



RENCANA BISNIS PENGEMBANGAN USAHA TOKO KUE

“XYA BAKERY” DI JAKARTA PUSAT

Natasya Nigricans

Dr. M. Budi Widiyo Iryanto, M.E.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter – Jakarta Utara

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

78190185@student.kwikkiangie.ac.id / natasyanigricans77@gmail.com

ABSTRAK

Xya Bakery merupakan bisnis kuliner yang berdiri sejak tahun 2019 dengan mengemban visi untuk menjadi bisnis penghasil kue berkualitas dan inovatif yang diminati dan unggul di Indonesia. *Xya Bakery* menawarkan produk *handmade* berupa kue kering dan kue basah yang mengutamakan kualitas rasa maupun penampilan dari produknya dengan harga produk yang ditujukan untuk kalangan ekonomi menengah serta disesuaikan dengan kualitas dan *value* produk.

Xya Bakery merencanakan pengembangan usaha dengan mendirikan tempat usaha di Jl.Cempaka Putih Tengah II, Jakarta Pusat. Selain itu, *Xya Bakery* juga mengembangkan sistem penjualan online melalui marketplace serta meluncurkan produk baru. Seluruh kegiatan operasional *Xya Bakery* dijalankan oleh 10 orang tenaga kerja yang terdiri dari CEO, 4 orang *Staff* Produksi, *Staff* Gudang, *Staff* Online Shop, 2 orang *Cashier*, dan *Cleaning Service*.

Analisis kelayakan usaha *Xya Bakery* menunjukkan hasil yang positif. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil *Payback Period* yakni selama 4 Tahun 1 Bulan 29 hari untuk mengembalikan modal investasi sejumlah Rp 383.876.526. *Net Present Value* memperoleh hasil positif sebesar Rp 191.587.388. Hasil *Profitability Index* juga menunjukkan angka positif yakni sebesar 1,50. Kemudian hasil dari *Internal Rate of Return* yakni 28%, lebih besar dari *expected return* sebesar 14,98%. Hasil penjualan *Xya Bakery* tiap tahunnya juga memperoleh hasil yang lebih besar dari *Break Even Point* sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha *Xya Bakery* layak untuk dijalankan.

Kata Kunci : *Xya Bakery*, bisnis, kue, kualitas, online

ABSTRACT

Xya Bakery is a culinary business that was established in 2019 with a vision to become a business that produces good quality and innovative products that are in demand and superior in Indonesia. *Xya Bakery* offers handmade cookies and cakes that prioritize the quality of taste and appearance of the product with the selling prices intended for the middle class and adjusted to the quality and value of the products

Xya Bakery plans its business development by establishing a business place on Jl.Cempaka Putih Tengah II, Central Jakarta. In addition, *Xya Bakery* also develops an online sales system through the marketplace and launches new products. All operational activities of *Xya Bakery* are run

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan dilindungi Undang-Undang. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Untuk menyalakan atau mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



by 10 workers consisting of CEO, 4 Production Staff, Warehouse Staff, Online Shop Staff, 2 Cashier, and Cleaning Service.

Xya Bakery's business feasibility analysis showed positive results. This can be seen based on the results of the Payback Period analysis that it takes 3 years 1 month 29 days to return the investment capital of IDR 383.876.526. Net Present Value obtained a positive result of IDR 191.587.388. The results of the Profitability Index also showed a positive number of 1,50. Then the result of the Internal Rate of Return is 28%, greater than the expected return of 14.98%. The amount of Xya Bakery's sales every year is also higher than the Break Even Point, so it can be concluded that Xya Bakery's business is worth running.

Keywords Xya Bakery, business, cake, quality, online

1. Pendahuluan

1.1. Konsep Bisnis

Pendirian usaha *Xya Bakery* dilatarbelakangi oleh hobi dan minat penulis dalam bidang pembuatan kue serta mengamati banyaknya produk kue yang dijual dengan kualitas yang kurang baik maupun harga yang tidak sesuai dengan kualitas. Oleh karena itu, *Xya Bakery* didirikan pada tahun 2019 untuk menciptakan produk *handmade* berupa kue kering dan kue basah yang mengutamakan kualitas baik dari segi rasa maupun penampilan, serta menawarkan nilai lebih melalui keunikan desain produk *custom* dan melakukan inovasi produk secara berkala yang disesuaikan dengan selera dan kebutuhan konsumen dengan harga jual yang terjangkau bagi kalangan ekonomi menengah.

Hingga kini *Xya Bakery* telah mengalami produksi yang melebihi kapasitas dikarenakan meningkatnya jumlah permintaan konsumen terutama di hari raya. Oleh karena itu, *Xya Bakery* merencanakan pengembangan usaha untuk membuka tempat usaha baru, menambah jumlah tenaga kerja, meluncurkan produk baru, serta mengembangkan sistem penjualan dan strategi pemasaran. Pengembangan usaha ini juga didukung dengan melihat pesatnya perkembangan bisnis kuliner di Indonesia yang mencapai 11.223 usaha kuliner terutama di DKI Jakarta sebagai tingkat pertama provinsi dengan jumlah usaha kuliner terbanyak di Indonesia

dengan total 5.159 usaha pada tahun 2020 berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (Angelia, 2022), serta adanya peningkatan jumlah konsumsi produk kue di Indonesia yang mencapai 150% untuk kue kering dan 100% untuk kue basah di sepanjang tahun 2014-2018 (Septyan, 2022) yang berpengaruh terhadap peningkatan jumlah permintaan produk kue terutama di momen hari raya . Hal tersebut mendorong *Xya Bakery* untuk mengembangkan usaha agar mampu bersaing di pasar dan menjadi bisnis kuliner yang unggul di Indonesia.

1.2. Visi dan Misi

Xya Bakery memiliki visi untuk menjadi bisnis penghasil kue berkualitas dan inovatif yang diminati dan unggul di Indonesia pada tahun 2038. Kemudian misi dari *Xya Bakery* yakni sebagai berikut :

- Menghasilkan produk yang berkualitas baik dari segi rasa maupun penampilan dengan harga jual yang terjangkau
- Memberikan pelayanan yang baik untuk memperoleh kepuasan dan loyalitas konsumen
- Menjaga hubungan kerjasama yang baik dengan semua pihak berkepentingan yang terlibat terhadap keberlangsungan dan pengembangan usaha
- Mengembangkan produk inovatif dan kreatif yang disesuaikan dengan selera dan kebutuhan konsumen

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1.3. Peluang Usaha

Berdasarkan data statistik yang dikeluarkan oleh Kementerian Pertanian pada tahun 2018, menunjukkan bahwa konsumsi produk olahan tepung terigu seperti roti, kue kering maupun kue basah mengalami peningkatan sepanjang tahun 2014 hingga 2018. Hal ini tentu saja berdampak terhadap peningkatan permintaan pasar terhadap produk *Bakery*. Dengan jumlah konsumsi produk *Bakery* yang terus meningkat, bisnis *Bakery* menjadi potensial untuk saat ini dan masa mendatang (Septyan, 2022).

