

BAB I

PENDAHULUAN

A.Latar Belakang

Kabupaten Tangerang merupakan salah satu wilayah yang ada di Banten yang terbagi menjadi 29 kecamatan, 28 kelurahan dan juga 246 desa. Kabupaten Tangerang dikelompokkan menjadi 3 bagian, yaitu bagian barat sebagai pusat pemerintahan, kawasan industri dan juga pemukiman lalu bagian kawasan pesisir sebagai industri pariwisata dan maritim dan terakhir bagian timur sebagai kawasan permukiman dan kawasan bisnis. Kabupaten Tangerang juga merupakan salah satu kota industri dan kota padat penduduk. Menurut data dari pemerintah kabupaten Tangerang yang terdapat dalam dokumen kabupaten Tangerang, jumlah penduduk pada tahun 2018 sebanyak 2,728,654 jiwa lalu pada tahun 2019 sebanyak 2,794,969 jiwa dan pada tahun 2020 sebanyak 3,057,599 jiwa. Berdasarkan data diatas banyak angka pertumbuhan jiwa di setiap tahunnya. Tidak hanya menjadi kota industri, kabupaten Tangerang juga memiliki potensi pariwisata dan kuliner. Dari perspektif pariwisata dan kuliner, dua hal ini saling berkesinambungan dan saling menguntungkan. Hingga saat ini industri kuliner terus

mengalami perkembangan dan inovasi sehingga banyak pebisnis berlomba-lomba memasarkan berbagai macam produk mereka. Melihat kabupaten pasar kemis memiliki potensi kuliner yang baik sehingga membuka peluang untuk memulai bisnis dibidang kuliner. Bisnis kuliner merupakan salah satu dari banyaknya jenis bisnis dengan peluang usaha yang selalu stabil, dikarenakan kebutuhan dasar dari manusia adalah makanan dan akan meningkat setiap harinya dan pada era ini makanan dan minuman bukan hanya menjadi kebutuhan dasar tetapi juga menjadi gaya hidup. Dari seluruh daerah di Indonesia, Kabupaten Tangerang khususnya di wilayah Pasar kemis belum memiliki usaha kuliner sebanyak wilayah lain di Indonesia sehingga penulis melihat besarnya peluang dalam membangun bisnis kuliner. *Cookies shop* merupakan salah satu usaha bisnis yang bergerak di bidang makanan, *Cookies* dapat dinikmati mulai dari kalangan anak-anak, remaja, dewasa hingga lansia. Menurut badan pusat statistik kabupaten Tangerang jumlah keseluruhan penduduk di pasarkemis pada tahun 2017 sebanyak 345.070 jiwa dengan jumlah penduduk berumur yang 10 sampai 14 tahun sebanyak 28.368 jiwa, jumlah penduduk berumur yang 15 sampai 19 tahun sebanyak 25.067 jiwa, penduduk yang berumur 20 sampai 24 sebanyak 24.810 jiwa, penduduk yang berumur 25 sampai 29 tahun sebanyak 31.130 jiwa, penduduk yang berumur 30 sampai 34 sebanyak 34.491 jiwa dan penduduk yang berumur 40.425 jiwa. Dapat dilihat dari data diatas bahwa sebagian besar

penduduk yang tinggal di pasar kemis mulai berumur dari 10 tahun hingga 39 tahun. Hampir sebagian besar pengunjung *café* atau restoran dari umur 10 tahun sampai 40 tahun dan mereka berkunjung ke *cafe* atau restaurant untuk berkumpul atau sekedar jalan-jalan.

Berdasarkan hasil riset penulis mendapatkan kedai *cookies* yang ada di Kabupaten Tangerang khususnya pasar kemis, dapat dilihat di tabel berikut:

Tabel 1. 1 Cafe di Kabupaten Tangerang

No.	Nama Café	Alamat
1	Nabil Cookies	Jl. Kemuning VI No.20, Kuta Baru, Kecamatan Pasar Kemis, Tangerang
2	Sonya Cookies	Pesona Kuta Jaya, Blok G RT 10/06, Kecamatan Pasar Kemis, Tangerang
3	The Doe	Perumahan Taman Elang Jl. Elang Perak No.29, RT.006/RW.010, Periuk, Kecamatan Periuk, Kota Tangerang
4	Fariel's Cake n Cookies	Jl. Anggrek V No.5, RT.4/RW.6, Kecamatan Pasar Kemis, Tangerang

Sumber: Olahan Penulis (2021)

Dapat dilihat di atas baru ada beberapa *cookies shop* namun hanya didistribusikan dari rumah sehingga penulis melihat adanya peluang untuk membuka toko *cookies* di kabupaten Tangerang dengan target pasar yaitu anak sekolah, kalangan remaja dan dewasa.

