

Perencanaan Usaha "MENARIKUE" *Bakery Shop*

di Kota Majenang

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Kelulusan

Dalam Menempuh Studi Pada Program Diploma III



Disusun Oleh :

MAZAYA FAIDHA CHAFIYYA

NIM : 2022411072

PROGRAM STUDI SENI PENGOLAHAN PATISERI

JURUSAN HOSPITALITI

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2025

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Mazaya Faidha Chafiyya
Tempat/Tanggal Lahir : Ciamis, 15 November 2002
NIM : 2022411072
Program Studi : Seni Pengolahan Patiseri
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul: **"Perencanaan Usaha "MENARIKUE" Bakery Shop di Kota Majenang"** ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 5 November 2025

Yang membuat pernyataan,


Mazaya Faidha Chafiyya

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

PENGEMBANGAN SAJIAN KULINER PINDANG UDANG PALEMBANG DAN SATE PADANG

NAMA : MAZAYA FAIDHA CHAFIYYA
NIM : 2022411072
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : SENI PENGOLAHAN PATISERI

Pembimbing Utama,



Dr. Teddy Chandra, S.Sos., M.Pd.
NIP. 19820707 201101 1 005

Pembimbing Pendamping,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

Penguji I,



Selvi Novianti, SST.Par., M.Sc.
NIP. 19851111 201101 2 017

Penguji II,



Tristy Firlianie Luthfi, SST.Par., MM.Par.
NIP. 19861226 201101 2 012

Bandung, 12 Desember 2025

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik
Kemahasiswaan dan Kerjasama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung




Dr. Anwari Masatip, M.M.Par., CEE.
NIP.19750415 200212 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

**PERENCANAAN USAHA "MENARIKUE" BAKERY SHOP
DI KOTA MAJENANG**

NAMA : MAZAYA FAIDHA CHAFIYYA
NIM : 2022411072
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : SENI PENGOLAHAN PATISERI

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,



Dr. Teddy Chandra, S.Sos., M.Pd.
NIP. 19820707 201101 1 005



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

Bandung, 3 November 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir dengan judul “**Perencanaan Usaha "MENARIKUE" Bakery Shop di Kota Majenang**” tepat pada waktunya.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Diploma III, sekaligus sebagai sarana penerapan ilmu pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang sudah diperoleh penulis selama masa perkuliahan. Penelitian dan perencanaan usaha ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan usaha kreatif, khususnya di sektor kuliner di Kota Majenang, serta menjadi referensi bagi pelaku usaha yang ingin mengembangkan model bisnis serupa.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, serta bantuan baik dalam bentuk moral maupun material selama proses ini. Ucapan terima kasih penulis tujukan kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM.Par, selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, B.A., MM.Par., CHE. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Politeknik Pariwisata NHI Bandung sekaligus pembimbing pendamping yang telah membantu membimbing Tugas Akhir ini dari awal sampai selesai.

3. Bapak Pudin Saepudin, SST.Par., MM.Par., selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Poltekpar NHI Bandung.
4. Ibu Selvi Novianti, SST.Par., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Seni Pengolahan Patiseri.
5. Bapak Dr. Teddy Chandra, S.Sos.,M.Pd. selaku pembimbing utama yang sudah membimbing pembuatan Tugas Akhir ini dari awal sampai selesai.
6. Seluruh dosen dan staff Politeknik Pariwisata NHI Bandung yang telah membimbing serta memberikan pengetahuan bagi penulis.
7. Orang tua penulis Ibu Faridah Subky Nadjmuddin dan Bapak Muhammad Marda yang senantiasa telah memberikan doa, dukungan, moral, materi serta inspirasi yang tiada henti bagi penulis.
8. Alenna dan Papa et Bombe (Frieska, Hania, Destya, Faza, Fauzi) selaku sahabat penulis yang selalu memberi semangat memberi dukungan, hiburan dan motivasi selama pengerjaan Tugas Akhir untuk penulis.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan di masa yang akan datang. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca dan pihak – pihak yang berkepentingan dalam pengembangan usaha kreatif dibidang kuliner khususnya *Bakery*.

