

EXECUTIVE SUMMARY



Fa's Cookies adalah bisnis yang menyajikan cookie sebagai penjualan utamanya. Cookie yang akan dijual oleh bisnis ini adalah jenis soft cookies dengan berbagai macam rasa yang inovatif. Bisnis ini mempunyai target market remaja sampai dengan dewasa yang menginginkan produk yang unik dan cemilan yang praktis.

Bisnis ini menggunakan media social sebagai alat untuk promosi, dengan menggunakan Instagram sebagai media utama promosi. Banyak promosi yang akan dilakukan oleh bisnis ini untuk menarik minat para costumer untuk membeli produk ini.

Produk ini terdiri atas soft cookies dengan rasa yang yang belum ada di pasaran. Jenis menu yang disediakan terdiri dari 7 jenis rasa sebagai menu unggulan. Produk ini sangat cocok sebagai makanan atau cemilan pendamping pada saat minum the atau minum kopi.

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Kota Bandung menjadi salah satu kota terbesar di Provinsi Jawa Barat, dan juga wilayah Bandung Raya merupakan metropolitan yang terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta. Kota Bandung memiliki iklim yang sejuk Karena kota Bandung dikelilingi oleh pegunungan sehingga membentuk seperti mangkuk raksasa yang mengelilingi dari ujung utara hingga bagian selatan. Kota Bandung mendapatkan julukan kota kembang, masyarakat menjuluki kota Bandung sebagai kota kembang karena dahulu kota Bandung ditanami banyak sekali tanaman dan juga pepohonan yang besar dan rindang.

Dilihat dari sisi geografi, Kota Bandung mendapatkan julukan Kota wisata dikarenakan di Kota Bandung terdapat banyak sekali objek wisata yang memiliki daya tarik, dan juga tema yang beragam. Tidak hanya dijuluki kota wisata, kota Bandung juga mendapatkan julukan sebagai kota wisata kuliner, banyak masyarakat yang berasal dari luar daerah kota Bandung yang datang ke kota Bandung hanya untuk wisata kuliner. Berdasarkan KOMPAS.COM,” Menteri Pariwisata Arief Yahya menetapkan Bali dan Bandung menjadi salah satu destinasi wisata kuliner unggulan di Indonesia. Itu dilakukan sebagai strategi untuk memajukan wisata kuliner. “Portofolio bisnis pariwisata kita, 60 persen orang datang karena faktor budaya. Dari 60 persen itu, 45 persen uangnya digunakan untuk kuliner dan belanja,” ujar Arief dalam Millennial Tourism Corner di Upnormal Coffee Roster Cihampelas 96, Bandung, Jumat (24/5/2019). Data Kementerian Pariwisata, rata-rata pengeluaran wisatawan mancanegara (wisman) untuk keperluan makan dan minum sebesar 400 dolar AS. Jumlah itu, 30 persennya dari total pengeluaran sebesar 1.200 dolar AS per wisman per sekali kunjungan. Karena Bandung memiliki potensi kuliner yang besar. Bahkan

banyak yang menyebut Bandung sebagai surga kuliner. “Di Bandung, mau makan apa saja ada. Makanya banyak yang bilang surga kuliner,” pungkasnya. – Kompas.com Jumat, 24 Mei 2019.

Tidak heran jika kota Bandung lebih dominan sebagai kota wisata kuliner. Banyaknya makanan khas lokal yang diinovasi dan dimodifikasi menjadi sebuah panganan yang baru dan tentunya mengunggah selera. Selain memiliki iklim yang sejuk, kota Bandung juga memiliki kuliner yang beragam, mulai dari yang tradisional hingga yang inovasi. Salah satu kuliner khas Kota Bandung diantaranya yaitu batagor, mie kocok, surabi, dan juga karedok. Selain kuliner tradisional, kuliner kelas atas juga banyak di Kota Bandung, hal ini yang membuat para pengusaha kuliner tidak takut bangkrut jika membuka usaha kuliner di Kota Bandung, karena kota Bandung tidak pernah sepi dari pengunjung

Berdasarkan Jalajahnusae.com “Kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Jawa Barat pada periode akhir Desember 2019 mengalami peningkatan. Seperti dirilis Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat, kedatangan tamu asing melalui Bandara Husein Sastranegara pada Desember 2019 sebanyak 14.951 orang mengalami peningkatan 2,47 persen dibanding November 2019 yang tercatat 14.591 orang. Sedangkan tamu asing yang datang melalui Pelabuhan Muarajati Cirebon seluruhnya adalah crew kapal sebanyak 208 orang, naik 67,74 persen dibanding November 2019 yang tercatat sebanyak 124 orang.” –JalajahNusae, Oleh Iwan Gunaesa. Rabu, 5 februari 2020.

