

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gambaran Umum Bisnis

Bisnis ialah organisasi yang melakukan transaksi jual beli barang dan jasa bertujuan untuk meraih keuntungan (Fauzi & Gofur, 2021)

Dan menurut (Madura, 2010) bisnis ialah wadah yang dibuat agar menghasilkan produk barang atau jasa untuk pelanggan, dan setiap transaksi di tujukan agar mendapatkan keuntungan.

Bisnis adalah kumpulan perusahaan yang dioperasikan oleh satu individu atau kelompok yang menjual barang dan jasa untuk menghasilkan uang. Bisnis juga dapat dikatakan memasok komoditas dan layanan yang diperlukan agar ekonomi berfungsi dengan lancar. Mereka harus siap menghadapi untung dan rugi karena bisnis bergantung pada berbagai elemen selain modal finansial, seperti reputasi, pengetahuan, dan pengalaman. Teman dan keluarga juga dapat menjadi modal usaha (Wijoyo. dkk 2021).

Bisnis dalam arti luas adalah frasa komprehensif yang menggambarkan aktivitas dan institusi yang menghasilkan produk dan layanan dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis adalah sebuah sistem yang menciptakan komoditas dan layanan untuk memenuhi keinginan masyarakat (Huat dan Chwee 1990).

Industri kuliner di Kota Bandung terus mengalami perkembangan pesat, ditandai dengan semakin banyaknya UMKM di bidang makanan yang bermunculan di berbagai wilayah. Melihat fenomena tersebut, penulis merasa terdorong untuk

turut berkontribusi dalam mengembangkan bisnis makanan yang dimiliki oleh orang tua.

Keberhasilan suatu usaha kuliner dapat diukur dari pencapaian target yang telah ditetapkan sejak awal perencanaan bisnis. Dalam persaingan industri kuliner yang semakin kompetitif, setiap pelaku usaha dituntut untuk memiliki keunggulan dan daya saing agar dapat bertahan dan berkembang.

Oleh karena itu, inovasi menjadi aspek penting yang harus dimiliki oleh setiap usaha, meskipun hanya berasal dari satu sisi usaha. Inovasi tersebut menjadi salah satu kunci utama untuk mencapai target penjualan dan mempertahankan eksistensi bisnis di tengah ketatnya persaingan pasar.

Bolu Dadakan Teh Ani merupakan usaha kuliner rumahan yang dirintis dengan penuh semangat dan ketekunan oleh Ibu Ani sejak tahun 2014. Bermula dari dapur rumah sederhana, Teh Ani mulai menjual bolu hasil racikan sendiri dengan cita rasa khas dan tampilan yang menarik. Di tahun awal ini, seluruh proses produksi, promosi, hingga pengantaran dilakukan sendiri oleh Teh Ani, menjadikannya sebuah usaha kecil yang benar-benar dijalankan dengan tangan dan hati. Penjualan dilakukan dari mulut ke mulut dan melalui pesanan langsung dari tetangga maupun kerabat terdekat.

Melihat antusiasme masyarakat yang terus meningkat, pada tahun 2015, Teh Ani memberanikan diri untuk membuka toko pertamanya. Meskipun masih dengan menu yang sangat terbatas hanya beberapa varian bolu kukus dan panggang langkah ini menjadi titik awal pertumbuhan usaha secara lebih serius. Toko kecil ini berlokasi tidak jauh dari rumah, agar mudah dikelola dan tetap menjaga kualitas

produksi secara langsung. Walau sederhana, keberadaan toko fisik membuat Bolu Dadakan Teh Ani lebih mudah dikenal masyarakat luas.

Setahun kemudian, pada tahun 2016, usaha ini mulai memperluas pilihan produk dengan menghadirkan menu baru berupa bolu ulang tahun. Menu ini disambut hangat oleh pelanggan karena menawarkan desain kue yang cantik dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan toko kue besar. Teh Ani mulai menerima pesanan kustom untuk berbagai acara, seperti ulang tahun anak, syukuran, hingga pernikahan sederhana.

Inovasi terus dilakukan. Tahun 2017 menjadi momentum peluncuran bolu tape, yang mengusung rasa tradisional dan unik. Menu ini menjadi salah satu produk favorit karena menawarkan perpaduan antara rasa manis dan fermentasi tape yang khas, sangat cocok dengan selera pasar lokal. Lalu di tahun 2018, variasi rasa kembali ditambah dengan hadirnya bolu jagung, yang terinspirasi dari jajanan pasar dan menjadi pilihan menarik bagi konsumen yang menginginkan sesuatu yang berbeda.

Tahun 2019, Teh Ani memperkaya portofolio produknya dengan meluncurkan brownies kukus. Brownies ini dibuat dari coklat premium dan teksturnya lembut, menjadi alternatif populer selain bolu. Strategi ini berhasil menarik segmen pelanggan baru, terutama dari kalangan anak muda dan pecinta coklat.

Memasuki tahun 2020, meskipun tidak ada penambahan produk baru, Bolu Dadakan Teh Ani tetap menjaga kualitas rasa dan pelayanan. Masa ini menjadi waktu konsolidasi dan pematapan sistem produksi serta pemasaran, terutama di

tengah ketidakpastian ekonomi akibat pandemi. Teh Ani fokus pada menjaga kepercayaan pelanggan melalui kebersihan, kualitas, dan konsistensi rasa.

Pada tahun 2021, inovasi kembali dilakukan dengan memperkenalkan bolu pandan keju sebagai menu baru. Kombinasi aroma pandan yang wangi dan parutan keju yang gurih menjadikannya menu favorit keluarga. Menu ini juga menjadi bentuk adaptasi terhadap tren kuliner yang mengarah pada rasa klasik dan nostalgia.