Menurut Osterwalder et al Bisnis Model Canva merupakan “Sebuah model bisnis adalah alat konseptual yang berisi kumpulan elemen dan

hubungan elemen tersebut yang dapat mengekspresikan logika bisnis secara spesifik dari perusahaan”. Elemen pada bisnis model canva menurut Osterwalder et al terdapat sembilan elemen yaitu Customer segments (Segmen pasar), Value Proposition (Proposisi nilai konsumen), Customer Relationship (Hubungan konsumen), Key Activities (Aktivitas yang dijalankan), Key Resources (Sumber daya), Key Partners (Kerjasama, Channel (Saluran), Revenue stream (Sumber pendapatan) dan Cost Structure (Struktur biaya).

Customer Segments (Segmen pasar)

Setiap perusahaan sudah membuat target konsumen yang cocok dengan produk yang ditawarkan ke pasar dan berdasarkan 5 tipe segmen pasar yang lebih sesuai dengan segmen pasar *Doux cookies* yaitu ceruk pasar (*Niche market*).

Produk yang dijual oleh *Doux cookies* yaitu *cookies* maka segmen pasar yang ditarget yaitu anak muda yang berada di Pasar kemis, konsumen yang membeli secara *online*, dan konsumen yang membeli untuk hari raya atau acara.

Value Proposition (Proposisi nilai konsumen)

Value proposition adalah nilai yang didapat oleh konsumen dari produk yang dibeli, *value proposition* juga kekuatan dalam suatu produk. Produk *Doux cookies* yang ditawarkan juga memiliki *value proposition* tersendiri yaitu harga yang terjangkau, menggunakan bahan

berkualitas, memiliki beragam jenis *cookies*, kebersihan produk dan proses pembuatan produk yang terjaga, tempat yang strategis, melayani pembelian secara *online* maupun *offline*.

Channels

Channels adalah cara untuk terhubung dengan konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Channels yang digunakan oleh *Doux cookies* lebih menggunakan aplikasi sosial media karena sosial media mudah diakses oleh banyak orang dan juga lebih menghemat biaya dan waktu, berikut *Channels* dari *Doux cookies* yaitu melalui sosial media seperti *Instagram* dan *Tiktok*, melalui aplikasi pesan antar makanan online seperti *Gofood*, *Grabfood* dan masih banyak.

Customer Relationship

Customer Relationship adalah langkah untuk mempertahankan hubungan perusahaan dengan konsumen agar konsumen kembali membeli di perusahaan tersebut.

Cara *Doux cookies* mempertahankan relasi dengan konsumen yaitu penjualan secara *offline*, membuat diskon melalui aplikasi *online*, membuat *happy hour* dan mengadakan *give away*.

Key Activities

Key activities adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menghasilkan proposi nilai. Berikut kegiatan operasional yaitu pembelian bahan baku dan pembuatan produk, kegiatan operasional berdasarkan jaringan yaitu promosi secara *online*, penjualan secara *online* maupun *offline*, dan memberikan pelayanan yang baik.

Key Resources

Key resources merupakan sumber daya yang digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan usaha tersebut. *Key resources* dapat berupa aset fisik seperti gedung atau mesin, hak kekayaan intelektual seperti merek atau hak paten, *financial* seperti *cash*, kredit atau saham, dan *human* seperti tenaga kerja.

Berikut *key resources* yang dimiliki oleh *Doux cookies* yaitu sumber daya manusia, mesin untuk pembuatan produk, peralatan untuk kegiatan operasional, gedung untuk membuka *outlet*, bahan baku, dan modal.

Key Partnership

Key partnership biasa disebut mitra kerja, *supplier* dan *marketplace* merupakan salah satu contoh dari mitra kerja. Berikut *key partnership* yang bekerjasama dengan *Doux cookies*: *supplier* bahan baku, *supplier kemasan produk*, aplikasi layanan pesan antar makan *online*, dan *marketplace*.