Dengan data diatas, menjadi bukti kuat bahwa bisnis kuliner di Kota Bandung adalah hal sangat tepat untuk direncanakan. Yang mana usaha makanan dan minuman menjadi sebuah kebutuhan bagi seluruh masyarakat. Di masa pandemic ini penulis melihat dan merasa banyaknya usaha-usaha

makanan dan minuman baru. Penulispun melihat banyak sekali usaha yang dijual secara online melalui media social dan juga ojek online. Masyarakat akan memilih usaha yang sudah terkenal ataupun memiliki rating yang tinggi.

Gaya hidup masyarakat di era pandemic ini sangat erat dengan berbelanja online melalui aplikasi belanja online, sebuah artikel dalam website liputan6.com, menyebutkan bahwa aktifitas belanja *online* di maret 2020 mengalami kenaikan yang drastis, "Masyarakat Indonesia, terutama kelas menengah dan atas, telah beradaptasi dengan dunia baru ini. Mereka beralih ke cara-cara baru untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya," -Kirill mankovski selaku Managing Director ADA Indonesia kepada warta kota.

Melihat dari data wisatawan, dan juga terkait gaya hidup masyarakat yang baru seperti yang dipaparkan diatas, belakangan ini banyak sekali media cetak dan media online yang membahas mengenai dunia kuliner. Hal ini yang membuat para masyarakat tertarik dan mendorong keinginannya untuk menikmati makanan yang baru. Salah satu yang diminati oleh para masyarakat saat ini adalah *dessert*, hal ini dipengaruhi dengan berkembangnya pola hidup masyarakat yang modern, untuk itu penulis merencanakan sebuah pengembangan bisnis kuliner yang berkonsep *cookie shop*. Penulis memilih konsep ini dari beberapa pesaing yang memiliki bisnis yang serupa, namun yang membedakan dari toko ini adalah *soft cookie* menjadi tujuan utama dalam aspek penjualan. Penulis ingin mengkombinasikan cita rasa barat, yang memiliki ciri khas dengan rasa yang manis, pembawaan ini untuk mengkombinasikan cita rasa Indonesia dengan cita rasa barat. Penulis memberi nama *cookies shop* ini Fa's Cookies.

B. Gambaran Umum Bisnis

a. Deskripsi bisnis

Penulis sebelumnya pernah memiliki usaha *cookies* yang bernama Trina cookies, yang dikelola bersama dengan orang tua penulis. Penulis menjalankan usaha ini dengan cara pre-order yang dimana ada konsumen yang tertarik ingin membeli *cookies* akan memesan terlebih dahulu dan mendapatkan *cookies*nya sesuai waktu yang telah ditentukan, yang tentunya konsumen sudah melakukan pembayaran terlebih dahulu, karena penulis membuat *cookies* ini dari bahan-bahan segar dan di kirim dalam keadaan segar. Melihat ketertarikan para konsumen terhadap *cookies* melalui Trina cookies, penulis ingin mengembangkan usaha baru yang inovatif.

Fa's cookies ini akan menjual *soft cookies* yang berbeda dengan *soft cookies* lainnya, yaitu dengan cita rasa khas indonesia. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari rasa kue, *soft cookies* ini memiliki tekstur yang lembut, dan rasa rempah-rempah yang khas. Kue ini menggunakan bahan-bahan seperti *brown sugar*, gula pasir, kayu manis, mentega, telur, tepung terigu, *baking soda*, garam, dan topping yang khas dengan Indonesia. Kue ini memiliki ukuran yang berdiameter kurang lebih 7cm dan berbentuk pipih. Fa's cookies menawarkan rasa yang berbeda dari yang lain, seperti rasa klepon, ketan hitam, kayu manis, spekkuk, dll.