Tahun 2022 menjadi tahun penting lainnya dalam perjalanan usaha, karena untuk pertama kalinya Teh Ani membuka toko kedua. Toko ini berlokasi di Jalan Kolonel Masturi No. 138, Sukajaya, Lembang, sebuah area yang strategis dan ramai pengunjung, terutama wisatawan. Kehadiran toko kedua ini memperluas jangkauan pasar Bolu Dadakan Teh Ani dan memperkuat eksistensinya sebagai brand kuliner lokal yang terpercaya. Dengan sistem operasional yang semakin tertata, pembukaan cabang kedua ini menunjukkan kematangan usaha dan kepercayaan pasar terhadap produk-produk Bolu Dadakan Teh Ani.

Pada tahun 2023, usaha berjalan stabil tanpa perubahan signifikan. Teh Ani memilih untuk fokus pada perbaikan sistem manajemen, pelatihan staf, dan konsistensi pelayanan di dua lokasi tokonya.

Tahun 2024, Teh Ani kembali menghadirkan inovasi produk dengan meluncurkan bolu karamel. Rasa manis legit khas karamel berpadu dengan tekstur bolu yang lembut, menciptakan varian yang langsung diminati banyak pelanggan.

Memasuki tahun 2025, meskipun usaha Bolu Dadakan Teh Ani tetap berjalan stabil, dinamika pasar dan persaingan yang semakin ketat menunjukkan adanya tanda-tanda stagnasi dalam pengembangan produk. Tidak adanya inovasi atau

peluncuran menu baru di awal tahun ini menjadi sinyal perlunya gebrakan segar untuk menjaga antusiasme pelanggan dan memperluas pangsa pasar. Sebagai bagian dari tim yang peduli terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan usaha ini, saya merasa terpanggil untuk turut berkontribusi dalam membawa Bolu Dadakan Teh Ani ke arah yang lebih dinamis dan kompetitif.

Berangkat dari semangat inovasi yang selama ini menjadi kekuatan utama Bolu Dadakan Teh Ani, saya mengusulkan penambahan menu baru yang segar dan relevan dengan selera pasar saat ini, yaitu Bolu Pisang Cream Cheese. Menu ini memadukan kelembutan alami pisang matang yang manis dan lembut dengan krim keju yang gurih dan creamy, menciptakan cita rasa yang seimbang dan memikat. Kombinasi ini tidak hanya menawarkan rasa yang unik, tetapi juga mengikuti tren kuliner yang sedang digemari, di mana perpaduan bahan lokal dan sentuhan modern menjadi daya tarik tersendiri.

Selain rasanya yang lezat, bolu pisang cream cheese juga memiliki nilai jual yang kuat dari sisi pemasaran. Pisang adalah buah yang mudah didapat di Indonesia, sehingga dapat menjaga stabilitas biaya produksi. Sementara itu, penggunaan cream cheese menambah kesan premium dan elegan, membuat produk ini cocok dipasarkan baik untuk konsumsi harian maupun untuk hadiah dan acara spesial. Produk ini juga berpotensi menarik pelanggan baru, terutama generasi muda yang menyukai rasa manis-gurih dengan tampilan yang menarik untuk dibagikan di media sosial.

Dengan kehadiran menu baru ini, saya berharap dapat memberikan semangat baru bagi Bolu Dadakan Teh Ani untuk kembali mencuri perhatian pasar, sekaligus

mempertahankan pelanggan setia yang selalu menantikan inovasi-inovasi terbaru. Saya percaya bahwa langkah kecil namun tepat ini dapat menjadi awal dari fase pertumbuhan baru yang lebih menjanjikan di tahun 2025 dan seterusnya.

1. Deskripsi Bisnis

Bisnis ialah suatu kegiatan yang menghasilkan baik itu jasa maupun layana dan barang (Ebert & Griffin, 2009). Bisnis dapat diartikan sebagai upaya perdagangan yang menawarkan barang dan layanan kepada konsumen, baik individu maupun perusahaan, dengan tujuan untuk meraih keuntungan (Ferrell dkk., 2011).

Bolu Dadakan Teh Ani adalah bisnis kuliner yang menyajikan berbagai macam bolu khas dengan cita rasa autentik. Kami mengusung konsep "dadakan," yang berarti setiap bolu yang kami buat selalu dalam kondisi segar dan baru. Dengan konsep ini, pelanggan tidak perlu khawatir karena bolu yang kami sajikan bukanlah produk yang disimpan lama. Meskipun tanpa bahan pengawet, bolu kami tetap dapat disimpan selama empat hingga lima hari, sehingga pelanggan dapat menikmati kualitas yang terbaik setiap saat.

Dikutip dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Bandung Barat Tahun 2024, wilayah Kabupaten Bandung Barat memiliki luas sekitar 1.286 ribu hektar, dengan penduduk mencapai 1.859.636 jiwa. Kabupaten ini terdiri dari 16 kecamatan, yaitu:

- 1) Kecamatan Rongga
- 2) Kecamatan Gununghalu
- 3) Kecamatan Sindangkerta

- 4) Kecamatan Cililin
- 5) Kecamatan Cihampelas
- 6) Kecamatan Cipongkor
- 7) Kecamatan Batujajar
- 8) Kecamatan Saguling
- 9) Kecamatan Cipatat
- 10) Kecamatan Padalarang
- 11) Kecamatan Ngamprah
- 12) Kecamatan Parongpong
- 13) Kecamatan Lembang
- 14) Kecamatan Cisarua
- 15) Kecamatan Cikalongwetan
- 16) Kecamatan Cipeundeuy

Dari 16 kecamatan yang ada, Toko Bolu Dadakan Teh Ani memilih Kecamatan Parongpong sebagai lokasi usaha. Keputusan ini didasarkan pada beberapa pertimbangan penting.