Cost Structure

Cost structure adalah aspek biaya yang digunakan supaya perusahaan dapat beroperasi. *Cost structure* memiliki empat jenis yaitu biaya tetap, biaya variabel, skala ekonomi dan *economies of scope*. Dari beberapa jenis *cost structure* yang ada berikut *cost structure* yang di keluarkan oleh *Doux cookies*.

Biaya tetap: Gaji karyawan, depresiasi dan biaya sewa.

Biaya variabel: Biaya bahan baku, biaya promosi dan biaya overhead.

Revenue stream

Revenue stream adalah sumber pemasukan masuk yang di dapatkan dari hasil penjualan produk atau jasa. Sumber pendapatan memiliki dua jenis yaitu *recurring transaction* dan *transaction revenues*.

Doux cookies mendapatkan pendapatan dari hasil menjual produk sehingga yang sesuai jenis transaksi yang ada lebih sesuai dengan *transaction revenues*. *Transaction revenue* didapat dari hasil penjualan *cookies* dari *outlet*, hasil penjualan dari *market place* dan hasil penjualan aplikasi antar makanan *online*.

Dengan adanya peluang untuk membuka usaha, maka penulis ingin memberikan usulan penelitian dengan judul **“Perencanaan Bisnis Doux Cookies di Kabupaten Tangerang”**.

B. Gambaran Umum Usaha

1. Deskripsi Bisnis

Bisnis merupakan kegiatan jual beli suatu jasa dan barang yang ditukar dengan uang di sebuah toko atau perusahaan. Bisnis juga memiliki tujuan guna memperoleh keuntungan, menciptakan lapangan pekerjaan, dan meningkatkan kemajuan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Bisnis memiliki beragam jenis seperti bisnis makanan dan minuman, bisnis jasa, bisnis agraris dan masih banyak lagi sehingga penulis memilih untuk merencanakan bisnis makanan perencanaan bisnis yang diusulkan oleh penulis adalah Usaha *cookies shop* di Kabupaten Tangerang yang dilatar belakangi oleh besarnya peluang usaha dan juga besarnya target pasar di Kabupaten Tangerang.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Nama, tanda, simbol hingga desain merupakan salah satu faktor untuk mengidentifikasi suatu produk atau usaha tanda untuk membedakan dari kompetitor.

Aspek terpenting dalam identitas suatu usaha yaitu nama selain menjadi strategi *market* dan juga menjadi penanda suatu usaha sehingga pembeli mengenal usaha tersebut. Nama dari usaha *Cookies shop* yang direncanakan oleh penulis adalah *Doux Cookies* yang berarti biskuit yang manis.

Logo merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran dan menjadi identitas dari suatu usaha sehingga pentingnya setiap

pemilik usaha memiliki logo. Ada pun logo yang dibuat oleh penulis sebagai berikut:

Gambar 1. 1 Logo Usaha



Sumber gambar: Olahan Penulis (2021)

Arti dari Logo dan Nama:

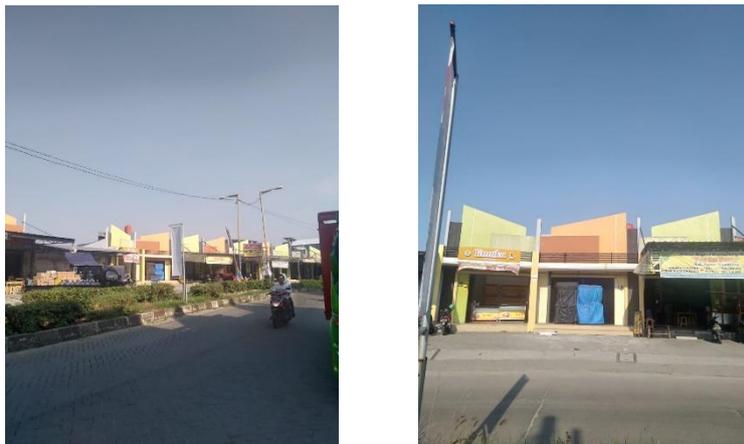
- Doux merupakan kata yang berasal dari bahasa perancis yang diartikan kedalam Bahasa Indonesia mempunyai makna manis.
- Warna hijau pada logo dapat diartikan pembaruan dan harapan sukses.
- Warna krem pada huruf memberikan kesan yang menenangkan dan menyenangkan.