Dampak pandemi Covid-19 menimbulkan peningkatan tren belanja *online*. Pada masa pandemi dan ditetapkannya kebijakan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) oleh pemerintah, menyebabkan sebagian besar orang merasa lebih nyaman berbelanja dari rumah sehingga berdampak pada peningkatan frekuensi belanja secara *online*. Lambat laun, kebiasaan tersebut menjadi tren baru yang terus berkembang hingga kini. Berdasarkan survei Data Indonesia, 43.2% responden mengaku bahwa frekuensi belanja daring tidak berubah setelah pandemi. Bahkan, terjadi peningkatan pelanggan yang gemar belanja daring yang semula hanya 11% kemudian meningkat hingga 25% (Januaji, 2023). Melihat penjualan di *e-commerce* Shopee dan Tokopedia, hanya dalam 2 minggu kategori Roti Kue berhasil tembus penjualan Rp 10,2 Miliar di bulan Februari 2021 (Kompas, 2021).

Website Katadata dalam Databooks mencatat kenaikan dalam pembelian kue dan pai secara *online* sejak awal pandemi. Berdasarkan data yang mereka miliki di tahun 2020, pemesanan kue kering dan pai secara *online* meningkat sebanyak 5% dibandingkan sebelum pandemi. Hal ini paling banyak terjadi di waktu-waktu menjelang libur hari raya dan menandakan perubahan perilaku masyarakat dalam berbelanja menjelang hari raya. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Kompas.co.id, dua minggu sebelum dan dua minggu setelah tahun baru, adalah

masa kue-kue kering laku keras. Tim mereka mengumpulkan data ini dalam waktu sebulan, yaitu periode 15 Desember 2020 hingga 15 Januari 2021. Hasilnya, terlihat kenaikan signifikan dalam penjualan kue kering. Pada waktu-waktu tersebut, produk kategori Kue Kering mencatat penjualan sebanyak 10,44 miliar rupiah di *platform online*. Sementara jumlah produk yang terjual mencapai lebih dari 322 ribu (Fatmarani, 2022). Kemudian di kala libur Natal dan Tahun Baru, ternyata produk *Hampers* dan *cookies* menjadi dua barang yang paling cepat ludes terjual. Menjelang hari raya, biasanya masyarakat bersiap menyambut tamu yang datang untuk bersilaturahmi dengan menghadirkan ragam kue kering. Di masa pandemi, kebiasaan ini berubah. Batasan untuk bepergian membuat orang-orang lebih memilih berkiriman hadiah untuk menjaga silaturahmi. Salah satunya adalah dengan mengirimkan *Hampers*. Penjualan produk dengan *keywords* “*Hampers*” dilansir mencapai 1,75 miliar rupiah dengan jumlah produk terjual mencapai 13 ribu produk dalam satu bulan. (Fatmarani, 2022). Setelah tiga tahun pandemi mereda, animo untuk permintaan *Hampers* tetap tinggi sehingga dapat dikatakan bahwa tradisi mengirimkan *Hampers* akan terus bergulir di momen-momen besar, terutama Lebaran, Natal, dan Tahun Baru China (Pamela, 2023).

Menurut perkiraan Bank Indonesia, pertumbuhan ekonomi Indonesia pada 2023 tetap kuat pada kisaran 4,5-5,3%, dan akan terus meningkat menjadi 4,7-5,5% pada 2024. Konsumsi rumah tangga membaik dengan tumbuh sebesar 4,54% (yoy), seiring dengan naiknya mobilitas dan peningkatan daya beli serta penurunan inflasi (Haryono, 2022).

Berdasarkan laporan *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu telah meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang (Mahdi, 2022).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Sekolah Tinggi Teknologi Kwik Kian Gie (Institut Teknologi dan Industri Kwik Kian Gie)



1.4. Kebutuhan Dana

Pengembangan usaha *Xya Bakery* membutuhkan dana awal sebesar Rp 383.876.526 yang dialokasikan untuk keperluan kas minimal perusahaan yang dijadikan sebagai dana untuk kebutuhan mendesak seperti pembelian bahan baku dan perlengkapan yang dibutuhkan segera, pembayaran ongkos, pembelian obat darurat dan makanan, serta kebutuhan mendesak lainnya. Kemudian dana juga dialokasikan untuk persediaan usaha yakni berupa bahan baku, barang jadi, dan perlengkapan. *Xya Bakery* juga memerlukan dana untuk menyewa dan merenovasi bangunan untuk menyiapkan tempat usaha serta membeli peralatan dan teknologi yang dibutuhkan untuk kegiatan operasional usaha. Selain itu, sebelum menjalankan kegiatan usahanya, *Xya Bakery* mengeluarkan sejumlah dana untuk membuat hak paten merek, melatih *Staff* produksi, serta biaya pemasaran berupa *sample* produk dan *free product*.

2. Rencana Produk/Jasa, Kebutuhan Operasional, dan Manajemen

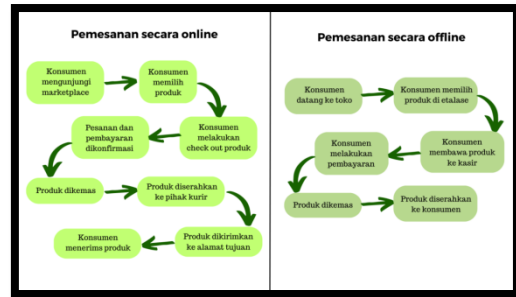
2.1. Rencana Alur Produk

Rencana alur produk menggambarkan proses pengelolaan produk mulai dari proses pemesanan produk oleh konsumen hingga produk tersebut diterima oleh konsumen. Alur produk *Xya Bakery* terbagi menjadi 2 proses yang memiliki beberapa perbedaan prosedur yakni alur produk untuk pemesanan produk dengan stok dan alur produk untuk pemesanan produk tanpa stok.

Produk dengan stok :

Produk dengan stok dimaksudkan untuk produk yang memiliki stok di gudang maupun etalase toko tanpa perlu melalui pemesanan produk oleh konsumen terlebih dahulu. Proses operasi yang dilakukan untuk produk dengan stok yakni bertujuan untuk mengisi kekurangan stok produk di gudang dan memastikan stok produk selalu tersedia untuk dibeli konsumen.

Berikut ini alur proses produk *Xya Bakery* untuk pemesanan produk dengan stok :

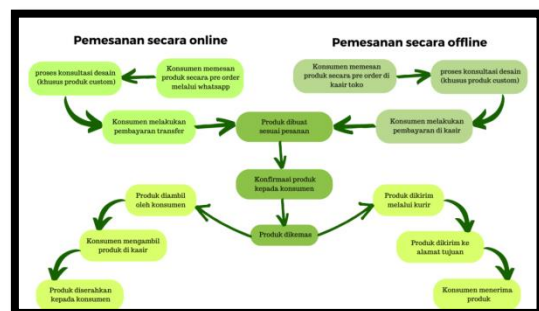


Sumber : *Xya Bakery*, 2023

Produk tanpa stok :

Produk tanpa stok dimaksudkan untuk produk yang tidak memiliki stok di gudang maupun etalase toko dikarenakan oleh suatu pertimbangan dimana masa ketahanan produk yang singkat seperti *Chiffon Cake*, serta produk *custom* yang tentunya memerlukan proses pemesanan dan konsultasi dengan konsumen terlebih dahulu. Proses operasi produk tanpa stok ini bertujuan untuk memenuhi pemesanan konsumen terhadap produk.