Pertama, Kecamatan Parongpong memiliki lokasi yang strategis karena menjadi wilayah penyangga bagi tiga daerah, yaitu Kabupaten Bandung Barat, Kota Bandung, dan Kota Cimahi. Hal ini memberikan keuntungan dalam hal distribusi dan pemasaran, karena kami dapat menjangkau konsumen dari ketiga wilayah tersebut dengan lebih mudah.

Kedua, lokasi yang dekat dengan pusat kota memudahkan kami dalam memperoleh bahan baku dengan harga terbaik. Dengan demikian, kami tetap dapat bersaing secara harga di pasar tanpa mengurangi kualitas produk.

Ketiga, berdasarkan data dari BPS Kabupaten Bandung Barat, jumlah penduduk Kecamatan Parongpong mencapai 116.680 jiwa. Masyarakat di wilayah ini masih menjunjung tinggi tradisi berbagi dalam berbagai acara penting, seperti pernikahan, khitanan, tahlilan, dan kelahiran. Kehadiran Toko Bolu Dadakan Teh Ani diharapkan dapat menjadi solusi praktis bagi masyarakat yang ingin merayakan momen-momen berharga tersebut.

Dengan pertimbangan di atas dapat disimpulkan kami menargetkan pasar pria dan wanita dari usia 20 tahun sampai tidak terbatas berprofesi pelajar, karyawan, professional dan petani dengan pendapatan 1 juta sampai 10 juta dengan motivasi sebagai kebutuhan dasar berdomisili di parongpong dan sekitarnya dengan radius kurang lebih 10 km karena produk kami tersedia di layanan pesan antar *online*.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Logo bisnis merupakan komponen gambar yang bermakna sebagai ciri visual suatu perusahaan atau merek. Logo merupakan kepribadian, value, dan visi dari yang diwakilinya. Menurut (Oscario 2013). Logo bisa membuat konsumen mengingat dan mengenal suatu perusahaan atau merek tanpa membaca deskripsi menurut (Mulyana. Dkk. 2021). Oleh karena itu logo bisa menjadi sebuah *Branding* usaha:



Gambar 1. 1 Logo Bolu Dadakan Teh Ani

Logo yang ditampilkan menggambarkan karakter perempuan mengenakan topi *chef*, yang melambangkan sosok Teh Ani sebagai figur utama dalam proses produksi bolu. Penggunaan karakter ini bertujuan untuk menciptakan kesan profesional sekaligus menegaskan bahwa produk dihasilkan dengan keterampilan dan pengalaman yang mumpuni.

Ekspresi wajah yang ramah mencerminkan keramahan dan kedekatan dengan pelanggan, nilai penting dalam bisnis kuliner berbasis usaha rumahan. Karakter tersebut juga memegang alat pengocok adonan, yang memiliki makna simbolis kuat: menegaskan bahwa proses pembuatan bolu dilakukan secara langsung (*dadakan*), sehingga bolu yang dihasilkan selalu berkualitas tinggi. Elemen ini juga merepresentasikan ketelitian dan keterampilan yang menjadi kunci dalam menciptakan cita rasa autentik.

Latar belakang lingkaran berwarna coklat memiliki makna yang mendalam dalam dunia kuliner. Warna coklat sering diasosiasikan dengan rasa manis, kelezatan, dan kenyamanan selaras dengan karakteristik produk bolu. Sementara itu, bentuk lingkaran melambangkan kesempurnaan dan kesinambungan,

mencerminkan komitmen merek dalam menjaga kualitas produk dari waktu ke waktu.

Teks "Bolu Dadakan" memberikan informasi utama mengenai konsep produk, yaitu bolu yang dibuat secara langsung tanpa stok lama, sehingga pelanggan dapat menikmati produk dalam keadaan baru. Nama "Teh Ani" memberikan sentuhan personal dan menunjukkan keterlibatan langsung pemilik dalam usaha ini, memperkuat kedekatan emosional dengan konsumen.

Terakhir, elemen tulisan "*Est. 2014*" menandakan bahwa bisnis ini telah berdiri sejak tahun 2014, memberikan kesan pengalaman dan kredibilitas, serta menunjukkan bahwa produk telah dipercaya oleh pelanggan selama bertahun-tahun.

3. Identitas Bisnis

Identitas bisnis merupakan elemen visual dan non-visual yang menggambarkan nilai karakter dan tujuan suatu perusahaan. Menurut (Wahyuni, dkk. 2022). Identitas bisnis memberikan fondasi untuk identifikasi merek, keunikan, dan kesuksesan, entitas merek merupakan komponen penting dalam domain pemasaran dan komersial (Loureiro 2023).

Komponen visual, linguistik, dan emosional dari sebuah merek yang bekerja sama untuk membedakannya dari para pesaingnya membentuk representasi strategis dan disengaja. Nama, logo, slogan, palet warna, dan gaya visual secara umum merupakan contoh ekspresi eksternal sebuah merek. Sebagai komponen

kunci dari pengenalan pelanggan, identitas merek mewakili lokasi perusahaan yang berbeda di pasar (Adidam 2007).

Kekhasan dan nilai sebuah merek ditentukan oleh identitasnya. Tujuan utama setiap merek dan tim pemasaran adalah melakukan penelitian mendalam, membuat kerangka kerja identitas dan rencana komunikasi, serta memastikan bahwa konsumen menerima pesan yang sama (Kapferer 2012).

