

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

DKI Jakarta atau kepanjangannya Daerah Khusus Ibukota Jakarta adalah kota terbesar di Indonesia dan sekaligus menjadi ibu kota negara. DKI Jakarta adalah kota dan juga mempunyai status sama dengan tingkat provinsi. Posisi Jakarta berada di ujung bagian barat laut Pulau Jawa dan berada di ketinggian 8 meter dpl. Suhu rata-rata di DKI Jakarta berkisar antara 28 sampai derajat Celsius sehingga memiliki udara yang kering dan panas. Sebelumnya Kota Jakarta pernah diubah beberapa kali mulai dari Sunda Kelapa, Jayakarta, Batavia dan akhirnya berganti menjadi Jakarta.

Cibubur merupakan sebuah kelurahan dari kecamatan Ciracas di Jakarta Timur dan berbatasan dengan Kota Depok dan Kota Bekasi. Data BPS DKI Jakarta tahun 2019 menunjukkan bahwa wilayah Cibubur di Jakarta Timur sebagai kota dengan populasi terbanyak di Jakarta pada tahun 2019 yaitu sebanyak 2,937,859 dari total penduduk Jakarta 10,557,810 atau sebanyak 27,82% total populasi Jakarta berada di Kota Jakarta Timur. Kota Jakarta dikunjungi wisatawan baik Nusantara ataupun Mancanegara dengan total wisatawan sebanyak 35,403,596 pada tahun 2019. Wilayah Cibubur merupakan wilayah yang strategis dikarenakan dekat dengan beberapa kota lain yang berada di Jawa Barat yaitu Depok dan Bekasi. Dengan begitu semakin memperkuat bahwa bisnis kuliner di Cibubur adalah hal

yang tepat untuk direncanakan. Kehabisan konsumen merupakan hal yang jarang terjadi disini yang mana makanan dan minuman adalah kebutuhan pokok manusia.

Apiaty Karnaluddin (2017:5) mengemukakan bahwa “Pengertian bisnis yaitu organisasi yang menjual barang atau layanan pada *customer* atau bisnis lainnya, untuk memperoleh laba”. Sedangkan menurut Hooper (2008,35) “Bisnis merupakan keseluruhan yang kompleks pada bidang-bidang industri dan penjualan, industri pasar, prosesnya, industri manufaktur dan jaringan, asuransi, perbankan, distribusi, transportasi dan lainnya yang kemudian masuk secara menyeluruh dalam dunia bisnis tujuannya memperoleh keuntungan bagi yang mengusahakannya”. Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan kegiatan yaitu menjual jasa atau barang yang bertujuan untuk mencapai keuntungan.

Pada saat ini bisnis *dessert cafe* atau toko kue dan kedai kopi merupakan usaha atau bisnis yang mulai berkembang. Ini terjadi dikarenakan karena setiap tahun orang-orang merayakan ulang tahun, acara pernikahan, dan acara selebrasi dan akan terasa lebih lengkap jika dilengkapi dengan kue ulang tahun. Lalu jika kita lihat sekarang ini usaha kafe merupakan suatu bisnis yang berkembang dengan pesat. Ini dikarenakan karena banyak generasi muda yang mempunyai gaya hidup lebih suka menghabiskan waktu di kafe sebagai tempat berkomunikasi dengan teman-temannya atau tempat untuk mengerjakan tugas dengan suasana yang lebih nyaman dibandingkan di rumahnya, bisa mendapatkan makanan dan minuman dan mendapatkan fasilitas kafe secara percuma-cuma dan kebanyakan kafe juga memiliki menu makanan manis atau *dessert* yang merupakan produk utama dalam *dessert cafe*.

