



A Ide Bisnis

Xya Bakery merupakan bisnis yang bergerak di bidang kuliner pada tahun 2019 dengan menghasilkan produk berupa kue kering dan kue basah. Pendirian bisnis ini dilatarbelakangi oleh minat dan hobi penulis dalam bidang pembuatan kue serta berdasarkan pengamatan penulis, yakni terdapatnya beberapa bisnis yang menghasilkan produk kue dengan kualitas yang kurang baik mulai dari penggunaan bahan, rasa, hingga penampilan yang buruk dan bahkan tidak sesuai dengan harga jual yang diberikan. Untuk itu, *Xya Bakery* didirikan untuk menciptakan kue yang berkualitas 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 saat ini, *Xya Bakery* telah mengalami peningkatan jumlah permintaan produk yang bahkan melebihi kapasitas produksi di hari raya dan tingkat persaingan di industri kuliner yang juga semakin tinggi sehingga hal tersebut memunculkan gagasan bagi *Xya Bakery* untuk melakukan pengembangan usaha, mulai dari pemindahan tempat usaha, peluncuran produk baru, penambahan jumlah tenaga kerja, serta pengembangan sistem penjualan dan pemasaran. Pengembangan usaha 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

BAB I

PENDAHULUAN

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.



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.

B. Gambaran Usaha

Xya Bakery merupakan bisnis UMKM yang bergerak di bidang kuliner sejak tahun 2019 dengan menawarkan produk handmade berupa kue kering dan kue basah yang dapat dikonsumsi oleh anak-anak hingga orang dewasa. Dalam menghasilkan produknya, *Xya Bakery* mengutamakan kualitas baik dari segi rasa maupun penampilan produk dengan harga jual yang disasarkan untuk kalangan ekonomi menengah dan disesuaikan dengan kualitas dan *value* produk yang diberikan. *Xya Bakery* menawarkan produknya dengan mempertimbangkan selera konsumen dan secara berkala melakukan inovasi untuk menciptakan produk baru. Penjualan produk lebih difokuskan pada penjualan *online* melalui *marketplace*, namun penjualan juga dilakukan secara *offline* melalui pembukaan toko fisik. Pemesanan dan pembelian produk dapat dilakukan langsung sesuai dengan jumlah stok yang tersedia untuk beberapa produk, dan juga dilakukan melalui sistem *pre-order* untuk produk yang tidak memiliki stok seperti produk *custom* yang juga harus melalui proses konsultasi desain.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, tentunya *Xya Bakery* memiliki visi, misi, dan tujuan usaha yang menjadi sebuah acuan atau pedoman dalam menjalankan kegiatan usahanya dengan baik guna mencapai tujuan bersama. Visi dan misi merupakan sebuah rangkaian filosofi atau tujuan yang ditetapkan suatu organisasi sebagai arah tujuan ke mana organisasi atau perusahaan akan dibawa (Ahmadi et al, 2022: 9).



Berikut ini visi, misi, dan tujuan dari *Xya Bakery*:

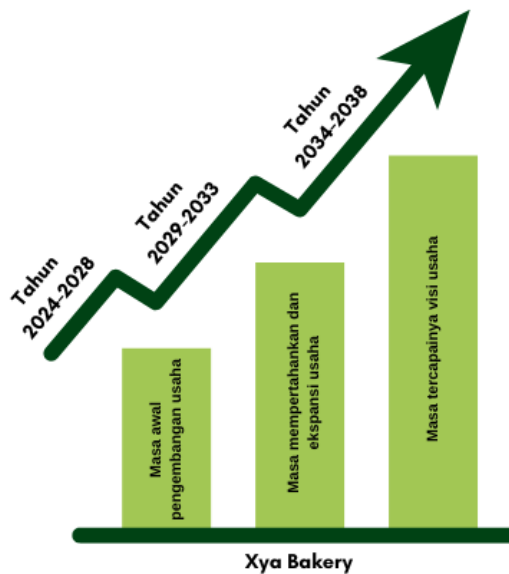
1. Visi

Visi merupakan hal-hal yang berorientasi ke depan yang bersifat ketajaman penglihatan dan kemampuan pengamatan untuk melihat inti permasalahan, pandangan, atau wawasan ke depan. Secara umum visi juga dapat merupakan rangkaian kata-kata yang menunjukkan impian, cita-cita, atau nilai inti dari sebuah keinginan organisasi maupun individu yang memiliki pandangan jauh di masa depan untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Ramli & Kartini, 2022: 66-67) .

