pengembangan bisnis ini, penulis akan menambahkan produk makanan dan minuman yang dapat dijual secara *daily* untuk meningkatkan penjualan dan menstabilkan pendapatan harian. Tentunya produk yang dijual disesuaikan dengan tren pasar yang ada dan kebutuhan konsumen. Produk tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4
PENGEMBANGAN PRODUK MAKANAN

No.	Menu	Jenis	Gambaran Produk
1	Gluten Free Croissant	Pastry	
2	Gluten Free Pain Au Chocolate		
3	Ham and Cheese Sourdough	Bakery	

No.	Menu	Jenis	Gambaran Produk
4	Cranberry and Cheese Sourdough	Bakery	
5	Tomato and Rosemary Focaccia		
6	Putu Ayu Roll	Dessert	
7	Kopyor Cake		
8	Burnt Cheesecake Ketan Hitam		
9	Onde-Onde	Kue Kering	

Sumber: Olahan Penulis, 2025

Tabel 5
PENGEMBANGAN PRODUK MINUMAN

No.	Menu Minuman	Varian	Jenis	Gambaran Minuman
1	Kopi Susu Mama	Ice	Minuman Kopi	
2	Cappucino	Hot		
		Ice		
3	Latte	Hot		
		Ice		
4	Americano	Hot		
		Ice		
5	Es Cendol Latte	Ice		
6	Chocolate	Hot	Minuman Non-Kopi	
		Ice		
7	Matcha Latte	Hot		
		Ice		
8	Es Pisang Ijo Boba	Ice		

Sumber: Olahan Penulis, 2025

Sementara produk *intangible* adalah produk yang tidak memiliki bentuk fisik, seperti jasa. Mom's Baked Goods menawarkan sensasi kue rumahan yang menghadirkan kehangatan pada sebuah acara atau momen special maupun untuk konsumsi sehari-hari. Mom's Baked Goods juga berencana mengembangkan toko *offline* untuk memberikan pengalaman baru bagi konsumen yang ingin merasakan produk baru Mom's Baked Goods secara *dine in* maupun melakukan pembelian dengan cepat serta toko *online* melalui *e-commerce* untuk konsumen yang ingin membeli produk dengan efisien tanpa harus datang ke toko.

F. Jenis / Badan Usaha

Mom's Baked Goods memiliki asset senilai Rp 8.760.000,00 diluar tanah dan bangunan. Sedangkan omzet sebesar kurang dari Rp 300.000.000,00 dalam 1 (satu) tahun. Maka Mom's Baked Goods dapat dikategorikan sebagai usaha mikro, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro: (Aset) Maksimal. 50 Juta, (Omzet) Maksimal. 300 Juta
2. Usaha Kecil: (Aset) > 50 Juta – 500 Juta, (Omzet) > 300 Juta – 2,5 Miliar
3. Usaha Menengah: (Aset) > 500 Juta – 10 Miliar. (Omzet) 2,5 Miliar – 50 Miliar

G. Aspek Legalitas

Karena Mom's Baked Goods merupakan usaha yang beroperasi secara *online*, maka badan usaha yang direncanakan belum terbentuk dan belum memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Namun penulis sudah

mendaftarkan Surat Izin Perdagangan (SIUP) yang diterbitkan oleh sistem *Online Single Submission (OSS)* dengan Nomor Induk Berusaha (NIB): 3103240030437. Selain itu, Mom's Baked Goods juga sudah memiliki sertifikat halal dengan nomor sertifikat ID3411001731511034.

Untuk mengembangkan bisnis ini, penulis berencana untuk mendaftarkan Mom's Baked Goods pada *platform e-commerce* Shopee, Gojek, dan Grab untuk pengembangan *online store*. Untuk *offline store* sendiri penulis akan mengurus Izin Mendirikan Bangunan (IMB), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Kemudian dari aspek produk, penulis akan mengurus izin melalui Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).