Berikut ini alur proses produk *Xya Bakery* untuk pemesanan produk tanpa stok :



Sumber : *Xya Bakery*, 2023

2.2. Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan

Bahan persediaan merupakan berbagai produk yang dibutuhkan dalam kegiatan operasional usaha. Pembelian persediaan ini biasanya dilakukan sebelum melakukan proses operasional usaha. *Xya Bakery* memiliki persediaan tiap tahunnya

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Penulisan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Pusat Riset dan Inovasi IBIKKG (Studi dan Penelitian) dalam rangka mempromosikan Kwik Kian Gie School of Business



yang terdiri dari bahan baku, perlengkapan, dan pembelian barang jadi. Persediaan ini dibutuhkan untuk menunjang proses operasional usaha khususnya proses produksi. Pembelian bahan persediaan ada yang dilakukan tiap setahun sekali, kemudian ada yang dilakukan tiap 3 bulan sekali, yakni pada bulan Maret, Juni, September, dan Desember, serta ada pembelian yang dilakukan tiap bulannya. Hal ini dipertimbangkan berdasarkan jenis produk, jumlah kebutuhan produk, masa pemakaian dan tingkat kemudahan dalam memperoleh produk dari *supplier*. Persediaan perlu dikelola dengan baik agar selalu tersedia sesuai kebutuhan dan tidak memiliki jumlah stok yang berlebihan terutama pada stok bahan baku yang perlu dipastikan kualitasnya.

Berikut ini alur pembelian dan penggunaan bahan persediaan *Xya Bakery*:



Sumber : *Xya Bakery*, 2023

2.3. Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha

Pembelian peralatan dan teknologi ini dilakukan sebelum kegiatan operasional usaha berlangsung dan tentunya memiliki usia pemakaian yang berbeda untuk tiap barangnya. Peralatan dan teknologi yang digunakan oleh *Xya Bakery* diperkirakan ada yang memiliki usia hingga 5 tahun dan ada yang hanya 3 tahun. Berikut ini daftar teknologi dan peralatan yang dibutuhkan oleh *Xya Bakery* dalam menjalankan usahanya.

Berikut ini daftar pembelian teknologi dan peralatan *Xya Bakery* dengan usia 5 tahun:

Peralatan Tiap 5 Tahun			
Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Biaya
Peralatan Produksi			
Loyang Lidah Kucing 40 x 60 cm	20	Rp 59.500	Rp 1.190.000
Loyang kue kering 40 x 60 cm	25	Rp 90.000	Rp 2.250.000
Loyang Chiffon d 20 cm	20	Rp 29.500	Rp 590.000
Loyang Chiffon d 14 cm	25	Rp 25.500	Rp 637.500
Loyang Brownies 20 x 20 cm	20	Rp 31.000	Rp 620.000
Loyang Brownies 20 x 10 cm	35	Rp 25.000	Rp 875.000
Loyang Kue Lapis 20 cm	10	Rp 20.000	Rp 200.000
Rak Trolley Bakery 15 rak	1	Rp 2.285.000	Rp 2.285.000
Baskom Stainless 32 cm	6	Rp 86.000	Rp 516.000
Baskom Stainless 24 cm	8	Rp 38.500	Rp 308.000
Baskom Stainless 20 cm	10	Rp 30.000	Rp 300.000
Gelas	12	Rp 6.500	Rp 78.000
Piring	12	Rp 20.000	Rp 240.000
Sendok Makan	12	Rp 3.000	Rp 36.000
Sendok Skop 9 inch	4	Rp 12.900	Rp 51.600
Gelas Ukur 100 ml	4	Rp 11.000	Rp 44.000
Sendok Ukur 1 set	4	Rp 26.100	Rp 104.400
Food Container 1,4 L	5	Rp 59.900	Rp 299.500
Food Container 2 L	5	Rp 79.900	Rp 399.500
Food Container 5,2 L	10	Rp 139.900	Rp 1.399.000
Food Container 10,6 L	4	Rp 169.900	Rp 679.600
Kape	2	Rp 63.300	Rp 126.600
Botol Minyak 1 Liter	2	Rp 24.000	Rp 48.000
Wajan 28 cm	2	Rp 199.000	Rp 398.000
Kuali 40 cm	2	Rp 141.500	Rp 283.000
Sodet 38 cm	2	Rp 43.000	Rp 86.000
Talenan Kayu 46 x 53	1	Rp 249.000	Rp 249.000
Pembuka Kaleng	1	Rp 7.990	Rp 7.990
Botol Air Kaca 1,8 Liter	1	Rp 43.900	Rp 43.900
Mesin & Elektronik			
AC LG 1/2 PK New Hercules	5	Rp 3.020.000	Rp 15.100.000
Kipas Angin Aolida 20 inch	5	Rp 655.000	Rp 3.275.000
Exhaust Fan Dinding Sekai 8 inch	2	Rp 239.000	Rp 478.000
Mesin Kasir	1	Rp 1.998.000	Rp 1.998.000
Laptop Asus Vivobook 14	3	Rp 4.607.000	Rp 13.821.000
Galaxy Tablet PC Pro 11	1	Rp 988.000	Rp 988.000
Handphone Xiaomi Redmi Note 12 Pro	1	Rp 3.499.000	Rp 3.499.000
Printer Canon Pixma MG2570S	1	Rp 859.000	Rp 859.000
Printer Bluetooth Thermal 80 mm	1	Rp 485.000	Rp 485.000
Display Cooler Showcase Gea Expo-37	2	Rp 4.050.000	Rp 8.100.000
Mesin EDC	1	Rp 3.500.000	Rp 3.500.000
Dispenser Mito MD-666	1	Rp 1.145.000	Rp 1.145.000
CCTV Colorvu 9 Camera 5 MP IC SONY 2000GB	1	Rp 4.420.000	Rp 4.420.000
Vacuum Cleaner Perysmith XS20	1	Rp 729.000	Rp 729.000
Oven Getra 2 Deck 4 Tray RFL-24SSGC	1	Rp 15.480.000	Rp 15.480.000
Planetary Mixer 10 Liter Gomesin	2	Rp 5.825.000	Rp 11.650.000
Kulkas Side by Side Inverter Gea G2D-472	1	Rp 6.719.000	Rp 6.719.000
Hand Juicer Getra WM-1078	1	Rp 190.000	Rp 190.000
Mini Slow Juicer Signora	1	Rp 2.180.000	Rp 2.180.000
Kompor Tanam Stainless Signora	1	Rp 2.580.000	Rp 2.580.000
Induction Sealing Machine DGYF-S500A	1	Rp 1.695.000	Rp 1.695.000
Timbangan Digital Kitchen Scale	4	Rp 85.000	Rp 340.000
Furniture			
Sofa Set	1	Rp 1.150.000	Rp 1.150.000
Meja	1	Rp 799.000	Rp 799.000
Sofa Panjang	2	Rp 555.000	Rp 1.110.000
Meja Kerja	6	Rp 255.000	Rp 1.530.000
Kursi Kerja	14	Rp 369.000	Rp 5.166.000
Lemari Loker Besi	1	Rp 1.800.000	Rp 1.800.000
Kursi Dapur	4	Rp 130.000	Rp 520.000
Kursi Kecil	1	Rp 50.000	Rp 50.000
Rak Gudang	8	Rp 550.000	Rp 4.400.000
Peralatan Lainnya			
Keranjang Belanja	12	Rp 29.000	Rp 348.000
Tempat Tisu	5	Rp 34.100	Rp 170.500
Gantungan Tisu Toilet	2	Rp 32.500	Rp 65.000
Tangga Lipat	1	Rp 355.000	Rp 355.000
Papan Brand Akrilik Diameter 60 cm	1	Rp 540.000	Rp 540.000
Papan Sign Toilet	3	Rp 12.250	Rp 36.750
Papan Sign Cashier	1	Rp 27.250	Rp 27.250
Jam Dinding	4	Rp 49.900	Rp 199.600
Tempat Pulpen	6	Rp 19.900	Rp 119.400
Kotak Penyimpanan Transparan	10	Rp 19.900	Rp 199.000
Lampu Philips LED 30 Watt	10	Rp 112.000	Rp 1.120.000
Lampu Philips LED 12 Watt isi 4	2	Rp 172.000	Rp 344.000
Total			Rp 132.162.090