Berdasarkan berbagai teori yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa identitas bisnis merupakan ciri khas atau nilai unik yang mencerminkan suatu merek. Nilai unik yang diusung oleh bisnis kami terletak pada kata "Dadakan". Dalam Bahasa Indonesia, "Dadakan" berarti mendadak atau tanpa persiapan. Istilah ini selaras dengan konsep branding kami, yaitu menyediakan bolu yang selalu baru setiap harinya. Untuk mewujudkan hal tersebut, dapur kami ditempatkan langsung di setiap toko, sehingga bolu yang telah matang dapat segera dijual dalam kondisi baru kepada konsumen.

B. Visi dan Misi

Visi dan misi adalah dua elemen kunci dalam merumuskan tujuan bisnis suatu organisasi. Visi berfungsi sebagai panduan untuk tujuan jangka panjang, sementara misi menjelaskan keberadaan perusahaan dalam konteks lingkungan bisnis di sekitarnya. (warunayama, 2024).

Misi menurut (Alwi.S 2006) Langkah-langkah yang perlu diambil untuk mencapai target yang telah dirumuskan adalah sebagai berikut.

Visi dari bolu Dadakan Teh Ani Menjadi merek bolu terdepan yang selalu diandalkan untuk setiap momen, dengan kelezatan autentik yang mempersatukan kebahagiaan keluarga Indonesia.

Misi dari Bolu Dadakan Teh Ani

1. Menyajikan bolu berkualitas untuk memastikan kelezatan yang konsisten dan autentik.
2. Memberikan layanan *responsive*, praktis, dan ramah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan kapan pun.
3. Berpartisipasi dalam memberdayakan UMKM lokal melalui program kolaborasi.

C. Gambaran Umum Model Bisnis

Model bisnis di Indonesia mulai diketahui secara luas saat penerbitan buku yang berjudul “Business Model Generation” di tahun 2010 (Osterwalder dan Pigneur. 2010), yang kemudian Di Bahasa Indonesiakan di tahun 2012. Ini sebenarnya sudah memperoleh popularitas global sejak masa *booming dotcom* di periode 90-an, terutama di negara Amerika Serikat, dalam menggambarkan sebuah kajian dengan unsur dimanis dan beraneka-ragam di bidang ini. Selama periode *e-commerce* yang berkembang pesat, inovasi dalam mekanisme pendapatan mulai diperkenalkan.

Pada awalnya, pengetahuan tentang model bisnis digunakan untuk menyampaikan ide-ide bisnis dan kewirausahaan yang rumit dengan cara singkat dan jelas kepada para calon investor (Zott dkk. 2011). Namun seiring waktu, konsep

model bisnis telah berkembang menjadi sebuah alat yang efektif untuk komunikasi perencanaan dan analisis dalam sistem bisnis, baik itu untuk bisnis tunggal maupun ganda. Hal ini bertujuan untuk mengatasi kompleksitas yang dihadapi oleh perusahaan (Doleski, 2015).

D. SWOT Analysis

SWOT merupakan cara untuk merumuskan strategi yang bertujuan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang harus dihadapi dalam proyek. Metode ini juga dapat digunakan untuk menganalisis lini produk milik sendiri maupun produk dari kompetitor. Dalam melaksanakan analisis ini, langkah pertama adalah menetapkan target capaian untuk menskrining suatu usaha bisnis. Tujuan dari skrining suatu bisnis agar mengetahui kekuatan atau kelemahan dikategorikan sebagai faktor internal, sementara peluang dan ancaman dianggap sebagai faktor eksternal (Rangkuty F 2006).

1. Kekuatan (*strengths*)

Kekuatan adalah keunggulan sumber daya atau kapabilitas yang diatur oleh organisasi perusahaan yang meningkatkan daya saing perusahaan dan secara efektif memenuhi permintaan konsumen. Kekuatan berasal dari sumber daya ekonomi, identitas perusahaan, manajemen pasar, hubungan konsumen dengan pemasok, dan lebih banyak variabel (Siangian S.P 1995).

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan mengacu pada ketidak cukupan sumber daya di dalam perusahaan yang merugikannya relatif terhadap pesaing, sehingga menghambat pemenuhan permintaan konsumen secara efektif. Dalam praktiknya, kerentanan dapat dinilai berdasarkan infrastruktur yang ada dan yang tidak tersedia. Kompetensi manajemen yang tidak memadai, taktik pemasaran yang tidak efektif yang gagal memenuhi permintaan konsumen, produk yang kurang menarik bagi klien saat ini atau calon klien, dan profitabilitas yang tidak memadai. Kegiatan yang dikendalikan oleh organisasi, yang dapat dijalankan secara efektif atau tidak efektif, merupakan kekuatan dan kelemahan internalnya. Hal ini terlihat jelas dalam bidang manufaktur, pemasaran, keuangan, akuntansi, manajemen, penelitian dan pengembangan, dll (David F.R 2011).

3. Peluang (*opportunities*)

Peluang memberikan kondisi menguntungkan utama di dalam lingkungan bisnis. Sumber peluang yang signifikan adalah pola yang berlaku. Peluang bisnis dapat mencakup identifikasi ceruk pasar yang sebelumnya tidak dikenali, perubahan dalam lingkungan peraturan dan persaingan, inovasi teknologi, dan peningkatan kolaborasi dengan pemasok dan konsumen (Kotler, P., & Keller, K. L. 2016).

4. Ancaman (*Threats*)

Keadaan negatif utama dalam lingkungan bisnis adalah ancaman. Salah satu hambatan terbesar bagi perusahaan untuk mencapai posisi saat ini atau posisi idealnya adalah ancaman. Kinerja perusahaan dapat terpengaruh secara negatif oleh munculnya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lamban, peningkatan daya tawar pemasok dan klien utama, kemajuan teknis, dan revisi atau perubahan undang-undang (Sedarmayanti 2014).