Bandung, 15 Desember 2025

Mazaya Faidha Chafiyya

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Gambaran Umum Bisnis	20
C. Visi dan Misi.....	31
D. <i>SWOT Analysys</i>	33
E. Spesifikasi Produk	36
F. Jenis / Badan Usaha.....	38
G. Aspek Legalitas	40
BAB II ASPEK PRODUK/JASA	43
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa	43
B. Analisa Keunggulan Produk dan Jasa.....	50
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi	56
D. Penyajian dan Kemasan Produk / Jasa	58
E. <i>Mekanisme Quality Check</i> (Pengendalian Mutu Produksi).....	61
BAB III RENCANA PEMASARAN.....	64
A. Riset Pasar (Segmen - Target- <i>Positioning</i>)	66
B. Validasi Produk - Market Fit	69
C. Kompetitor.....	71

D. Program Pemasaran.....	75
E. Media Pemasaran.....	81
F. Proyeksi Penjualan	84
BAB IV ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA DAN OPERASIONAL	89
A. Identitas <i>Owner/Founder</i>	89
B. Struktur Organisasi Menarik.....	93
C. <i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i>	96
D. <i>Manning Budget</i> / Anggaran Tenaga Kerja	100
E. <i>Service Scope</i> (<i>Layout</i> dan Alur Operasional).....	102
F. <i>Action Plan & Report</i>	106
BAB V ASPEK KEUANGAN.....	110
A. Metode Pencatatan Akuntansi	110
B. <i>Capital Expenditure</i> (Identifikasi <i>Initial Investment</i>).....	112
1. <i>Tangible Investment</i> (<i>Depreciation: Terminal Cash Flow</i>).....	112
3. <i>Working Capital</i> (<i>Terminal Cash Flow</i>).....	120
C. <i>Time Value of Money</i> (Nilai Waktu Luang)	122
1. <i>Present Value</i> (Nilai Kini)	123
2. <i>Future Value</i> (Nilai Masa Depan)	124
D. Pendanaan Investasi (<i>Agency Theory</i>).....	124
1. <i>Owner's Equity</i> (Modal Sendiri)	125
2. <i>Debt</i> (<i>Bank/Other Loan</i>)	126
E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	127
1. <i>Variable Cost</i> (Biaya Variabel).....	127
2. <i>Fixed Cost</i> (Biaya Tetap).....	129

3. <i>Mixed Cost</i>	130
4. <i>Income Statement</i>	131
5. <i>Break Even Point (BEP)</i>	135
6. <i>Cost Volume Profit (CVP) Analysys</i>	137
F. Identifikasi <i>Cash Inflow & Outflow, Operating Budget, Cash Flow Projection,</i> dan Pengaruh Makroekonomi	138
1. <i>Operating Budget (Anggaran Operasional)</i>	139
2. <i>Cash Flow Projection (Proyeksi Arus Kas)</i>	141
3. Pengaruh Makroekonomi terhadap <i>Cash Flow</i>	142
LAMPIRAN	143
DAFTAR PUSTAKA	151
BIODATA PENULIS	158