Sumber : Shopee, *Supplier*

Berikut ini daftar pembelian teknologi dan peralatan *Xya Bakery* dengan usia 3 tahun:



Peralatan Tiap 3 Tahun			
Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Biaya
Peralatan Produksi			
Saringan Tepung	4	Rp 35.500	Rp 142.000
Apron	16	Rp 49.500	Rp 792.000
Spatula Besar	6	Rp 46.500	Rp 279.000
Spatula Kecil 21.5 cm	12	Rp 14.500	Rp 174.000
Spuir 4B Sagu Keju	4	Rp 11.950	Rp 47.800
Spuir 1M Buttercream	8	Rp 11.950	Rp 95.600
Pisau 8 inch	2	Rp 20.000	Rp 40.000
Pengasah Pisau	1	Rp 40.000	Rp 40.000
Pisau Chiffon	4	Rp 9.400	Rp 37.600
Alas Silikon	4	Rp 29.800	Rp 119.200
Rolling Pin	4	Rp 24.100	Rp 96.400
Baldon Whisk	2	Rp 49.900	Rp 99.800
Kuas Kue	4	Rp 4.500	Rp 18.000
Parewan Keju	2	Rp 65.100	Rp 130.200
Parewan Kulit Lemon	2	Rp 40.200	Rp 80.400
Pinsel	4	Rp 14.900	Rp 59.600
Cetakan Hdruf Fondant	2	Rp 31.000	Rp 62.000
Sarung Tangan Anti Panas	4	Rp 49.900	Rp 199.600
Peralatan Kebersihan			
Tempat Sampah 8 L	5	Rp 65.000	Rp 325.000
Tempat Sampah 20 L	3	Rp 125.000	Rp 375.000
Tempat Sampah 40 L	2	Rp 91.500	Rp 183.000
Tempat Sampah 60 L	1	Rp 109.500	Rp 109.500
Dispenser Sabun	4	Rp 58.500	Rp 234.000
Handuk Tangan	4	Rp 18.500	Rp 74.000
Sapu dan Pengki	1	Rp 149.900	Rp 149.900
Pel Lantai Putar Lion Star Livina	1	Rp 179.500	Rp 179.500
Bak Besar	1	Rp 66.000	Rp 66.000
Gayung	1	Rp 23.900	Rp 23.900
Peralatan Lainnya			
Box Kontainer Besar	10	Rp 50.000	Rp 500.000
Keyboard Case Tablet	1	Rp 168.000	Rp 168.000
Gujiang	6	Rp 19.900	Rp 119.400
Keset 45 x 45 cm	6	Rp 33.000	Rp 198.000
Karpet 50 x 120 cm	2	Rp 59.000	Rp 118.000
Papan QR	1	Rp 18.000	Rp 18.000
Buku Menu	2	Rp 107.000	Rp 214.000
Total			Rp 5.568.400

Sumber : Shopee, Supplier

3. Strategi Bisnis

3.1. Rencana Pemasaran

3.1.1. Segmentasi

a. Geografis

Xya Bakery menargetkan pasar di daerah JABODETABEK di awal pengembangan usaha, dengan mendirikan toko di kawasan Cempaka Putih, Jakarta Pusat yang dijadikan sebagai tempat berlangsungnya penjualan secara langsung dan membuka toko *online* di *marketplace* Shopee, Tokopedia, *Grabfood*, dan *Gofood* maupun melayani pemesanan melalui *Whatsapp* untuk memudahkan pemesanan produk dari jarak jauh. Namun *Xya Bakery* juga menargetkan pasar di seluruh Indonesia sebagai bentuk pencapaian visi.

b. Demografis

Segmentasi demografis yang dituju oleh *Xya Bakery* yakni konsumen yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan dengan rentang usia 5 hingga 55 tahun, anak-anak hingga dewasa yang berprofesi sebagai pelajar,

mahasiswa, pekerja, ibu rumah tangga maupun seorang wirausaha dari kalangan ekonomi menengah.

c. Psikografis

Target konsumen yang disasar oleh *Xya Bakery* dari sisi psikografis yakni mereka yang memiliki minat untuk mengonsumsi kue dan penggemar makanan manis. Kemudian mereka yang memiliki gaya hidup suka berkumpul dan bersosialisasi serta memiliki kegemaran mengadakan perayaan acara maupun memiliki kebiasaan untuk melakukan pemberian kepada orang lain

d. Perilaku

Xya Bakery menawarkan produknya kepada konsumen yang mengutamakan kualitas dan *value* dari produk yang dikonsumsi sehingga cenderung tidak sensitif dengan harga, serta cenderung menginginkan variasi produk yang dapat dipilih. Kemudian *Xya Bakery* juga menargetkan konsumen yang gemar melakukan pembelian secara *online* melalui *marketplace* maupun mereka yang gemar mengunjungi toko dan melakukan pembelian secara langsung.

3.1.2. Targeting

Xya Bakery menargetkan konsumen kalangan ekonomi menengah yang gemar mengonsumsi kue dan makanan manis, senang berkumpul dan melakukan perayaan acara serta memiliki kebiasaan melakukan pemberian kepada orang lain.

3.1.3. Positioning

Xya Bakery memposisikan bisnisnya sebagai penghasil berbagai variasi kue yang berkualitas baik dari segi rasa maupun penampilan yang menarik serta disesuaikan dengan

- a. Pengujiannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengujiannya tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



selera dan kebutuhan konsumen dengan harga kelas menengah.

3.2. Rencana Organisasi

Xya Bakery memiliki tenaga kerja berjumlah 10 orang yang terdiri dari CEO 4 orang *Staff* Produksi, *Staff* Gudang, *Staff Online Shop*, 2 orang *Cashier*, dan *Cleaning Service*. Jam kerja ditetapkan berdasarkan ketentuan pada peraturan Undang-Undang No 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan yang mengatur batasan jam kerja yaitu 40 (empat puluh) jam dalam 1 (satu) minggu.