Pesaing adalah orang, perusahaan, atau organisasi yang terlibat dalam persaingan dalam aktivitas apa pun. Salah satu upaya tersebut adalah perdagangan (Riskita, 2022). Pesaing meningkatkan kinerja perusahaan, menumbuhkan dorongan dan kreativitas, serta menumbuhkan loyalitas konsumen. Dan strategi untuk mengelola pesaing, jangan meremehkan mereka, hindari praktik-praktik yang tidak etis, hindari kecerobohan, jangan meniru mereka, dan tingkatkan hubungan dengan pelanggan (Cwerdible, 2022).

Bolu Dadakan Teh Ani memiliki keunggulan strategis dari sisi lokasi usaha, di mana dalam radius 5 kilometer dari titik outlet, belum terdapat pelaku usaha sejenis yang secara langsung menjual produk bolu dadakan dengan konsep yang serupa, sehingga hal ini memberikan keuntungan kompetitif tersendiri karena tidak adanya persaingan langsung di wilayah tersebut, memungkinkan Bolu Dadakan Teh Ani untuk lebih mudah dikenal, membangun loyalitas pelanggan, serta memperluas pangsa pasar tanpa harus bersaing secara ketat dengan usaha sejenis di sekelilingnya.

kondisi ini juga membuka peluang yang lebih besar bagi pengembangan merek secara lokal, termasuk dalam membangun *positioning* sebagai pelopor bolu dadakan di kawasan tersebut dan menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan konsumen sekitar melalui pendekatan personal dan pelayanan yang unggul.

SWOT	Strength (S) 1) Bahan baku berkualitas. 2) Mempunyai pelanggan tetap. 3) Modal stabil. 4) Alat-alat yang lengkap.	Weakness (W) 1) Produk belum diketahui pasar. 2) Belum berkembang di pasar online. 3) Karyawan belum terlatih
Opportunity (O) 1) Potensi pasar yang besar. 2) Lokasi yang strategis berada diantara 3 Kabupaten dan Kota. 3) Potensi pelanggan baru.	Strategi S-O 1) Bahan baku berkualitas menjadi peluang menambah segmen pasar. 2) Memperluas pasar.	Strategi W-O 1) Rutin mengadakan pelatihan karyawan agar menambah skill dan pengetahuan. 2) Mengikuti kursus pelatihan bagaimana cara memanfaatkan aplikasi pesan antar <i>online</i>.

Threats (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
1) Produk gagal di pasaran 2) Perubahan pasar yang cepat.	1) Memperkerjakan karyawan yang sudah kompeten. 2) Selalu melakukan inovasi sesuai dengan kebutuhan pasar.	1) Melaksanakan teknik promosi. 2) Selalu berinovasi untuk mengikuti pasar.

Tabel 1. 1 SWOT

E. Spesifikasi Produk

Konsumen adalah orang-orang yang mudah berubah. Kebutuhan mereka tidak selalu jelas terkadang berubah dengan cepat. Hal ini membutuhkan penelitian tentang perilaku konsumen sehingga setiap tindakan mereka dapat diperkirakan dengan mudah (Setiadi, 2015). Minat konsumen adalah fenomena subjektif yang terkait erat dengan sikap individu. Seseorang yang tertarik pada suatu objek akan menunjukkan motivasi untuk terlibat dalam perilaku yang bertujuan untuk mendekati atau memperoleh objek tersebut (Murtadana, 2014).

Spesifikasi digambarkan sebagai penggambaran yang komprehensif tentang kriteria kinerja untuk barang atau jasa atau penjelasan yang cermat tentang standar kualitas untuk bahan dan tenaga kerja yang dipasok oleh vendor barang atau jasa. Deskripsi standar harus mencakup 5 W dan 1 H. Spesifikasi berfungsi sebagai penghubung komunikasi antara pengguna dan penyedia barang/jasa. Dalam akuisisi produk atau jasa, pembeli atau pengguna sering kali merumuskan persyaratan barang atau jasa yang dibutuhkan. Parameter produk secara signifikan

mempengaruhi kepuasan pengguna setelah pembelian dan pemanfaatan suatu produk (Novita, dan Rahim, 2022).

Bolu Dadakan Teh Ani menawarkan tiga varian bolu yang lezat, yaitu bolu marmer, bolu pisang, dan bolu ketan. Setiap varian disajikan dengan resep spesial yang pastinya menggugah selera dan siap memanjakan para konsumen.

Bahan-bahan yang kami gunakan untuk pembuatan bolu umumnya dipasok oleh toko bahan makanan atau grosir yang berada di sekitar toko kami, serta melalui pasar. Untuk bahan utama pembuatan bolu, kami menggunakan tepung terigu merek *Setiga Biru* yang mengandung protein sedang, tepung ketan hitam dari merek *Srikandi* atau *Danar*, dan gula pasir dari merek *Gulavit* atau *GMP*. Telur kami pasok dari agen Telur Anugerah Ciwaruga, minyak menggunakan merek *Fortune*, mentega dari *Mother Choice*, coklat dari *Collate*, dan susu bubuk dari *Dancow*. Kami juga menggunakan gula palm dari *Palmsuiker*, pisang dari agen pisang, serta pengembang dari *Sponge-28* dan *Hercules*. Untuk kemasan, kami mendapatkannya dari Toko City Kue. Semua bahan ini dipilih dengan cermat untuk memastikan kualitas terbaik dalam setiap produk bolu yang kami sajikan.