DAFTAR TABEL

TABEL 1. 1 PERTUMBUHAN INDUSTRI <i>BAKERY</i> NASIONAL	3
TABEL 1. 2 TREN KONSUMSI ROTI DI INDONESIA.....	3
TABEL 1. 3 PERKEMBANGAN USAHA <i>BAKERY</i> DI KOTA MAJENANG (HASIL SURVEI LOKAL).....	4
TABEL 1. 4 PENDAPAT AHLI <i>BAKERY</i> TERHADAP PERENCANAAN BISNIS “MENARIKUE” <i>BAKERY SHOP</i> DI MAJENANG	9
TABEL 1. 5 HASIL KUESIONER MASYARAKAT TERKAIT PERENCANAAN BISNIS “MENARIKUE” ` DI MAJENANG	10
TABEL 1. 6 HASIL <i>SWOT ANALYSIS</i>	35
TABEL 1. 7 PRODUK MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i>	37
TABEL 2. 1 RESEP DASAR <i>BRIOCHE BROWN SUGAR</i>	45
TABEL 2. 2 RESEP DASAR <i>GARLIC BREAD</i>	46
TABEL 2. 3 RESEP DASAR <i>BUTTER COOKIES</i>	48
TABEL 2. 4 PRODUK KOMPETITOR <i>BAKERY SHOP</i>	52
TABEL 2. 5 KEMASAN PRODUK MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i>	60
TABEL 3. 1 HASIL RISET PASAR CALON PELANGGAN MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i>	68
TABEL 3. 2 HASIL VALIDASI PRODUK MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i> ..	70

TABEL 3. 3 RINGKASAN HASIL WAWANCARA <i>BAKERY</i> DI KOTA MAJENANG.....	73
TABEL 3. 4 PROYEKSI PERENCANAAN PENJUALAN PRODUK MENARIKUE TAHUN PERTAMA.....	86
TABEL 3. 5 RENCANA ANGGARAN PEMASARAN MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i> TAHUN PERTAMA	87
TABEL 4. 1 RENCANA ANGGARAN TENAGA KERJA MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i>	101
TABEL 4. 2 ACTION PLAN DAN SISTEM PELAPORAN MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i>	108
TABEL 5. 1 <i>TANGIBLE INVESTMENT</i>	113
TABEL 5. 2 <i>INTANGIBLE INVESTMENT</i>	119
TABEL 5. 3 <i>WORKING CAPITAL</i> MENARIKUE.....	121
TABEL 5. 4 VARIABLE COST MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i>	128
TABEL 5. 5 <i>FIXED COST</i> MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i> 1 TAHUN.....	130
TABEL 5. 6 <i>MIXED COST</i> MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i> 1 TAHUN.....	131
TABEL 5. 7 <i>INCOME STATEMENT</i> MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i>	133
TABEL 5. 8 <i>REVENUE BREAK DOWN</i> MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i>	134
TABEL 5. 9 <i>BREAK EVEN POINT</i> MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i>	136
TABEL 5. 10 <i>OPERATING BUDGET</i> MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i>	140
TABEL 5. 11 <i>CASH FLOW</i> MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i>	141

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. 1 LOGO MENARIKUE	x
GAMBAR 1. 2 MODEL <i>VALUE PROPOSITION CANVAS</i>	13
GAMBAR 1. 3 <i>BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)</i> MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i>	23
GAMBAR 1. 4 LOGO MENARIKUE	28
GAMBAR 1. 5 LOKASI BISNIS MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i>	30
GAMBAR 1. 6 SURAT NIB MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i>	42
GAMBAR 2. 1 <i>BRIOCHE BROWN SUGAR</i>	45
GAMBAR 2. 2 <i>GARLIC BREAD</i>	46
GAMBAR 2. 3 <i>BUTTER COOKIES</i>	47
GAMBAR 4. 1 STRUKTUR ORGANISASI MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i>	96
GAMBAR 4. 2 STRUKTUR SERVICE SCAPE MENARIKUE <i>BAKERY SHOP</i>	104
GAMBAR 6. 1 DOKUMENTASI AMANDA BROWNIES MAJENANG...	157
GAMBAR 6. 2 DOKUMENTASI ROTI GEMBONG GEMBUL MAJENANG	157
GAMBAR 6. 3 DOKUMENTASI MEKARSARI <i>CAKE & BAKERY</i> MAJENANG	158
GAMBAR 6. 4 DOKUMENTASI BREAD.co YOGYAMART MAJENANG	158