Fa's cookies akan penulis dirikan dan akan dikelola oleh penulis sendiri untuk sementara. Penulis mendirikan *cookies shop* ini untuk para konsumen yang ingin menikmati *soft cookies* dengan rasa yang berbeda dari yang sudah ada dipasaran. *Soft cookies* dari fa's cookies juga dapat dijadikan cemilan pendamping minum kopi. Konsep *cookie shop* ini akan dibuat menjadi online shop dan juga bisa diakses

melalui social media. *Cookie shop* ini menggunakan jenis pelayanan dengan cara *pre-order*.

Tetapi, dibalik banyaknya pelanggan yang minat dengan produk *fa's cookies*, penulis melihat beberapa pesaing yang berada di Kota Bandung, yang memiliki jenis produk dan konsep yang serupa yang dimana sangat memungkinkan menjadi sebuah ancaman *cookie shop* penulis.

Tabel 1. 1 Daftar Pesaing

N o.	Nama	Lokasi	Produk
1.	J&C Cookies	Jl. Surya Sumantri No.12, Sukawarna, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40164	Kue kering, Kue Lebaran.
2.	Ina Cookies	Jl. Naripan No.82, Kb. Pisang, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40112	Kue kering, Kue Lebaran.
3.	Blueberry's Cake & Cookies	Jl. Tata Surya No.3, Manjahlega, Kec. Rancasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40286	Kue Kering, Kue Lebaran, Patiseri.

Sumber: Olahan Penulis, 2021

Penulis sudah pernah mengunjungi dan mencoba produk-produk pesaing diatas. Para pesaing diatas hanya menjual berbagai macam kue kering seperti yang dijual pada umumnya, tetapi *cookies shop* yang penulis dirikan menjual *soft cookies* dengan cita rasa yang berbeda dan yang belum ada di Kota Bandung. Menurut penulis hal inilah yang menjadikan suatu daya tarik yang lebih untuk para konsumen.

b. Deskripsi Logo dan Nama

Logo merupakan gambar yang memiliki arti atau filosofi tertentu bagi suatu usaha bisnis. Logo harus mempunyai 5 unsur yang harus dimiliki, yaitu kesatuan, dominasi, irama, proporsi, dan keseimbangan. Logo merupakan bagian dari brand atau alat pengenalan atau identitas yang mencerminkan makna ataupun pesan yang ingin disampaikan dari usaha bisnis untuk membedakan dari para kompetitornya.

Menurut Rustan “Logo berasal dari Bahasa Yunani yaitu Logos, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Pada awalnya yang lebih populer adalah istilah logotype, bukan logo. Pertama kali istilah logotype muncul tahun 1810-1840, diartikan sebagai tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik lettering atau memakai jenis huruf tertentu logotype adalah elemen tulisan saja”. (Suriyanto Rustan, 2009: 12)

Nama perusahaan adalah jati diri yang digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan usahanya. Nama perusahaan akan melekat dan dikenal oleh masyarakat untuk membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan lainnya. Nama perusahaan dilarang memakai nama perusahaan yang sudah ada atau lebih dulu walaupun memiliki sedikit perbedaan.

Dengan mempertimbangkan berbagai hal yang dijelaskan diatas maka penulis memutuskan untuk memberikan nama bisnis ini **“Fa’s Cookies”**. Dikarenakan belum ada perusahaan yang menggunakan ataupun mempunyai merek yang serupa dengan bisnis lainnya.

Gambar 1. 1 Logo Fa's Cookies



Sumber: Desain penulis 2021

Untuk nama usaha yang penulis gunakan adalah “Fa’s cookies” mengambil dari nama panggilan penulis yaitu “Fa” dan menggabungkan dengan kalimat “cookies” sebagai produk yang akan dijual oleh penulis. Untuk logo yang digunakan penulis memilih latar belakang marmer putih, dengan garis kotak berwarna emas yang melambangkan mewah dan mempesona.