3. Identitas Bisnis

Identitas bisnis adalah salah satu aspek penting untuk memasarkan dan menampilkan ciri khas dari suatu bisnis itu sendiri. Pemasaran memiliki unsur meliputi 4P yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Tempat atau lokasi yang

strategis memiliki peluang besar untuk mendatangkan pembeli sehingga lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor dalam berusaha. Sehingga perencanaan bisnis yang dibuat oleh penulis berlokasi di di Jl. Raya Villa Regency II, Kecamatan Pasar Kemis, Tangerang, Banten. Alasan penulis berencana membangun usaha di tempat itu karena tempatnya strategis berdekatan dengan perumahan sekitarnya dan juga berlokasi di bibir jalan yang banyak orang berlalu lalang. Berikut gambar lokasi perencanaan usaha:

Gambar 1. 2 Lokasi perencanaan bisnis



Sumber: Olahan Penulis (2021)

Tidak hanya lokasi yang menjadi sebuah identitas bisnis kontak juga menjadi

bagian pendukung dari suatu identitas bisnis sehingga setiap usaha memiliki kontak sebagai alat komunikasi dan juga guna meng *up to date* informasi mengenai produk. Kontak tak hanya berupa nomor telepon tetapi juga dapat berupa sosial media, kontak yang dimiliki oleh *Doux Cookies* shop berupa sosial

media yaitu @doux_cookies_.

C. Visi dan Misi

Visi adalah suatu tujuan yang akan datang untuk mewujudkan target yang telah dibuat dalam suatu bisnis. Misi adalah cara untuk mewujudkan visi yang telah dibuat. Dalam setiap usaha pasti memiliki visi dan misi guna mencapai suatu target dalam suatu tujuan dan dapat terus berkembang di setiap saatnya.

Berikut Visi dan misi dari *Doux Cookies*:

Visi: Menjadi bisnis di bidang kuliner dengan menghasilkan produk dengan kualitas yang tinggi dengan harga terjangkau.

Misi:

- Memastikan pembeli merasa puas dengan produk dan pelayanan.
- Menjaga kualitas produk dan selalu berinovasi pada pembuatan produk.

D. Analisis peluang dan hambatan

Suatu usaha mempunyai kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman sehingga perlu dilakukan analisis SWOT guna membuat strategis usaha seefisien mungkin. Kepanjangan SWOT adalah *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan terakhir *Threat* (kelemahan). Menurut Philip

Kotler “diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

Analisis SWOT dari perencanaan usaha dapat digunakan oleh perusahaan untuk menentukan peluang pasar yang harus berhasil dan juga mengetahui unsur internal dan eksternal untuk mencapai tujuan. Berdasarkan teori yang disajikan di atas analisis SWOT dari perencanaan bisnis *Doux cookies* di Kabupaten Tangerang dan analisis SWOT pesaing adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Analisis SWOT *Doux cookies*

Strength (Internal)	Weakness (Internal)
<ul style="list-style-type: none"> ● Bahan yang digunakan memiliki kualitas yang baik ● Harga yang terjangkau ● Memiliki fasilitas yang nyaman dan mendukung ● Dapat dibeli secara online maupun offline 	<ul style="list-style-type: none"> ● Belum dikenal oleh banyak kalangan
Opportunity (Eksternal)	Threats (Eksternal)

<ul style="list-style-type: none"> ● Lokasi yang strategis ● Usaha bisnis kedai cookies yang memiliki tempat ● Cookies dapat dinikmati oleh semua kalangan usia 	<ul style="list-style-type: none"> ● Masih adanya pandemi Covid-19 ● Muncul pesaing yang mulai mengadu untung dengan membuka usaha yang sama
--	--

Sumber: Olahan Penulis (2021)

Analisis SWOT Pesaing usaha:

Tabel 1. 3 Analisis SWOT pesaing The Doe

Strength (Internal)	Weakness (Internal)
<ul style="list-style-type: none"> ● Bahan baku yang baik ● Harga yang terjangkau 	<ul style="list-style-type: none"> ● Jenis cookies yang kurang bervariasi ● Hanya dapat dipesan melalui aplikasi ● Kurangnya promosi
Opportunity (Eksternal)	Threats (Eksternal)
<ul style="list-style-type: none"> ● Ketertarikan masyarakat terhadap cookies 	<ul style="list-style-type: none"> ● Memiliki banyak pesaing yang lebih inovatif