Berikut ini kompensasi tenaga kerja yang diberikan oleh *Xya Bakery*:

Posisi/Jabatan	Gaji/Bulan	THR
CEO	Rp 4.500.000	Rp 4.500.000
Staff Produksi	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000
Staff Gudang	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000
Staff Online Shop	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000
Cashier	Rp 1.750.000	Rp 1.750.000
Cleaning Service	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000

3.4. Rencana Keuangan

Berikut ini kebutuhan dana awal *Xya Bakery* untuk melakukan pengembangan usaha:

Keterangan	Jumlah Biaya
Kas ¹⁾	Rp 2.000.000
Perlengkapan ²⁾	Rp 7.369.724
Bahan Baku ³⁾	Rp 30.584.687
Barang Jadi ⁴⁾	Rp 2.476.625
Sewa Ruko ⁵⁾	Rp 150.000.000
Peralatan ⁶⁾	Rp 137.730.490
Renovasi Bangunan ⁷⁾	Rp 50.000.000
Hak Paten Merek ⁸⁾	Rp 500.000
Sample Produk ⁹⁾	Rp 650.000
Free Product ¹⁰⁾	Rp 1.250.000
Pelatihan Staff Produksi ¹¹⁾	Rp 1.300.000
Pembuatan Kartu Bank ¹²⁾	Rp 15.000
Total	Rp 383.876.526

Sumber : *Xya Bakery*,2023

Untuk mengetahui kelayakan dari pengembangan usaha *Xya Bakery*, dilakukanlah analisis sebagai berikut :

Keterangan	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period</i> (PP)	< 5 Tahun	4 tahun 1 bulan 29 hari	Layak
<i>Net Present Value</i> (NPV)	> 0	Rp 191.587.388	Layak
<i>Profitability Index</i> (PI)	> 1	1,50	Layak
<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	> 14,98%	28%	Layak
<i>Break Even Point</i> (BEP)	Penjualan > BEP	Penjualan > BEP	Layak

Sumber : *Xya Bakery*,2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa usaha *Xya Bakery* layak untuk dijalankan, dengan penjelasan sebagai berikut :

- Berdasarkan analisis *Payback Period* (PP), didapatkan hasil analisis *Payback Period Xya Bakery* yakni selama 4 tahun 1 bulan 29 hari, maka dapat disimpulkan bahwa usaha *Xya Bakery* layak untuk dijalankan karena *Payback Period* kurang dari 5 tahun
- Berdasarkan analisis *Net Present Value* (NPV), didapatkanlah hasil NPV yang positif (NPV > 0) yakni sebesar Rp 191.587.388, maka dapat disimpulkan bahwa usaha *Xya Bakery* layak untuk dijalankan
- Berdasarkan analisis *Profitability Index* (PI), didapatkanlah hasil PI sebesar 1,50 yang berarti PI > 1, maka dapat disimpulkan bahwa usaha *Xya Bakery* layak untuk dijalankan
- Berdasarkan analisis *Internal Rate of Return* (IRR), didapatkanlah hasil IRR sebesar 28% yang lebih besar dari *expected return* sebesar 14,98%, maka dapat disimpulkan bahwa usaha *Xya Bakery* layak untuk dijalankan
- Berdasarkan analisis *Break Even Point* (BEP), didapatkanlah hasil bahwa penjualan usaha *Xya Bakery* lebih besar dari BEP, maka dapat disimpulkan bahwa usaha *Xya Bakery* layak untuk dijalankan. Berikut ini rincian hasil analisis *Break Even Point* dari usaha *Xya Bakery* :

Tahun	Biaya Variabel (VC)	Biaya Tetap (FC)	Penjualan	Break Even Point (BEP)
2024	Rp 395.313.654	Rp 534.445.745	Rp 960.661.500	Rp 908.151.423
2025	Rp 433.468.770	Rp 553.834.075	Rp 1.012.287.900	Rp 968.591.920
2026	Rp 475.224.245	Rp 587.110.052	Rp 1.118.248.500	Rp 1.021.011.151
2027	Rp 516.299.950	Rp 607.866.767	Rp 1.166.654.100	Rp 1.090.437.042
2028	Rp 548.273.568	Rp 636.407.302	Rp 1.218.240.000	Rp 1.157.217.428

Sumber : *Xya Bakery*,2023

3.4. Pengendalian Resiko

- Melakukan Evaluasi Bisnis Secara Rutin

Evaluasi perlu dilakukan untuk mengetahui kondisi bisnis yang sedang berlangsung saat ini, sehingga dapat diketahui segala masalah yang terjadi pada bisnis, serta dapat mengidentifikasi faktor yang beresiko buruk bagi bisnis. Hal ini perlu

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dilakukan untuk dapat merencanakan solusi dari permasalahan yang terjadi dan menentukan strategi yang efektif untuk bisnis, sehingga dapat meminimalkan terjadinya resiko yang tidak diinginkan. Kegiatan evaluasi ini dapat dilakukan untuk tiap minggu, bulan, dan tahun untuk memastikan bisnis tetap terkontrol dengan baik.

Aspek-aspek yang perlu untuk dievaluasi yakni diantaranya proses produksi untuk memastikan produksi berjalan dengan baik sesuai dengan perencanaan dan kualitas yang telah ditetapkan. Kemudian evaluasi juga dilakukan pada aspek pemasaran untuk mengetahui keefektifan dari strategi pemasaran dalam meningkatkan *brand awareness* dan minat konsumen untuk melakukan pembelian. Aspek keuangan juga memerlukan evaluasi untuk memantau kondisi keuangan perusahaan dan merencanakan strategi keuangan yang baik untuk perusahaan. Seluruh aspek dalam bisnis tentunya berkesinambungan satu sama lain, oleh karena itu, CEO dari *Xya Bakery* perlu untuk mampu mengevaluasi seluruh aspek bisnis untuk mengetahui kekurangan yang perlu diperbaiki guna menghindari terjadinya risiko yang buruk bagi bisnis.

b. Merekrut dan Melatih Tenaga Kerja dengan Baik

Tenaga kerja menjadi salah satu faktor penting dalam menjalankan kegiatan operasional usaha, oleh karena itu, *Xya Bakery* merekrut tenaga kerja yang sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan danutamakan mereka yang sudah memiliki pengalaman bekerja di bidangnya untuk menghindari risiko kinerja yang buruk. Selain itu, *Xya Bakery* juga melakukan pengarahan dan pelatihan kepada seluruh tenaga kerjanya untuk mampu menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dengan mengikuti Standar Operasional Prosedur perusahaan guna

menghindari risiko kesalahan kerja yang merugikan perusahaan. Upaya pelatihan juga khususnya dilakukan lebih banyak terhadap *Staff Produksi* yang berdampak langsung terhadap kualitas produk yang dihasilkan.

c. Melakukan *Research* dan *Development*

Pentingnya bagi *Xya Bakery* untuk mampu menganalisis faktor internal dan eksternal bisnis yang berguna untuk pengembangan bisnis. Untuk itu, *Xya Bakery* mengumpulkan berbagai data pasar dan pesaing yang berguna bagi bahan analisis internal bisnis. Hal ini dilakukan untuk mengetahui posisi bisnis di pasar yang berguna untuk menentukan strategi persaingan yang efektif untuk dijalankan oleh bisnis. Selain itu, *Xya Bakery* juga perlu untuk melihat berbagai perkembangan tren, selera, maupun kebutuhan pasar serta melakukan *survey* yang berguna sebagai bahan pengembangan bisnis terutama dari segi produk sehingga dapat menghasilkan produk yang disesuaikan dengan tren, selera dan kebutuhan pasar. Hal ini penting untuk dilakukan melihat dari ketatnya persaingan di pasar dan perubahan selera konsumen yang menuntut untuk dilakukannya inovasi produk yang mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian produk.