F. Badan Usaha

Badan usaha adalah unit ekonomi dan hukum dari komponen produksi dengan tujuan menghasilkan keuntungan atau berkontribusi kepada masyarakat. Karena sebagian besar perusahaan berbadan hukum, perusahaan ini dikenal sebagai unit hukum. Karena kekuatan produksi tenaga kerja, modal, dan sumber daya alam-bergabung untuk menghasilkan pendapatan atau menawarkan layanan kepada publik, maka disebut sebagai badan usaha. Perusahaan dan badan usaha terkadang

membingungkan, tetapi keduanya bukanlah hal yang sama. Perbedaan utama adalah bahwa perusahaan adalah lokasi di mana badan usaha mengelola faktor-faktor produksi, sedangkan badan usaha adalah sebuah institusi (Fretes, 2020). Bentuk-bentuk pemilikan perusahaan menurut (Wijoyo. H dan dkk 2021).

I. Perusahaan Perseorangan

adalah bisnis yang dijalankan dan diawasi oleh satu individu. Selain menanggung semua pendapatan perusahaan, ia juga menanggung semua risiko yang terkait dengan operasinya.

Selain sebagai perusahaan satu orang atau een manszaak, perusahaan perseorangan atau perusahaan dagang berfungsi sebagai struktur transisi antara kemitraan dan struktur bisnis lainnya. Dalam konteks ini, Pasal 6 dan 18 KUHD juga dapat menjadi relevan.

Bisnis perorangan dan perusahaan dagang dapat memperoleh uang dari pemiliknya atau dengan meminjam. kewajiban perusahaan dagang atau pemilik bisnis perorangan. Karena kekayaan pribadi pemilik dan kekayaan perusahaan terkait erat dalam bisnis perorangan atau perusahaan dagang, maka utang bisnis juga merupakan utang pemilik. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa setiap aset yang dimiliki oleh pemilik berfungsi sebagai jaminan untuk setiap kewajiban yang dimiliki oleh bisnisnya. Akibatnya, pemilik perusahaan dagang atau bisnis perorangan bertanggung jawab tanpa batas waktu.

a. Manfaat perusahaan perseorangan

- 1) mudah didirikan dan dibubarkan.

- 2) mudah dioperasikan.
- 3) mudah diadministrasikan.
- 4) tidak ada persyaratan untuk rencana pembagian keuntungan.
- 5) biaya organisasi tidak mahal.
- 6) semua pendapatan adalah milik pemilik.

b. Aspek-aspek negatif dari perusahaan perseorangan

- 1) Tanggung jawab yang tidak terbatas.
- 2) Kompetensi manajerial yang tidak memadai.
- 3) Kesulitan dalam mempertahankan kecepatan ekspansi bisnis yang cepat.
- 4) Sumber pendanaan secara eksklusif dikendalikan oleh pemilik.
- 5) Akuntabilitas tunggal untuk risiko yang terkait dengan operasi bisnis.
- 6) Kepemilikan perseorangan tidak memiliki status hukum organisasi hukum yang berbeda.

II. Firma

Secara umum, perusahaan itu sendiri biasanya dianggap sebagai jenis kerja sama antara dua atau lebih bisnis yang berjalan di bawah nama bersama sebagai semacam kemitraan. Mengenai kepemilikan, perusahaan dimiliki oleh beberapa individu atau bisnis yang terhubung dengan perjanjian di mana setiap anggota kemitraan menyerahkan aset pribadi seperti yang disebutkan dalam dokumen pembentukan perusahaan.

a. Keuntungan dari sebuah firma

- 1) Upaya kolektif dari beberapa orang menghasilkan peningkatan modal.

- 2) Kelangsungan hidup lebih terjamin karena keterlibatan beberapa orang.
 - 3) Keterampilan masing-masing individu dapat dimanfaatkan.
- b. Kelemahan dari struktur perusahaan firma
- 1) Pertanggungjawaban pemilik yang tidak terbatas terhadap komitmen bisnis.
 - 2) Sering terjadi konflik di antara para pemangku kepentingan perusahaan.
 - 3) Ketika seorang anggota perusahaan atau pendukung melakukan kesalahan, konsekuensinya ditanggung oleh semua karyawan perusahaan.
- c. Sifat dan ciri perusahaan firma
- 1) Setiap pemilik harus menggunakan aset pribadi untuk menyelesaikan kewajiban yang belum dilunasi.
 - 2) Semua karyawan memenuhi syarat untuk peran kepemimpinan di dalam organisasi.
 - 3) Seorang anggota harus mendapatkan persetujuan dari anggota lain sebelum menerima anggota baru.
 - 4) Keanggotaan perusahaan tidak dapat dibatalkan dan abadi.
 - 5) Seorang anggota memiliki wewenang untuk mengakhiri perusahaan.
 - 6) Tidak ada dokumen pendirian yang diperlukan untuk pendirian bisnis.
 - 7) Memperoleh kredit keuangan perusahaan sangat mudah.