Sehingga, jika kita mengaplikasikan konsep kafe kedai kopi ke dalam toko kue maka bisnis toko kue juga akan mendapatkan efek yang sama. Oleh karena itu penulis ingin membuat usaha toko kue yang berbeda dengan toko kue pada umumnya yang biasanya tidak terlalu mementingkan kenyamanan konsumen yaitu tidak menyediakan tempat area konsumen untuk duduk bersantai, dengan membuat *dessert cafe* yang mementingkan kepuasan pelanggan dengan menyediakan tempat duduk untuk bersantai, variasi minuman kopi kepada pelanggan dan menyediakan suasana *dessert cafe* yang nyaman dengan konsep yang tidak biasa dan unik yaitu *dessert cafe* berkonsep alat perkakas dan tentu menyajikan berbagai macam produk *pastry*. Gaya hidup generasi muda dan konsep inilah yang memberikan peluang bisnis *dessert cafe* di Kota Jakarta khususnya di daerah Cibubur.

Dessert cafe, cake shop, atau dalam bahasa perancis *pâtisserie* adalah toko kue yang menjual produk *pastry*, kue, kukis, pai dan makanan lainnya. Biasanya toko kue menjual produk-produk yang telah dipanggang di oven dan ditampilkan untuk dijual di etalase kaca. Pada kata kue dan *pastry* keduanya memiliki arti yang berbeda. Kue adalah suatu hasil produk yang terbuat dari tepung, lemak yang sedikit, gula, air atau susu. Bahan bahan ini dicampur dengan agen pengembang yang berbeda beda. Agen pengembang terdiri 3 dari yaitu *physical, chemical, biological*. Hasilnya tektur dari kue mulai dari lembut dan ringan seperti *sponge cake* sampai bertekstur padat dan berat seperti *butter cake*. Sedangkan pada *pastry* adalah hasil produk yang terbuat sama dari kue namun menggunakan lemak yang lebih banyak. Campuran ini akan dilaminasi dengan lemak dan akan membentuk beberapa lapisan adonan. Hasilnya tekture pada *pastry* yaitu ringan dan renyah.

Themed cake shop atau toko kue berkonsep adalah jenis toko kue yang menggunakan tema atau konsep untuk menarik pengunjung dengan menciptakan pengalaman yang tak terlupakan. Toko kue berkonsep memiliki subjek atau konsep yang menyatu atau dominan, dengan memanfaatkan arsitektur, dekorasi, efek khusus, dan teknik lainnya. Temanya sendiri dapat diperluas lebih jauh melalui penamaan nama tempat dan pilihan makanan, meskipun biasanya makanan merupakan hal kedua untuk menjamu tamu (Thurm, Erick, 2017).

Sebagian toko kue memiliki tema yang melekat berdasarkan asal atau jenis masakan yang disajikan. Banyak toko kue yang memiliki gaya dekorasi yang berbeda, dan menciptakan suasana khusus untuk kenyamanan pelanggannya. Beberapa memiliki lokasi yang unik atau bertempat di gedung yang unik. Tetapi, tidak semua restoran dianggap sebagai toko kue bertema. Pengunjung memilih toko kue terlebih dahulu terutama berdasarkan jenis makanan. Sebaliknya toko kue bertema menarik pelanggan terutama dengan menjanjikan pengalaman unik.

Dengan adanya penjelasan diatas maka penulis ingin merencanakan suatu *dessert cafe* berkonsep alat perkakas karena ingin menarik pelanggan dengan menciptakan pengalaman yang tidak terlupakan kepada pengunjung saat mengunjungi toko ini. Penulis ingin membuka usaha toko kue lebih tepatnya *dessert cafe* bertema di daerah Cibubur yang merupakan tempat dengan banyak penduduknya. Berikut jumlah toko kue sejenis yang berada di kawasan daerah Cibubur.

Tabel 1.1
DAFTAR JUMLAH USAHA SEJENIS DI DAERAH CIBUBUR

NO	NAMA	LOKASI
1	Fika Cakes Cibubur	Jalan Lapangan Tembak
2	Dapur Ella Cake & Cookies	Jalan Taruna Jaya
3	Anchelo Cakes	Jalan Garuda
4	Tessa	Jalan Alternatif Cibubur
5	Mita Cake Shop	Jalan Anggur
6	Secret Recipe	Jalan Jambore
7	Domino Cake	Jalan Jambore
8	Tous Les Jours	Jalan Jambore
9	Bread Talk	Jalan Jambore
10	The Harvest Cakes	Jalan Transyogi
11	Michelle Bakery	Jalan Alternatif Cibubur
12	Jessy Bread	Jalan Alternatif Cibubur
13	Bakery Bun	Jalan Alternatif Cibubur
14	Shiani's Bakery Cibubur	Jalan Alternatif Cibubur
15	Holland Bakery	Jalan Alternatif Cibubur