d. Melakukan *Quality Control*

Quality Control dilakukan untuk melakukan pengecekan terhadap kondisi dan kualitas produk yang dihasilkan oleh *Xya Bakery*. Hal ini berguna untuk mengurangi risiko dari buruknya kualitas produk yang dapat berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen dan reputasi brand. *Quality Control* dilakukan oleh *Staff Produksi* setelah produk selesai dibuat dan dilakukan juga oleh *Cashier*, *Staff Online Shop*, dan *Staff Gudang* saat produk akan dikemas dan diserahkan kepada konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Daftar Pustaka

Buku Teks :

- Abdullah, F .et al (2023). *Manajemen Strategis*, Badung: Intelektual Manifes Media.
- Ahmad (2020). *Manajemen Strategis*, Makassar: Nas Media Pustaka.
- Ahmadi, Lusiana P. et al (2022). *Perilaku dan Budaya Organisasi*, Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi.
- Anwar. et al (2023). *Kewirausahaan Berbasis UMKM*, Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi.
- Arman (2022). *Introduksi Manajemen Pemasaran : Dasar dan pengantar manajemen pemasaran*, Pagar Alam: LD Media.
- Brahim, Nur E (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan : Akuntansi dan Keuangan Lembaga*, Yogyakarta: Andi.
- Fatma, N et al (2023). *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*, Makassar: PT. Nas Media Indonesia.
- Firmansyah, H .et al (2021). *Analisis Laporan Keuangan*, Cirebon: Penerbit Insania.
- Hajar, I (2019). *Manajemen Strategik - Konsep Keunggulan Bersaing*, Yogyakarta: Andi.
- Hasibuan, Abdul N., Annam, R (2021). *Akuntansi Manajemen: Teori dan Praktek*, Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Majir, A (2021). *Pendidikan Kewirausahaan Teori dan Praktik (Melahirkan Entrepreneurship Handal di Era Industry 4.0 & Society 5.0)*, Sleman: Deepublish.
- Muniarty P .et al (2022). *Manajemen Strategi*, Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Noor, J (2020). *Manajemen Strategi Konsep dan Model Bisnis*, Banten: La Tansa Mashiro Publisher.

- Nurfitriani (2022). *Buku Ajar Manajemen Strategi*, Makassar: Cendekia Publisher.
- Purba, S .et al (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia : Konsep dan Teori*, Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Putra, P., Maharani, Ida A., Soraya, D (2021). *Kewirausahaan*, Badung: Nilacakra.
- Rahayu, D (2019). *Buku Ajar : Hukum Ketenagakerjaan*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Ramli, Y., Kartini, D (2022). *Manajemen Strategik Bisnis*, Jakarta Timur: PT Bumi Aksara.
- Raprayogha, R .et al (2022). *Pengantar Ilmu Manajemen (Teori dan Implementasi)*, Banten: Sada Kurnia Pustaka.
- Ritonga, Z (2020). *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*, Sleman: Deepublish.
- Riyanto, S (2022). *Analisis Pemecahan Masalah dan Pengambilan Keputusan Strategis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Salim, A., Siswanto, Agus B (2019). *Analisis SWOT dengan Metode Kuesioner*, Semarang: CV. Pilar Nusantara.
- Situmorang, O (2022). *MANAJEMEN SDM (Kajian Implementasi Struktur Organisasi, Motivasi, Pengambilan Keputusan, dan Kinerja Karyawan)*, Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi.
- Suaryasa, I Gusti N .et al (2023). *Manajemen Operasi Pada Perusahaan*, Badung: Intelektual Manifes Media.
- Waluyo, Buyung P .et al (2023). *Studi Kelayakan Bisnis*, Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Warnadi, Triyono, A (2019). *Manajemen Pemasaran*, Sleman: Deepublish.
- Wijayanti, T (2021). *Wawasan Kebangsaan: Marketing, Politik Identitas, Personal*



Branding, Yogyakarta: Penerbit Alinea Baru.

Yam, Jim-H (2020). *Manajemen Strataegi : Konsep & Implementasi*, Makassar: Nas Media Pustaka.

Undang-Undang dan Peraturan :

Republik Indonesia. 2003. *Undang-undang (UU) Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan*.

Republik Indonesia. 2007. *Undang-undang (UU) Nomor 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan*.

Republik Indonesia. 2008. *Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*

Republik Indonesia. 2016. *Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 6 Tahun 2016 tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan bagi Pekerja/Buruh di Perusahaan*

Republik Indonesia. 2018. *Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik*

Republik Indonesia. 2020. *Undang-undang (UU) Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja*

Republik Indonesia. 2021. *Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 35 Tahun 2021 tentang Perjanjian Kerja Waktu Tertentu, Alih Daya, Waktu Kerja dan Waktu Istirahat, dan Pemutusan Hubungan Kerja*

Republik Indonesia. 2021. *Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 36 Tahun 2021 tentang Pengupahan*

Republik Indonesia. 2022. *Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 55 Tahun 2022 tentang Penyesuaian Pengaturan di Bidang Pajak Penghasilan*

Website dan Artikel :

Andi, D. (2023). *Kemenperin Optimistis Kinerja Industri Mamin Tumbuh 7% pada Tahun Ini*, Kontan, diakses 17 Mei 2023,

<https://industri.kontan.co.id/news/kemenperin-optimistis-kinerja-industri-mamin-tumbuh-7-pada-tahun-ini>

Angelia, D. (2022). *Usaha Kuliner di Indonesia dalam Bingkai Statistik*, Good Stats, diakses 5 Mei 2023,

<https://goodstats.id/article/lebih-dari-10000-usaha-kuliner-ada-di-indonesia-bagaimana-statistiknya-OTIU5>

Azqiya, D. (2023). *15+ Biaya Servis Laptop Dari yang Ringan Sampai Mati Total*, Leskompi, diakses 27 Juni 2023,

<https://www.leskompi.com/biaya-servis-laptop/>

BAMAI UMA. (2022). *Logo dan Brand: Pengertian, Fungsi dan Perbedaanya Lengkap*, diakses 29 Mei 2023

<https://bamai.uma.ac.id/2022/12/23/logo-dan-brand-pengertian-fungsi-dan-perbedaanya-lengkap/>

Bayu, D. (2022). *Laporan Survei Belanja Online 2022*, Data Indonesia, diakses 27 Mei 2023,

<https://dataindonesia.id/digital/detail/laporan-survei-belanja-online-2022>

BPS. (2023). *BI-Rate Tahun 2023*, diakses 8 Agustus 2023

<https://www.bps.go.id/indicator/13/37/9/1/bi-rate.html>

BPS. (2023). *Perusahaan Industri Pengolahan*, diakses 15 Mei 2023

<https://www.bps.go.id/subject/9/industri-besar-dan-sedang.html>

Bolasalju. (2023). *Inflasi Indonesia 10 Tahun*, diakses 28 Mei 2023

<https://www.bolasalju.com/artikel/inflasi-indonesia-10-tahun/>



BroLaundry. (2023) *Daftar Harga*, diakses 27 Juni 2023.