GAMBAR 6. 5 DOKUMENTASI KaBe <i>BAKERY</i> MAJENANG	159
GAMBAR 6. 6 DOKUMENTASI ARA <i>BAKERY</i> MAJENANG.....	159

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, N., & Rahmatullah, R. (2020). *Perencanaan strategis: Konsep visi, misi, dan tujuan organisasi*. Yogyakarta: Deepublish. (diakses oleh penulis pada hari Jumat, 22 Agustus 2025)
- Assauri, S. (2016). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. (diakses oleh penulis pada hari Jumat, 22 Agustus 2025)
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap. (2024). *Kecamatan Majenang dalam angka 2024*. Diakses pada 22 Agustus 2025, dari <https://cilacapkab.bps.go.id/id/publication/2024/09/26/b9be684bb06d8e313e60d50f/kecamatan-majenang-dalam-angka-2024.html> Benzaghta, M. A., (diakses oleh penulis pada hari Jumat, 22 Agustus 2025)
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). *Penerapan Analisis SWOT: Sebuah Tinjauan Literatur Integratif*.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Carter, W. K. (2020). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ching, H. Y., & Fauvel, C. (2013). Criticisms, variations and experiences with business model canvas. *European Journal of Agriculture and Forestry Research*, 26 - 37. (diakses oleh penulis pada hari Jumat, 22 Agustus 2025)
- Dessler, G. (2019). *Human Resource Management*. London/Harlow: Pearson Education Limited. (diakses oleh penulis pada hari Jumat, 17 Oktober 2025)

- Drucker, P. F. (2003). *Praktik manajemen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Garrison, R. H., & Brewer, P. C. (2021). *Managerial Accounting*. New York: McGraw-Hill Education. (diakses oleh penulis pada hari Jumat, 31 Oktober 2025)
- Ghaleb, B. D. (2024). The importance of using SWOT analysis in business success. *International Journal of Asian Business and Management*, 557 - 564.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2022). *Principles of Managerial Finance*. Boston, MA: Pearson Education. (diakses oleh penulis pada hari Jumat, 31 Oktober 2025)
- Halim, A. (2022). *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. Jakarta: Salemba Empat.
- Halim, A. (2022). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Halim, A. (2022). *Manajemen Keuangan Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Halim, A., & Sarwoko. (2022). *Analisis Investasi dan Aplikasi dalam Aset Keuangan dan Riil*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hanafi, M. M. (2018). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Handoko, T. H. (2015). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2022). *Cost Management: Accounting and Control*. Boston: Cengage Learning. (diakses oleh penulis pada hari Jumat, 31 Oktober 2025)
- Heizer, J., & Render, B. (2014). *Operations Management*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education. (diakses oleh penulis pada hari Jumat, 31 Oktober 2025)

- Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2020). *Fundamentals of Financial Management*. Harlow, England: Pearson Education Limited. (diakses oleh penulis pada hari Jumat, 31 Oktober 2025)
- Husnan, S., & Muhammad, S. (2020). *Studi Kelayakan Proyek*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93*. Indonesia. Retrieved from Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93.: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008> (diakses oleh penulis pada hari Jumat, 5 September 2025)
- Joyce, A., & Paquin, R. L. (2016). The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models. *ournal of Cleaner Production*,, 1474–1486. (diakses oleh penulis pada hari Jumat, Oktober 2025)
- Kasmir. (2014). *Kewirausahaan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. (2020). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kasmir. (2021). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kementerian Investasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal. (2021). *OSS: Online Single Submission*. Retrieved from OSS: <https://oss.go.id> (diakses oleh penulis pada hari Jumat, 7 November 2025)

- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2021). *Intermediate Accounting*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management*. Harlow, England: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2024). *Marketing management*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Mandamdari, A. N., & Widjojoko, T. (2023). Analisis Business Model Canvas (BMC) pada UMKM Almeidah Desa Siwarak, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga. *Journal of Tax and Business (JPB)*.
- Mulyadi. (2021). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Nusraningrum, D. (2018). *Manajemen strategik*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.