Sumber: Penulis, 2020

Berdasarkan tabel diatas terlihat banyak pengusaha yang mendirikan toko kue di daerah Cibubur namun kebanyakan dari toko kue tersebut hanya menjual produk

bakery dan *pastry* saja tidak menyediakan tempat duduk dan minuman kepada pelanggannya serta tidak memiliki konsep unik dan menarik.

Melihat banyaknya usaha toko kue di Kota Jakarta khususnya daerah Cibubur penulis berencana membuat bisnis toko kue bertema dengan konsep yang berbeda dan tidak biasa. Konsep yang diinginkan penulis yaitu sebuah *dessert cafe* yang mana ketika pelanggan masuk toko kue kami terasa seperti berada di dalam toko alat perkakas. Sehingga desain interior toko ini akan beridentik dengan alat alat perkakas. Tidak hanya itu produk yang akan disediakan juga akan beridentik toko alat perkakas mulai dari bentuk, dekorasi dan pengemasannya. Serta kami juga melayani pengunjung dengan berbagai varian minuman dan tempat duduk untuk pelanggan bersantai di dalam toko kue kami.

Untuk menyakinkan penulis dalam perencanaan bisnis nantinya. Penulis meminta pendapat dan tanggapan kepada masyarakat Kota Jakarta dengan konsep yang akan dibuat dengan menggunakan penyebaran kuesioner. Metode pengambilan survey yang akan penulis gunakan yaitu metode acak sederhana dimana sampel diambil dilakukan secara random tidak memperhatikan pangkat dalam sebuah populasi. Dalam menentukan jumlah sampel diambil dari rumus rumus Slovin sebagai berikut:

Tabel 1. 2
RUMUS MENENTUKAN MINIMAL JUMLAH SAMPEL

$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$	<p>Keterangan</p> <p>n: Jumlah Sampel Minimal</p> <p>N: Populasi</p> <p>e: Error Margin</p>
---------------------------------	---

Karena populasi di Jakarta sebanyak 10,504,100 jiwa dan error margin yang digunakan sebesar 25% menjadi 0.25 maka,

$$n = \frac{10,504,100}{1 + 10,504,100 \cdot (0.25)^2}$$

$$n = \frac{10,504,100}{656,507.25}$$

$$n = 15.99$$

$n =$ minimal responden sebanyak 16 responden

Dari hasil kuisioner yang dibuat oleh penulis sebanyak 64 responden menjawab dan dapat disimpulkan bahwa masyarakat menunjukkan adanya ketertarikan untuk mengunjungi sebuah *dessert cafe* yang tidak hanya menjual produk-produk pastry saja melainkan juga menjual minuman-minuman seperti kafe dan juga mempunyai konsep unik di tempat tersebut.

B. Gambaran Umum Bisnis

a. Deskripsi Bisnis

“*Factory 46 : Dessert cafe*” adalah sebuah *dessert cafe* yang mempunyai tema unik dimana ketika memasuki *dessert cafe* ini pengunjung bisa mendapatkan pengalaman yang tidak dilupakan. Bertempat di lokasi yang strategis di kawasan daerah Cibubur dengan suasana yang nyaman, fasilitas terbaik, dan menawarkan berbagai macam produk *pastry* dan minuman yang berkualitas serta pelayanan yang memuaskan.