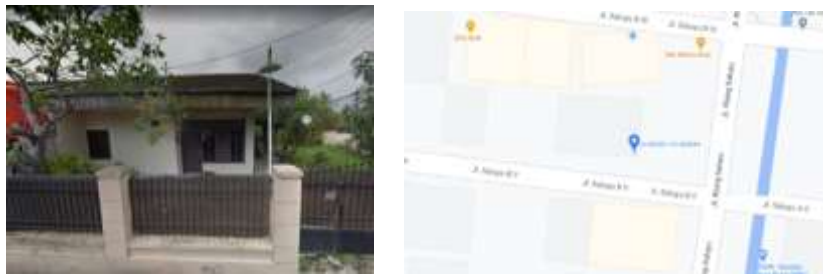
c. Identitas Bisnis

Jika ingin membuka sebuah usaha seorang pengusaha sebaiknya menggunakan konsep *Marketing mix* yang dikenal dengan 4P (*People, Products, Places, Promotions*) dalam membangun sebuah usaha. Fokus pembahasan saat ini adalah *Place* atau tempat yang terkait dalam pembuatan usaha penulis. *Place* adalah sesuatu yang menunjukkan berbagai kegiatan seperti membuat produk agar mudah diperoleh dan selalu tersedia bagi para pelanggan. Pengusaha juga harus menentukan lokasi yang strategis untuk menjaga hubungan langganan tetap terjaga dengan baik. Tempat yang strategis dapat membuat bisnis melaju dengan pesat, apabila tempat usaha tersebut tidak strategis usaha tersebut tidak akan merasakan keuntungan yang maksimal. Salah satu factor yang mempengaruhi pemilihan

suatu lokasi untuk dijadikan tempat usaha, diantaranya lingkungan masyarakat, pembangkit tenaga listrik, tenaga kerja, dan tanah untuk ekspansi.

Maka dari itu Fa's Cookies berencana akan didirikan di Riung saluyu, lebih tepatnya di komplek riung bandung, cipamokolan, Kota Bandung. Tempat ini merupakan rumah penulis yang dijadikan untuk tempat produksi. Dari tempat ini penulis melihat tidak banyaknya pesaing disekitar daerah tempat produksi penulis.

Gambar 1. 2 Lokasi Fa's Cookies



Sumber : Google Maps

C. Visi dan Misi

Visi adalah impian yang harus dicapai oleh suatu usaha bisnis berisikan pemikiran dari para pendiri bisnis. Pemikiran ini menjadi gambaran dari masa depan dari usaha tersebut. Misi adalah tahapan atau proses yang harus dilalui oleh suatu usaha bisnis dengan tujuan mencapai visi yang dimiliki oleh bisnis tersebut.

Berikut adalah salah satu visi dan misi dari usaha penulis.

1. VISI:

Menjadikan Fa's Cookies sebagai cemilan favorit di kota Bandung

2. MISI:

1. Menciptakan cemilan yang inovatif
2. Memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

3. Mempromosikan produk melalui social media.
4. Menjamin kualitas produk dengan bahan-bahan yang berkualitas.

SWOT Analysis

Seseorang apabila ingin memiliki sebuah bisnis yang kuat dan bertahan dalam jangka waktu yang lama harus memikirkan strategi yang kuat dalam perencanaan bisnis. Apabila tidak memiliki strategi yang kuat untuk jangka waktu yang panjang, maka dapat dipastikan bisnis tersebut akan terkalahkan oleh pesaing yang serupa. Karena hal tersebut para pengusaha pada umumnya akan membuat perencanaan yang strategis yang dapat mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), ancaman (*Threats*), inilah akronim dari SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threats*). Metode SWOT ini dibuat oleh Albert Humphrey, yang pada waktu itu (dasawarsa 1960-an dan 1970-an) sedang memimpin proyek riset pada Universitas Stanford.

Menurut Rangkuti “analisis SWOT adalah identifikasi sebagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat dimaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.” Rangkuti (1997:18)

Maka dari itu penulis mengevaluasi SWOT dari cookies shop yang akan dibuat:

- a. Kekuatan (*strengths*)
 - Memiliki menu cookies yang inovatif.
 - Memiliki konsep yang menarik.
 - Menggunakan bahan dengan kualitas tinggi.