- Putri, A. Y., Yulianita, N., & Handayani, E. (2024). Implementasi Business Model Canvas dalam meningkatkan kinerja UMKM: Pemetaan peluang, risiko, dan inovasi produk. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 55-64.
- Rangkuti, F. (2015). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rudianto. (2020). *Akuntansi Manajemen: Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Rudianto. (2022). *Pengantar Akuntansi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Sabrina, T. A., & Anggraeni, P. D. (2022). The analysis of knowledge towards dine in standard operating procedure at restaurant during COVID-19 pandemic. In *Proceedings of Tegal International Conference on Applied Social Science & Humanities (TICASSH 2022)*. Atlantis Press. (diakses oleh penulis pada hari Jumat, 31 Oktober 2025)
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2020). *Economics*. New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Sartono, A. (2020). *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPF.
- Scarborough, N. M., & Zimmerer, T. W. (2018). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson Education. (diakses oleh penulis pada hari Jumat, 7 November 2025)

- Sharath Kumar, G., & Praveena, K. (2023). SWOT analysis: A theoretical review. *International Journal of Research and Analytical Reviews (IJRAR)*, 255–259.
- Siagian, S. P. (2016). *Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Subramanyam, K. R. (2020). *Financial Statement Analysis*. New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Sujarweni, V. W. (2021). *Akuntansi Manajemen: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sutedi, A. (2011). *Hukum perseeroan terbatas*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sutrisno. (2020). *Manajemen Keuangan: Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Tambunan, T. (2019). *Usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia: isu-isu penting*. Jakarta: LP3ES.
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi.
- Tjoptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Wardhana, A. (2024). *Brand Management: Strategi membangun identitas dan ekuitas merek di era digital*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. E. (2020). *Accounting Principles*. New York: McGraw-Hill Education. (diakses oleh penulis pada hari Jumat, 31 Oktober 2025)
- Yani, T. K. (2025, August 6). *Take away: Pengertian, kelebihan, kekurangan, dan perbedaan dengan dine in & drive thru*.

Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson Education. (diakses oleh penulis pada hari Jumat, 31 Oktober 2025)

Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). The business model: Recent developments and future research. *Journal of Management*, 1019–1042. (diakses oleh penulis pada hari Jumat, 31 Oktober 2025)

EXECUTIVE SUMMARY

GAMBAR 1. 1 LOGO MENARIKUE



Sumber Olahan Penulis 2025

Menarikue *Bakery Shop* merupakan usaha *bakery* baru di Majenang yang menawarkan roti serta kue kering. Usaha ini dibangun berdasarkan kompetensi pendirinya di bidang *bakery*, minat tinggi pada dunia kuliner, serta peluang pasar yang terus meningkat. Menarikue bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat lokal dan wisatawan melalui produk berkualitas dan kemasan yang menarik. Analisis bisnis menggunakan Value Proposition Canvas (VPC) dan Business Model Canvas (BMC) untuk memastikan kesesuaian produk dan operasional dengan kebutuhan pelanggan, sekaligus menciptakan nilai unik dibandingkan pesaing.

Strategi diferensiasi Menarikue berfokus pada pemanfaatan bahan lokal serta pemberian pengalaman pelanggan yang nyaman. Tantangan yang dihadapi meliputi tingkat persaingan, fluktuasi harga bahan baku, pengelolaan tenaga kerja, dan perubahan selera konsumen. Dengan penerapan strategi yang tepat dan manajemen operasional yang efektif, Menarikue *Bakery Shop* memiliki landasan usaha yang kuat serta peluang pertumbuhan yang baik. Usaha ini diharapkan dapat berkembang secara berkelanjutan, memperkaya ragam kuliner lokal, dan memberi dampak positif bagi perekonomian Majenang.