Jenis *dessert cafe* yang akan penulis buat yaitu *dessert cafe* bertema. *dessert cafe* ini memberikan suasana *dessert cafe* yang nyaman dan pengalaman yang unik. Pelanggan ketika memasuki *dessert cafe* ini akan merasa seperti berada di dalam toko alat perkakas. Itu dikarenakan *Factory 46 dessert cafe* seperti bagian dalam toko alat perkakas mulai dari desain interior, dekorasi dan produk yang akan kami sajikan. Pelanggan juga mendapatkan minuman, makanan, dan layanan berkualitas tinggi. *Factory 46* menawarkan berbagai minuman mulai dari kopi, dan susu. Juga menawarkan berbagai kue termasuk kue ulang tahun, kue potongan kecil (*slice cakes*), kue utuh (*whole cakes*), *dessert box*, kue kering dan kue kecil (*small cakes*) yang dibuat langsung di dapur kami. *Factory 46* juga menawarkan kue ulang tahun yang dapat disesuaikan dengan konsumen. Serta melayani pelanggan dengan layanan makanan ditempat, dibawa pulang, dan pengiriman *online*.

b. Deskripsi Logo Dan Nama

Logo

Rustan (2009:13) mengatakan bahwa “Logo merupakan singkatan dari logotype. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer daripada logotype. Logo bisa menggunakan elemen apa saja, seperti tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain. Fungsi logo sebagai berikut :

1. Identitas diri
2. Tanda kepemilikan
3. Tanda jaminan kualitas

4. Mencegah peniruan/pembajakan”.

Berdasarkan teori dari teori diatas dapat dikatakan bahwa logo adalah suatu lambang identitas perusahaan sebagai tanda kepemilikan dan mencegah peniruan. Oleh karena itu penulis telah membuat logo hasil buatan penulis untuk usaha *dessert cafe* ini.

Gambar 1.1
LOGO DESSERT CAFÉ



Sumber : Desain Penulis, 2020

Berdasarkan gambar 1 diatas merupakan logo kafe yang penulis rencanakan. Logo ini memiliki kesan minimalis dan memiliki satu warna primer yaitu warna putih dan oranye. Warna orange pada dasar logo menandakan warna hangat dan cerah dan merupakan warna kayu.

Dasar logo ini adalah lingkaran kayu yang melambangkan usia usaha akan terus bertambah dan kayu merupakan ciri khas toko kue ini yang menggunakan konsep alat perkakas kayu. Ditengah kayu tersebut terdapat nama usaha *Factorry 46* dan dibawah logo terdapat jenis usaha yang kami jalani yaitu *dessert cafe*.

Nama

Nama dari usaha kafe ini adalah *Factory 46, Dessert cafe* nama ini mengandung arti bahwa toko kue atau *dessert cafe* ini adalah factory atau pabrik yang menghasilkan 6 buah jenis produk yaitu kue ulang tahun, *whole cakes, slice cakes, small cakes*, kue kering dan dessert box. Angka 4 sendiri mempunyai arti angka yang mirip dengan huruf pertama alfabet yaitu A sehingga jika dibaca toko kue kami dapat disebut Factory A6 (dibaca faktori asiks) yang berharap ketika berada di toko kue kami akan merasakan keasikan.

Menurut Kotler (2009:30-31) menyebutkan bahwa “Nama dalam sebuah usaha harus mempresentasikan usaha tersebut, nama yang simpel dan menjelaskan apa yang kita jual sudah cukup untuk memikat masyarakat.

c. Identitas Bisnis (Kontak dan Alamat Perusahaan)

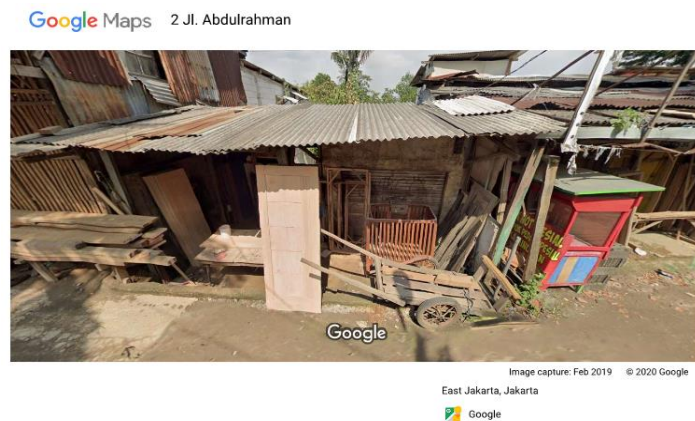
Tabel 1. 3
IDENTITAS BISNIS

Nama perusahaan	: <i>Factory 46, Dessert cafe</i>
Alamat perusahaan	: Jl. Abdulrahman Cibubur
Telepon	: 0895-0581-0015
Email	: Contact.Factory46@gmail.com
Website	: www.Factory46.com
Instagram	: @Factory.46
Youtube	: <i>Factory 46 Dessert cafe</i>