III. Perseroan komanditer

Satu pihak secara aktif mengelola bisnis yang melibatkan properti pribadi, sedangkan pihak lain hanya menyertakan modal tanpa harus melibatkan properti pribadi selama krisis keuangan. Sekutu aktif adalah mereka yang aktif mengelola perusahaan CV, sedangkan sekutu pasif adalah mereka yang hanya menyetorkan modal. Perseroan komanditer (CV) adalah jenis badan usaha yang dibuat dan dimiliki oleh dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan bersama dengan tingkat keterlibatan yang berbeda di antara anggotanya.

a. Jenis-jenis perseroan komanditer

- 1) Perseroan komanditer murni adalah jenis perseroan terbatas di mana hanya satu bisnis yang beroperasi dan yang lainnya adalah Afiliasi Persero.
- 2) Perseroan komanditer campuran adalah bisnis yang pertama-tama berbentuk perusahaan karena kebutuhan akan uang tambahan, dan kemudian membentuk aliansi komoditas campuran.
- 3) perseroan komanditer bersaham, yaitu bisnis yang menerbitkan saham yang tidak diperdagangkan.

b. Manfaat perseroan komanditer

- 1) Proses ereksinya sederhana.
- 2) Modalnya, yang berasal dari teman-teman, relatif substansial.
- 3) Sistem manajemennya ditingkatkan.
- 4) Sangat mudah untuk mendapatkan kredit bank.

c. Kekurangan perseroan komanditer

- 1) Tanggung jawab sekutu aktif tidak terbatas.
- 2) Kelangsungan usaha dapat terganggu sewaktu-waktu.

3) Uang tunai yang diinvestasikan sulit untuk ditarik.

d. Sifat dan ciri CV

1) Modal disetor sulit untuk ditarik.

2) Modal cukup besar karena kontribusi dari berbagai pihak.

3) Kredit pinjaman mudah diakses.

4) Ada anggota aktif yang bertanggung jawab tidak terbatas dan anggota pasif yang hanya mencari keuntungan.

5) Organisasi relatif sederhana.

6) Umur perusahaan CV tidak dapat diprediksi.

7) Tidak memiliki status badan hukum.

IV. Perseroan terbatas

Persekutuan bisnis yang terdiri dari setidaknya dua orang pemilik yang memiliki badan hukum yang sah Individu yang tanggung jawabnya hanya terkait dengan bisnis dan tidak termasuk harta pribadi atau kekayaan pribadi. PT dapat menunjuk individu di luar pemilik modal sebagai pemimpin, sehingga membebaskan pemilik modal dari kewajiban mengelola perusahaan. Perseroan terbatas dapat didirikan dengan menerbitkan saham atau dengan memenuhi beberapa kriteria tambahan, termasuk persyaratan modal yang ditentukan. Saham adalah surat berharga nominal yang mewakili kepemilikan dalam suatu perusahaan. Saham dapat ditukar atau dialihkan melalui bursa saham atau pasar, tergantung pada penawaran dan permintaan. Dividen adalah bagian dari pendapatan perusahaan yang dibagikan kepada pemegang saham.

Prosedur Pendirian Perseroan Terbatas (PT)

Dokumen resmi yang diiktakan di hadapan notaris, termasuk nama alternatif, modal, sektor bisnis, alamat, dan informasi lebih lanjut mengenai perseroan terbatas, diperlukan untuk pembentukannya. Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, sebelumnya Menteri Kehakiman, diharuskan untuk mengesahkan perjanjian ini. Kriteria yang menyertainya harus dipenuhi untuk mendapatkan pengesahan dari Menteri Kehakiman:

- 1) Kegiatan usaha perseroan terbatas tidak bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum.
- 2) Anggaran dasar memenuhi persyaratan hukum.
- 3) Menurut UU No. 1 tahun 1995 dan UU No. 40 tahun 2007, yang mengatur perseroan terbatas, minimal 25% dari modal yang ditempatkan dan disetor harus sesuai dengan 25% dari modal dasar.

Toko Bolu Dadakan Teh Ani memutuskan untuk menggunakan bentuk badan usaha perusahaan perseorangan karena seluruh kegiatan usaha ini sejak awal dikelola dan diawasi langsung oleh satu orang, yaitu pemilik usaha, yang sekaligus bertanggung jawab penuh atas jalannya operasional, pengambilan keputusan, dan pengembangan bisnis secara keseluruhan.

Pemilihan bentuk usaha ini didasarkan pada pertimbangan bahwa dengan sistem kepemilikan tunggal, proses pengelolaan menjadi jauh lebih sederhana, efisien, dan fleksibel, tanpa adanya campur tangan dari pihak lain yang dapat memperlambat proses pengambilan keputusan strategis atau menimbulkan konflik dalam penentuan arah bisnis, sehingga pemilik dapat dengan leluasa menjalankan visi dan misi usaha sesuai dengan nilai-nilai yang diyakini.

Meskipun kami memahami bahwa bentuk perusahaan perseorangan memiliki risiko yang cukup besar, terutama karena segala bentuk kerugian, kewajiban, maupun tanggung jawab hukum akan sepenuhnya ditanggung sendiri oleh pemilik, namun kami tetap optimis dan yakin terhadap masa depan Bolu Dadakan Teh Ani karena komitmen, dedikasi, dan semangat untuk terus berkembang telah menjadi pondasi kuat dalam membangun dan mempertahankan keberlangsungan usaha ini di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

G. Aspek Legalitas

Factor terpenting dari suatu perusahaan adalah legalitas suatu perusahaan karena itu bisa melegitimasi suatu perusahaan diakui oleh negara. Diakuinya perusahaan oleh negara menurut perundang-undangan dan hukum adalah nilai lebih dari suatu perusahaan tersebut.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian pemerintah Indonesia bertanggung jawab untuk menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB). Sebuah perusahaan secara resmi diakui oleh pemerintah melalui NIB. Dengan membantu UMKM menyelesaikan masalah hukum dan mendapatkan kepercayaan dari para pemangku kepentingan lainnya-termasuk pemasok dan pelanggan-hal ini dapat memungkinkan mereka NIB membantu UMKM mengembangkan perusahaan mereka dengan menggunakan pendekatan yang lebih metodis untuk perizinan dan administrasi perusahaan (Puspitasari, dan Widodo, 2024)

Sejak diberlakukannya Undang-Undang Cipta Kerja, terdapat berbagai penyederhanaan regulasi yang bertujuan untuk mempermudah kegiatan berusaha di

Indonesia. Salah satu bentuk kemudahan tersebut adalah dihapuskannya kewajiban bagi pengusaha untuk mengajukan sejumlah izin dan dokumen legalitas usaha yang sebelumnya wajib dimiliki.