Sumber: Olahan Penulis (2021)

Tabel 1. 4 Analisis SWOT Pesaing *Fariel's cake n cookies*

Strength (Internal)	Weakness (Internal)
<ul style="list-style-type: none"> ● Harga yang terjangkau ● Kualitas bahan yang baik 	<ul style="list-style-type: none"> ● Jenis cookies yang kurang inovatif ● Hanya dapat dipesan melalui aplikasi ● Kurangnya promosi
Opportunity (Eksternal)	Threats (Eksternal)
<ul style="list-style-type: none"> ● Ketertarikan masyarakat terhadap cookies 	<ul style="list-style-type: none"> ● Memiliki banyak pesaing yang lebih inovatif

Sumber: Olahan Penulis (2021)

Berdasarkan analisis SWOT pesaing dengan analisis SWOT yang dimiliki oleh penulis di atas keunggulan yang dimiliki oleh penulis adalah dapat dipesan secara *online* maupun *offline*, lokasi yang strategis sehingga konsumen mudah mengakses ke tempat, didukung oleh fasilitas yang nyaman dan kualitas bahan baku yang baik menambah nilai di mata konsumen, sehingga adanya peluang untuk membuka bisnis kedai *cookies* di Kabupaten Tangerang.

D. Spesifikasi produk

Spesifikasi produk atau jasa adalah rincian dari suatu produk atau jasa. Bagian yang terpenting dalam menjalankan suatu bisnis haruslah memiliki produk atau jasa yang dibutuhkan oleh pembeli.

Produk dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu berdasarkan wujud dan berdasarkan daya tahan, produk makanan dan produk minuman merupakan salah satu produk yang berdasarkan wujud. Produk utama dari perencanaan bisnis *doux cookies* yaitu *cookies* dengan keunggulan bahan yang digunakan memiliki kualitas yang premium dan memiliki beberapa varian *cookies*.

Doux cookies menyajikan beragam jenis *cookies* seperti *oat cookies*, *choco chip cookies*, dan *bar cookies*. Bahan yang digunakan memiliki kualitas yang baik sehingga setiap produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik. Bahan yang digunakan untuk membuat produk *cookies* seperti tepung terigu, *unsalted butter*, *brown sugar*,

telur, baking soda, *chocolate*, dan aneka *topping* yang lainnya. Sementara itu untuk bahan yang digunakan produk minuman seperti kopi, susu, *matcha powder*, *chocolate powder* dan masih banyak peralatan yang digunakan juga memiliki kualitas yang baik dan tampak mendukung proses pembuatan produk. Peralatan yang digunakan seperti *oven*, *mixer*, *equipment* yang mendukung lainnya.

E. Jenis badan usaha

UMKM adalah suatu usaha yang dibuat oleh suatu kelompok atau perorangan guna memperoleh keuntungan.

Menurut UU No 20 Tahun 2008 Pasal 6 Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- “a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).” (ukmindoneisa.com, 2019)

Setiap pemilik usaha harus memiliki badan usaha yang dipilih oleh setiap pemilik usaha, Badan usaha yang akan digunakan penulis untuk melakukan perencanaan bisnis *cookies shop* yaitu usaha mikro kecil menengah (UMKM) namun lebih menuju ke Usaha Kecil.

F. Aspek legalitas

Legalitas merupakan satu diantara faktor dasar bagi badan usaha untuk membangun secara sah dimata hukum. Pembangunan usaha yang menjalankan kegiatan komersialnya harus memenuhi persyaratan perizinan pembangunan. *Doux Cookies* belum memiliki perizinan sehingga perlunya sebuah legalitas guna mendapatkan izin mendirikan suatu usaha guna dapat dipercaya oleh pembeli dan menjadi tempat yang layak untuk dikunjungi.

Dengan adanya perizinan dari pelaku bisnis usaha kecil dapat terbantu untuk melakukan pengembangan usaha melalui legalitas demi merambah pangan pasar yang luas . Dokumen legalitas yang harus dimiliki oleh suatu bisnis yaitu

1. Akta pendirian usaha
2. NPWP badan usaha
3. Surat izin usaha perdagangan (SIUP)
4. Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP)
5. Tanda daftar perusahaan
6. Merek Dagang