Sumber: Penulis, 2020

Tanah dan tempat yang akan didirikan toko merupakan tanah keluarga penulis. Berikut tampak depan dari perusahaan yang akan didirikan:

Gambar 1.2
TAMPAK DEPAN TOKO KUE



Sumber: Google Map

C. Visi dan Misi

Di dalam sebuah perusahaan atau organisasi terdapat visi dan misi yang dijadikan patokan atau pedoman perusahaan agar perusahaan mempunyai tujuan utama dan bagaimana cara mendapatkan tujuan tersebut. Menurut Ancok (2007), visi adalah suatu statemen yang berisikan arahan yang jelas tentang apa yang akan diperbuat oleh perusahaan di masa yang akan datang.

Definisi visi yaitu suatu pandangan yang jauh ke depan dari seseorang atau lembaga, yang berkaitan dengan tujuan yang hendak diraih serta hal-hal apa saja yang perlu dilakukan untuk mewujudkan visi tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa visi adalah serangkaian kata yang menunjukkan suatu cita-cita, tujuan, dan impian yang ingin dicapai. Setiap perusahaan atau organisasi umumnya memiliki

visi yang ingin diwujudkan di masa depan, dan visi tersebut merupakan hasil dari buah pemikiran para pendiri perusahaan. Visi juga merupakan pandangan mengenai arah suatu manajemen ke mana arah organisasi tersebut dibawa. Agar lebih memudahkan, berikut ini secara ringkas mengenai makna visi:

- a) Visi adalah cita-cita perusahaan dibuat secara tertulis.
- b) Definisi visi adalah ide-ide yang dibuat mengenai cita-cita para pendiri perusahaan secara tertulis.
- c) Visi dibuat secara singkat, jelas, dan fokus yang menerangkan arah perusahaan.

Lalu menurut Spata Nirwandar “Misi merupakan langkah atau kegiatan yang harus dilaksanakan guna merealisasikan tercapainya visi”. Secara umum kata misi dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang harus dilaksanakan untuk mewujudkan visi.

Misi juga dapat diartikan sebagai penjabaran sebuah visi yang penulisannya dibuat lebih detail sehingga mudah dipahami. Agar lebih memudahkan, makna misi secara ringkas adalah:

- a) Misi yaitu seluruh penjabaran dari visi perusahaan.
- b) Misi merupakan kumpulan strategi, tahapan, dan tindakan yang perusahaan harus lakukan untuk merealisasikan visinya.
- c) Misi berisi segala tahapan yang dilakukan untuk merangsang atau menstimulasi terjadinya tindakan untuk mencapai visi.

Dengan adanya penjabaran di atas maka visi dan misi dari bisnis penulis yaitu:

a. Visi perusahaan

Menjadikan “*Factory 46, Dessert cafe*” yang bertema alat perkakas sebagai toko kue dan kafe terbaik dengan mengutamakan suasana dan keunikan design gedung dan dekorasi, tetapi tetap menyajikan makanan dan minuman yang berkualitas dan didukung oleh pelayanan yang terbaik untuk memenuhi kepuasan pelanggan

b. Misi perusahaan

- Memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan memprioritaskan pelanggan
- Menciptakan solusi yang inovatif dalam menghadapi perubahan
- Menyajikan produk berkualitas dan mengutamakan rasa
- Menumbuhkan keterampilan dan pengetahuan karyawan untuk performa yang meningkat

D. Analisis Swot

Analisis SWOT adalah teknik perencanaan strategis yang digunakan untuk membantu seseorang atau organisasi mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan persaingan bisnis atau perencanaan proyek. Menurut Freddy Rangkuti (2006:19) mengemukakan bahwa, “Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang

(opportunity), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats)”.