<https://www.brolaundry.com/daftar-harga>

Canva. (2023). *Arti Warna dan Simbolisme Bagaimana Menggunakan Kekuatan Warna pada Merek Anda*, diakses 29 Mei 2023.

https://www.canva.com/id_id/belajar/arti-warna-dan-simbol-dari-merk/

Compas. (2021). *Data Penjualan Bolu Cake vs Kue Kering Untuk Ide Bisnis Hampers Kamu*, diakses 9 Mei 2023

<https://compas.co.id/article/penjualan-bolu-vs-kue-kering/>

Darmawan, A. D. (2023). *BPS: Garis Kemiskinan di DKI Jakarta Naik 5,23% (Data September 2022)*, Databoks, diakses 20 Juni 2023,

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/04/28/bps-garis-kemiskinan-di-dki-jakarta-naik-5-23-data-september-2022-#:~:text=DKI%20Jakarta%20%3A%20Rp.534%2C82%20ribu%202.%20Banten%20%3A,ribu%204.%20Nusa%20Tenggara%20Timur%20%3A%20Rp.380%2C57%20ribu>

Dewobroto, W. (2021). *Undang - Undang Cipta Kerja dan Keuntungannya Bagi Pengusaha*, Daya, diakses 21 Mei 2023,

<https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/operasional/undang-undang-cipta-kerja-dan-keuntungannya-bagi-pengusaha>

Fatmarani, S. (2022). *Peluang Bisnis Kue Kering di Pasar Online, UKM Indonesia*, diakses 10 Mei 2023, from UKM Indonesia:

<https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-bisnis-kue-kering-di-pasar-online>

Feradhita. (2020). *Pengertian Promotion Mix Beserta Contoh-Contohnya*, Logique, diakses 10 Juni 2023,

<https://www.logique.co.id/blog/2020/11/09/promotion-mix/>

Finaka, A. W. (2021). *UU Cipta Kerja Beri Dampak Signifikan Bagi Usaha dan Investasi*, Indonesia Baik, diakses 21 Mei 2023,

<https://indonesiabaik.id/infografis/uu-cipta-kerja-beri-dampak-signifikan-bagi-usaha-dan-investasi>

Google Trends. (2023), diakses 12 Mei 2023.

<https://trends.google.com/trends/?geo=ID&hl=en-US>

Ginee. (2022). *Tren Belanja Online Terbaru, Millennial Masih Mendominasi?*, diakses 19 Mei 2023.

<https://ginee.com/id/insights/belanja-online/>

Groovy.id. (2023). *Harga Paket Wi-Fi*, diakses 28 Juni 2023

<https://groovy.id/unlimited-data>

Gurufocus. (2023). *Indonesia Total Equity Risk Premium*, diakses 8 Agustus 2023

https://www.gurufocus.com/economic_indicators/5941/indonesia-total-equity-risk-premium

Haryono, E. (2022). *Bank Indonesia Proyeksikan Pertumbuhan Ekonomi 4,5-5,3% dan Inflasi Akan Kembali ke Dalam Sasaran 3,0±1% pada Tahun 2023*, Bank Indonesia, diakses 22 Mei 2023,

https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/newsrelease/Pages/sp_2432222.aspx

HSB. (2023). *Profitability Index*, diakses 1 Agustus 2023

<https://www.hsb.co.id/glosarium/p/profitability-index>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Idris, M. (2022). *11 Jenis Tabungan BCA: Biaya Admin, Bunga, dan Fasilitasnya*, Kompas, diakses 25 Juni 2023,

<https://money.kompas.com/read/2022/05/11/211056326/11-jenis-tabungan-bca-biaya-admin-bunga-dan-fasilitasnya?page=all>

Indri, (2021). *Hati-Hati! Inilah 5 Komponen Laptop yang Sering Rusak*, Urban Digital, diakses 27 Juni 2023,

<https://urbandigital.id/komponen-laptop-yang-sering-rusak/>

Januaji, D. (2023). *Perkembangan Tren Belanja Online 2022*, Ottopay, diakses 18 Mei 2023,

<https://ottopay.id/blog/artikel/tren-belanja-online/>

Kemenperin. (2022). *Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% di Kuartal III-2022*. Retrieved Mei 16, 2023

<https://kemenperin.go.id/artikel/23696/Kemenperin:-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-3,57-di-Kuartal-III-2022>

Kho, J. (2023). *Apa Itu Saluran Distribusi? Serta Bagaimana Tahapannya?*, Simplidots, diakses 8 Mei 2023,

<https://www.simplidots.com/apa-itu-saluran-distribusi-serta-jenis-jenisnya/amp/>

Kurniawan, A. (2021). *Tren Belanja Online Selama Pandemi, Barang Apa yang Banyak Dibeli Masyarakat?*, Kompas, diakses 19 Mei 2023,

<https://money.kompas.com/read/2021/06/24/111700226/tren-belanja-online-selama-pandemi-barang-apa-yang-banyak-dibeli-masyarakat->

Kusnandar, V. B. (2022). *Industri Makanan dan Minuman Nasional Mulai Bangkit dari Pandemi Covid-19*, Databoks, diakses 16 Mei 2023,

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/31/industri-makanan-dan-minuman-nasional-mulai-bangkit-dari-pandemi-covid-19>

Kusnandar, V. B. (2022). *Sebanyak 115 Juta Masyarakat Indonesia Menuju Kelas Menengah.*, Databoks, diakses 13 Mei 2023,

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/14/sebanyak-115-juta-masyarakat-indonesia-menuju-kelas-menengah>

Laucereno, S. F. (2022). *Ramalan Bos BI: Ekonomi RI 2023 Tumbuh 5,3%, Inflasi Balik ke 3%*, Detik Finance, diakses 22 Mei 2023,

<https://finance.detik.com/moneter/d-6434743/ramalan-bos-bi-ekonomi-ri-2023-tumbuh-53-inflasi-balik-ke-3>

Lesmana, M. (2021). *Seberapa Sering AC Perlu Tambah Freon?*, Kulmi, diakses 27 Juni 2023,

<https://kulmi.id/2021/10/26/seberapa-sering-ac-perlu-tambah-freon/#:~:text=Seberapa%20sering%20AC%20perlu%20diisi%20freon%3F%20jawabannya%20adalah,maka%20dapat%20dipastikan%20ada%20kebocoran%20dalam%20sistem%20AC.>

Mahdi, I. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*, Data Indonesia, diakses 23 Mei 2023,

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

Maulida, R. (2022). *Serba-Serbi Pembaruan Terkait Pajak UMKM di PP-55/2022*, Online Pajak, diakses 25 Mei 2023,

<https://www.online-pajak.com/seputar-pph-final/pembaruan-terkait-pajak-umkm-di-pp-55-2022>

Nariswari, S. L. (2022). *Survei: Konsumen Indonesia Makin Peduli Produk Ramah Lingkungan*, Kompas, diakses 24 Mei 2023,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<https://lifestyle.kompas.com/read/2022/09/20/184205220/survei-konsumen-indonesia-makin-peduli-produk-ramah-lingkungan>

Oktavia, D. S. (2020). *Lapisan Ozon Makin Menipis, Ini Penyebab dan Dampaknya*, Kompas, diakses 24 Mei 2023,