Menurut situs web DPMPTSP Kabupaten Lamandau. Dokumen-dokumen yang tidak lagi diwajibkan antara lain Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Surat Keterangan Usaha (SKU), Angka Pengenal Importir Produsen (APIP), Angka Pengenal Importir Umum (APIU), serta Nomor Urut Kepabeanan.

Bolu Dadakan Teh Ani berkomitmen untuk menjalankan usaha secara profesional dan bertanggung jawab, sehingga dalam upaya meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat posisi usaha di mata hukum.

Kami sudah memiliki Nomor Induk Berusaha, yang merupakan identitas resmi bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sesuai ketentuan pemerintah, dengan memiliki NIB, Bolu Dadakan Teh Ani tidak hanya dapat beroperasi secara sah dan legal di mata hukum.



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2208220051098**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- | | |
|--|---|
| 1. Nama Pelaku Usaha | : UNA RUKMANA |
| 2. Alamat | : KP.CIGUGUR NO.40, Desa/Kelurahan Cigugur, Kec. Parongpong,
Kab. Bandung Barat, Provinsi Jawa Barat |
| 3. Nomor Telepon Seluler | : +6282190509408 |
| Email | : rukmanauna3@gmail.com |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) | : Lihat Lampiran |
| 5. Skala Usaha | : Usaha Mikro |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai Angka Pengenal Impor (API-P), hak akses kepabeanan, serta pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan.

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 22 Agustus 2022

**Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 22 Agustus 2022

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



Gambar 1. 2 Sertifikat NIB 1



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2208220051098

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No.	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Klasifikasi Risiko	Perizinan Berusaha	
					Jenis	Legalitas
1	10710	Industri Produk Roti Dan Kue	JL. KOLONEL MASTURI NO.138 RT.03 RW.05, Desa/Kelurahan Sukajaya, Kec. Lembang, Kab. Bandung Barat, Provinsi Jawa Barat Kode Pos: 40391	Rendah	NIB	Untuk persiapan, operasional, dan/atau komersial kegiatan usaha

1. Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLI yang tercantum dalam lampiran ini.
2. Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).
3. Pengawasan pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah terkait.
4. Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSrE-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



Gambar 1. 3 Sertifikat NIB 2

Tetapi juga membuka peluang lebih luas untuk mendapatkan akses terhadap berbagai fasilitas pendukung UMKM seperti pembiayaan perbankan, pelatihan usaha, program bantuan pemerintah, serta kemudahan dalam proses perizinan lainnya, di samping itu, keberadaan NIB juga menjadi langkah awal dalam membangun sistem usaha yang tertata dan terpercaya, karena menunjukkan bahwa usaha ini telah mengikuti regulasi yang berlaku dan siap untuk berkembang lebih besar secara profesional di masa depan.

Selain memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) yang sah, Bolu Dadakan Teh Ani juga bangga memiliki sertifikat halal, yang menegaskan komitmen kami untuk memproduksi produk yang aman dan sesuai dengan standar kehalalan. Sertifikat halal ini memberikan jaminan kepada pelanggan bahwa setiap produk yang kami hasilkan memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan oleh LPPOM MUI, sehingga konsumen dapat menikmati bolu dadakan kami dengan keyakinan penuh.



REPUBLIK INDONESIA
(REPUBLIC OF INDONESIA)
جمهورية إندونيسيا

SERTIFIKAT HALAL
(HALAL CERTIFICATE)

شهادة الحلال

Nomor Sertifikat <i>Certificate Number</i>	ID32110001931860223	رقم الشهادة
---	---------------------	-------------

Berdasarkan keputusan komite fatwa produk halal nomor :
Based on the decree to stipulating halal products of fatwa committee :
 استنادا على قرار مجلس العلماء الإندونيسي عن تحديد الحلال للمنتجات :
 KF-SD-202304033236 Tanggal 27 April 2023

Jenis Produk <i>Type of Product</i>	Produk bakeri	نوع المنتج
Nama Produk <i>Name of Product</i>	-Terlampir / As Attached-	اسم المنتج
Nama Pelaku Usaha <i>Name of Company</i>	UNA RUKMANA	اسم الشركة
Alamat Pelaku Usaha <i>Company's Address</i>	KP.CIGUGUR NO.40, RT/RW -, CIGUGUR GIRANG, PARONGPONG, KAB. BANDUNG BARAT, JAWA BARAT, -, INDONESIA	عنوان الشركة

Diterbitkan di Jakarta pada <i>Issued in Jakarta on</i>	27 April 2023	أصدرت الشهادة بجاكرتا في
--	---------------	--------------------------

telah memenuhi ketentuan perundang-undangan
Has complied with the provision of laws and regulations
 قد استوفت أحكام التشريع

KEPALA
BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL
HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY

رئيس وكالة ضمان المنتجات الحلال



Muhammad Aqil Irham

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik, BSSN



Gambar 1. 4 Sertifikat Halal

Bolu Dadakan Teh Ani saat ini sedang dalam tahap perencanaan untuk memperoleh PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan registrasi BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Proses ini merupakan bagian dari komitmen kami untuk memastikan produk yang kami hasilkan memenuhi standar keamanan dan kualitas yang lebih tinggi, serta memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada pelanggan. Kami berharap dalam waktu dekat, kedua sertifikasi ini dapat kami peroleh untuk mendukung ekspansi dan pengembangan bisnis kami.