Menurut Freddy Rangkuti (2006:3) “Tujuan analisa SWOT yaitu agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal”.

a. *Strength* (kekuatan)

- *Factory 46, Dessert cafe* memiliki konsep yang unik dan jarang dimiliki toko kue lainnya yaitu memiliki tema toko alat perkakas sehingga ketika pelanggan datang serasa seperti berada di toko alat perkakas.
- Desain interior menjadi salah satu kekuatan pada toko kue ini. *Factory 46* akan menampilkan beberapa hiasan yang terdiri dari beberapa alat alat perkakas di sekitar dinding toko kue. Produk yang dibuat juga akan dikemas dan diletakan di tempat *tools* box. serta dekorasi photo booth yang berupa hiasan kayu diharapkan dapat memuaskan para pelanggan.
- Usaha toko *Factory 46* memiliki standar protokol kesehatan dan kebersihan di dalam keadaan pandemik ini
- Kue ulang tahun yang dibuat dapat dikostumisasi sesuai yang diinginkan pelanggan mulai dari rasa, warna, dekorasi, dan penulisan kata di atas kue.
- Keberadaan toko kue di sekitar Cibubur merupakan wilayah yang berbatasan dengan kota besar di Jawa Barat yaitu Depok dan Bekasi
- *Factory 46* memiliki konsep *open kitchen* sehingga pengunjung dapat menyaksikan pembuatan produk

- Produk yang disajikan berkualitas dengan harga yang wajar dibandingkan dengan toko kue dan kafe populer lainnya
- Desain *packaging* yang ramah lingkungan, rapih dan unik dengan konsep toko alat perkakas
- Menggunakan standar dapur dan peralatan dapur yang tinggi
- Menggunakan bahan baku yang segar dan dikirim tiap Minggu

b. Weakness (kelemahan)

- Produk yang *Factory 46* hidangkan, hanya menjual makanan manis, minuman dan kue sehingga kepada konsumen yang tidak menyukai makanan manis hanya bisa memesan minuman yang kami punya.
- Produk yang dibuat berupa produk yang mudah rusak (*perisable*)
- Banyak toko kue dan kafe lainnya yang berada di daerah Cibubur sehingga membuat kompetisi antara toko besar dan *market* yang terbatas.
- Usaha belum memiliki popularitas dan reputasi dibandingkan dengan toko lainnya.
- Kekurangan dana sehingga membutuhkan dana dari pinjaman dan lain-lain
- Belum memiliki pengalaman yang cukup dalam mengelola toko kue dan kafe
- Luas bangunan yang tidak begitu luas dan tidak ada lahan parkir bagi pengunjung roda empat

c. Oppurtunity (peluang)

- Berkembangnya konsumen penikmat kopi dan makanan manis

- Setiap konsumen memiliki hari ulang tahun setiap tahunnya dan dirayakan dengan kue ulang tahun
- Tidak ada toko kue di lokasi cibubur yang mempunyai konsep unik
- Muncul konsumen yang menginginkan *custom cake*
- Pertumbuhan pasar dari penduduk Jakarta selalu bertumbuh sehingga membutuhkan pangan dan minuman
- Harga bahan baku di Indonesia masih tergolong murah
- Kemajuan teknologi internet sosial media
- Berkembangnya perusahaan jasa seperti go-jek dan grab

d. Threats (ancaman)

- Terdapat usaha lain di bidang sama yaitu kuliner yang membuka kafe dengan brand populer sehingga konsumen lebih cenderung memilih kafe tersebut.
- Perubahan ekonomi yang tidak terduga dapat mengurangi pendapatan usaha
- Kompetitor mempunyai pengalaman lebih di dalam strategi penjualan
- Perubahan dalam harga bahan baku
- Peraturan PSBB di kota besar mengakibatkan jumlah pengunjung berkurang

Kesimpulan & Hasil

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil matriks SWOT yang sudah dijabarkan di atas dapat kita simpulkan sebagai berikut :