<https://www.kompas.com/sains/read/2020/09/16/183200723/lapisan-ozon-makin-menipis-ini-penyebab-dan-dampaknya>

Oliver, A. (2022). *Psikologi Warna: Apa Itu, Manfaat, Jenis dan Makna Warna, serta Cara Memilihnya*, Glints, diakses 29 Mei 2023,

<https://glints.com/id/lowongan/psikologi-warna/#.ZBqTUnZBwuE>

Pamela. (2022). *Apa Itu Saluran Distribusi? Pengertian, Fungsi, Jenis, dan Contohnya*, Qontak, diakses 9 Juni 9, 2023,

<https://qontak.com/blog/saluran-distribusi/>

Pamela, D. A. (2023). *Laris Manis Bisnis Hampers Lebaran 2023 yang Makin Personal, Banyak Paket Laku Terjual di Awal Ramadhan*, Liputan6, diakses 20 Mei 2023,

<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5249169/laris-manis-bisnis-hampers-lebaran-2023-yang-makin-personal-banyak-paket-laku-terjual-di-awal-ramadhan>

PAMJAYA. (2023). *Tarif Air Minum*, diakses 29 Juni 2023

<https://pamjaya.co.id/infopelanggan/tarifairminum>

PLN. (2023). *Tarif Adjustment*, diakses 29 Juni 2023

<https://web.pln.co.id/pelanggan/tarif-tenaga-listrik/tariff-adjustment>

Qiscus. (2022). *5 Psikologi Warna Paling Terkenal untuk Branding dan*

Marketing Bisnis, diakses 29 Mei 2023

<https://www.qiscus.com/id/blog/psikologi-warna/>

Rafli, A. M. (2022). *Bagaimana Dampak Teknologi Informasi dalam Bisnis*, Mekari Jurnal, diakses 23 Mei 2023,

<https://www.jurnal.id/id/blog/bagaimana-dampak-teknologi-informasi-dalam-bisnis-saat-ini-sbc/>

Ramadhani, O. (2022). *Mengenal Strategi Penetapan Harga yang Menguntungkan Bisnis*, Qontak, diakses 8 Juni 2023,

<https://qontak.com/blog/strategi-penetapan-harga/>

Riadi, M. (2018). *Pengertian, Unsur dan Komponen Atribut*, Kajian Pustaka, diakses 5 Juni 2023,

<https://www.kajianpustaka.com/2018/02/pengertian-unsur-dan-komponen-atribut-produk.html>

Riadi, M. (2020). *Strategi Diferensiasi (Pengertian, Aspek, Syarat, Jenis dan Tahapan)*. Kajian Pustaka, diakses 7 Juni 2023,

<https://www.kajianpustaka.com/2020/08/strategi-diferensiasi.html>

Rumah123. (2023). *Ruko Asri Dekat Jalan Utama*, diakses 13 Juni 2023

<https://www.rumah123.com/properti/jakarta-pusat/shr3502533/>

Ruhlessin, M. F. (2023). *Sepanjang Tahun 2022, Ada 12,54 Juta Ton Sampah Plastik di Indonesia*, Kompas, diakses 24 Mei 2023,

<https://www.kompas.com/properti/read/2023/06/15/180000421/sepanjang-tahun-2022-ada-12-54-juta-ton-sampah-plastik-di-indonesia>

Sasria, H. (2021). *Pengeluaran Kelas Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi*, Kumparan, diakses 22 Mei 2023,



<https://kumparan.com/sasria85/pengeluaran-kelas-menengah-terhadap-pertumbuhan-ekonomi-1wd8xGgTzqY>

Septyan, D. A. (2022). *Tips Menjalani Bisnis di Tengah Pandemi Ala Tugu Bakery*, UKM Indonesia, diakses 9 Mei 2023,

<https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/tips-menjalani-bisnis-di-tengah-pandemi-ala-tugu-Bakery>

Shaid, N. J. (2022). *Kredit Usaha Rakyat: Pengertian, Tujuan, dan Syarat Pengajuannya.*, Kompas, diakses 21 Mei 2023,

<https://money.kompas.com/read/2022/02/08/173812326/kredit-usaha-rakyat-pengertian-tujuan-dan-syarat-pengajuannya?page=1>

Syahrizani, R. (2023). *5 Fungsi Logo, Tujuan Logo Terbaik Bagi Perusahaan*, Wantek, diakses 29 Mei 2023,

<https://wantek.id/fungsi-logo/>

Taufiqullan. (2022). *Kemasan Suatu Produk*, TN Blogs, diakses 5 Juni 2023,

<https://www.tneutron.net/blogs/kemasan-suatu-produk/>

Tysara, L. (2021). *10 Pengertian Promosi Menurut Para Ahli, Ketahui Tujuan, Bentuk, dan Strateginya*, Liputan6, diakses 9 Juni 2023,

<https://www.liputan6.com/hot/read/4702723/10-pengertian-promosi-menurut-para-ahli-ketahui-tujuan-bentuk-dan-strateginya>

Wahana, A. (2022). *Berapa Bulan Sekali AC Perlu Dicuci dan Mengapa Harus Dicuci*, diakses 27 Juni 2023

<https://acwahana.com/news/detail/berapa-bulan-sekali-ac-perlu-dicuci-dan-mengapa-harus-dicuci>

Waste4Change. (2021). *6 Tahun Waste4Change: Lihat Layanan dan Produk Terbaru Kami Sebagai Solusi Pengelolaan Sampah yang*

Bertanggung Jawab, diakses 27 Juni 2023

<https://waste4change.com/blog/layanan-baru-waste4change/#:~:text=Biaya%20berlangganan%20servis%20Personal%20Waste%20Management%20mulai%20dari,825.000%29%20atau%20bahkan%20untuk%20setahun%20penuh%20%28IDR%201.485.000%29.>

XL.co.id. (n.d.). *Harga Pulsa XL*, diakses 28 Juni 2023

<https://www.xl.co.id/id/bantuan/pulsa/isi-ulang-pulsa-xl>

Yulianti, C. (2023). *Waspadalah! Pakar Unair Prediksi Kenaikan Temperatur & Sinar UV di Indonesia.*, Detik Edu, diakses 24 Mei 2023,

<https://www.detik.com/edu/edutainment/d-6721208/waspadalah-pakar-unair-prediksi-kenaikan-temperatur--sinar-uv-di-indonesia>

Zakawali, G. (2022). *Tren Belanja Online di Indonesia Sepanjang Tahun 2022*, Sirclo, diakses 19 Mei 2023,

<https://store.sirclo.com/blog/tren-belanja-online-2022/>



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA**

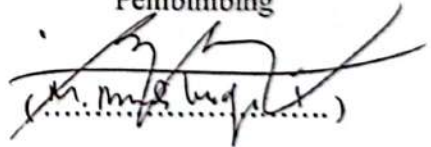
Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Natasya Nigricans
NIM : 78190185 : Tanggal Sidang : 5 September 2023
Judul Karya Akhir : Rencana Bisnis Pengembangan Usaha Toko Kue Xya Bakery
di Jakarta Pusat

Jakarta, 18 / 9 - 20 23

Mahasiswa/
()

Pembimbing

()

© Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.