- Mudah dipesan.

b. Kelemahan (*weakness*)

- sedikitnya pilihan variasi menu *soft cookies* yang tersedia dan akan terus dikembangkan menjadi lebih banyak lagi variasi menu.
- Harga yang mahal menjadi sebuah salah satu kelemahan, tetapi bahan yang digunakan merupakan bahan dengan kualitas tinggi, hal ini menjadi bukti bahwa uang menjamin kualitas.

c. Peluang (*opportunity*)

Gaya hidup sekarang ini sangat menjadikan sebuah peluang, banyak konsumen yang tertarik akan hal-hal yang baru dan belum ada dipasaran, dan banyak juga konsumen yang tertarik untuk membeli produk yang penulis buat, karena produk yang dijual dengan harga yang terjangkau.

d. Ancaman (*threats*)

Ancaman yang *cookies shop* ini hadapi adalah sudah adanya *cookies shop* yang lebih dulu berdiri dan sudah ternama dengan mengusung konsep yang hampir sama yang ditakutkan adalah konsumen yang lebih memilih *cookies shop* ternama dibandingkan dengan brand *cookies shop* yang baru dengan harga sebanding.

Tabel 1. 2 Tabel analisis SWOT

OT SW	STRENGTH	WEAKNESS
	Strategi SO	Strategi WO
OPPORTUNITIES	• Memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen. • Membuat produk yang bervariasi dengan bahan berkualitas tinggi	• Alternative lain yaitu dengan cara pemesanan online dan di antarkan ke tempat tujuan
THREATS	Strategi ST • Memberikan diskon atau promo kepada konsumen	Strategi WT • Mencek seluruh kualitas produk secara rutin.

Sumber: Olahan Penulis, 2021

D. Spesifikasi Produk / Jasa

Fa's cookies ini menawarkan jenis produk makanan serta jasa. Produk makanan yang ditawarkan di fa's cookies ini adalah *soft cookies*, kue ini memiliki rasa yang berbeda dengan *cookies* yang dijual pada umumnya. Kue ini disajikan dengan tekstur yang lembut dan juga kenyal berbentuk pipih dan bulat dengan beragam variasi rasa yang tentunya diolah dari bahan-bahan yang memiliki kualitas yang tinggi. Penulis memilih untuk mendirikan usaha yang menjual *soft cookies* karena sedang ramainya yang menjual *soft cookies*. Sejauh ini penulis menemukan 1 *brand* yang menawarkan produk *soft cookies*, *brand* tersebut menawarkan *soft cookies* tidak hanya secara online tetapi juga menjual langsung di outlet yang dimiliki brand tersebut. Menurut Kotler & Keller (2009:4), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.

E. Jenis Badan Usaha

usaha rumahan adalah jenis usaha yang penulis gunakan dimana usaha ini bertempat di rumah penulis. Dalam hal ini pemilik usaha tidak perlu menyewa tempat lain untuk dijadikan lokasi bisnis, bahkan pemilik bisnis juga tidak harus memiliki properti tertentu. Namun, pemilik bisnis harus tetap menjalankan bisnis dari tempat yang sama dengan tempat tinggal mereka, sehingga bisnis tersebut dapat dikategorikan sebagai bisnis rumahan.

F. Aspek Legalitas

Untuk membuka usaha rumahan harus memiliki perizinan industri makanan rumahan atau PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga). PIRT merupakan izin jaminan usaha makanan dan minuman rumahan yang akan dijual memenuhi standar keamanan makanan atau izin edar produk pangan olahan yang diproduksi oleh UKM untuk dipasarkan secara lokal.

Izin tersebut hanya diberikan untuk produk pangan olahan dengan tingkat resiko yang rendah dengan menerbitkan nomor PIRT yang berlaku selama 5 tahun dan dapat diperpanjang.

Berikut ini merupakan syarat perizinan PIRT:

1. Fotokopi kartu tanda penduduk (KTP) pemilik usaha rumahan
2. Pas foto 3×4 pemilik usaha rumahan, 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 disarankan oleh Dinas Kesehatan
11. Mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan untuk mendapatkan SPP-IRT.

Adapun untuk beberapa produk makanan dan minuman dengan bahan tertentu, memerlukan izin dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan (POM) ataupun memerlukan persyaratan SNI (Standar Nasional Indonesia) seperti berikut:

1. Susu dan hasil olahannya
2. Daging, ikan, unggas dan hasil olahannya yang memerlukan proses penyimpanan dan atau penyimpanan beku
3. Makanan kaleng
4. Makanan bayi
5. Minuman beralkohol
6. AMDK (Air Minum Dalam Kemasan)

7. Makanan/Minuman yang wajib memenuhi persyaratan SNI
8. Makanan / Minuman yang ditetapkan oleh Badan POM.