1. Strategi kekuatan dan peluang
 - a. Memanfaatkan sosial media untuk memperkenalkan serta memberi informasi tentang keunggulan produk kepada masyarakat luas

- b. Memiliki toko kue dengan konsep yang unik dan menarik yaitu berkonsep toko alat perkakas yang belum ada di lokasi cibubur
 - c. Memaksimalkan produk kue dan kue ulang tahun secara kualitas, varian dan rasa
 - d. Memaksimalkan produk minuman kopi secara kualitas, varian dan rasa
 - e. Bekerja sama dengan kemitraan go-jek dan grab dalam perluasan penjualan melalui go-food dan grab-food
2. Strategi kelemahan dan peluang
- a. Melakukan pengiklanan di sosial media instagram dan facebook agar konsumen mengenal toko kami
 - b. Memberikan diskon di sosial media
 - c. Memberikan diskon kepada konsumen yang melakukan transaksi melalui aplikasi gojek dan grab
 - d. Belum ada toko kue dengan konsep unik sehingga meskipun kompetisi toko kue besar usaha ini dapat bertahan
 - e. Melakukan ekspansi toko dalam rencana perusahaan
 - f. Membuat produk menu baru yang asin karena harga bahan baku masih murah
3. Strategi kekuatan dan ancaman
- a. Memiliki toko kue dengan konsep unik yang dapat menarik minat pengunjung
 - b. Menambah layanan jasa delivery

- c. Membatasi jumlah produksi namun tetap menjaga kualitas
 - d. Mempunya pengganti supplier utama jika harga naik
4. Strategi kelemahan dan ancaman
- a. Menambah jenis variasi produk makanan asin namun masih berbentuk pastry seperti scone, quiche, curry puff
 - b. Melakukan strategi promosi agar masyarakat lebih mengetahui perusahaan kami
 - c. Mengurangi jumlah produksi setiap jenis produk agar tidak terbuang
 - d. Memiliki staff yang handal dan berpengalaman

E. Spesifikasi Produk dan Jasa

Untuk memenuhi tujuan dalam membuat sebuah toko kue maka pengelola harus menjual produk-produk yang akan disajikan kepada konsumen. *Factory 46 Dessert cafe* menjual kue ulang tahun kustomisasi, kue utuh (*whole cake*), kue potong (*slice cake*), kue kecil (*small cakes*), *pastry* dan *cookies*.

Untuk *whole cake* dan *slice cake* kami menyajikan *cheese cake*, *tiramisu cake*, *banana batik madeline*, *biscuit chocolate caramel cake*, *strawberry blossom cake*, *triple chocolate cake*, *oreo chocolate cake tart*, dan *mango matcha entremet*. Untuk produk *pastry* kami menyajikan *choux* dengan isian yang bervariasi. Dan untuk produk *small cake* kami menyediakan *chocolate glaze financier*, *citrus madeline*, dan kue kering *browni cookies* serta *dessert box*. Toko kue *Factory 46* juga menyediakan variasi minuman-minuman kepada konsumen. menyajikan minuman berbasis kopi seperti, *brown sugar latte*, *cappucino*, *dolce latte*, *green tea latte*.

Untuk minuman berbasis susu *Factory 46* menyediakan *strawberry latte*, *chocolate latte*, dan *snowing green latte*. *Factory 46* menggunakan bahan-bahan dari perkebunan lokal sehingga kualitasnya terjamin

Keunikan dari produk *Factory 46* yaitu selalu mengganti rasa baru pada produk cake yang kurang populer, rasa baru setiap bulan pada produk *pastry* dan *cookies*, dan pada produk small cakes kami menggunakan cetakan berbentuk alat perkakas, dikemas dan akan dijual kepada pelanggan di tempat *tools box*. *Factory 46* melayani pengunjung dengan layanan makan di tempat, dibawa pulang dan layanan online delivery dengan kerjasama dengan perusahaan mitra Go-jek dan Grab. Lalu *Factory 46* juga akan membuat website resmi toko, akun sosial media instagram dan youtube, dan google bisnis agar pelanggan dapat mengetahui produk-produk yang kami tawarkan.