Berdasarkan teori diatas, *Xya Bakery* menetapkan visinya yakni “Menjadi bisnis penghasil kue berkualitas dan inovatif yang diminati dan unggul di Indonesia pada tahun 2038”.

Berikut ini tahapan *Xya Bakery* dalam mencapai visinya yang dimulai dari tahun 2024 hingga tahun 2038 :

Gambar 1.1
Milestone Visi Xya Bakery



Sumber : *Xya Bakery*,2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



Berikut ini rincian kegiatan *Xya Bakery* dalam mencapai visinya

Tabel 1.1
Proses Pencapaian Visi *Xya Bakery*

TAHUN	KEGIATAN
2024 - 2028	Melakukan pengembangan tempat usaha, SDM, dan sistem operasional
	Meningkatkan jumlah penjualan dan loyalitas konsumen
	Menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan <i>brand awareness</i> dan minat konsumen
2029 - 2033	Mengembangkan sistem dan strategi bisnis yang efektif untuk keberlangsungan dan pengembangan usaha
	Meningkatkan hubungan baik dengan semua pihak penting seperti <i>supplier, investor, kurir, marketplace</i> , dan konsumen
	Meningkatkan <i>brand awareness</i> dan menjaga citra baik perusahaan
	Melakukan ekspansi pasar melalui pembukaan cabang
2034 - 2038	Menerapkan strategi persaingan yang efektif
	Menjaga posisi yang unggul di pasar
	Mencapai visi

Sumber : *Xya Bakery*, 2023

2. Misi

Misi secara ringkas merupakan hal-hal yang lebih fokus terhadap langkah-langkah secara rinci yang akan dilakukan untuk mencapai visi yang telah ditentukan. Misi juga dapat diartikan sebagai metode, strategi, rencana, atau nilai – nilai kerja yang diprioritaskan dengan memberikan petunjuk secara rinci untuk mewujudkan sebuah visi yang telah ditetapkan (Ramli & Kartini, 2022: 67).

Berikut ini misi yang dimiliki oleh *Xya Bakery*, yakni diantaranya:

- 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



- c. Menjaga hubungan kerjasama yang baik dengan semua pihak berkepentingan yang terlibat terhadap keberlangsungan dan pengembangan usaha
- d. Mengembangkan produk inovatif dan kreatif yang disesuaikan dengan selera dan kebutuhan konsumen

3. Tujuan

Organisasi merupakan unit sosial yang berusaha untuk mencapai tujuan tertentu karena hakikat organisasi tidak lain adalah mencapai tujuannya. Tujuan organisasi mencakup beberapa fungsi, diantaranya memberikan pengarah dengan cara menggambarkan keadaan di masa yang akan datang yang senantiasa berusaha dikejar dan diwujudkan oleh organisasi. Dengan demikian, tujuan organisasi tersebut menciptakan pula sebuah pedoman bagi landasan kegiatan organisasi. Untuk itu tujuan organisasi sangat perlu diperhitungkan berdasarkan jangka waktunya. Berikut ini dipaparkan tujuan organisasi berdasarkan jangka waktunya (Putra, Maharani, & Soraya, 2021: 179-180) :

a. Tujuan Organisasi Jangka Pendek

Ini merupakan tujuan organisasi yang harus tercapai dalam jangka waktu cepat dan berkala, dimana umumnya dalam jangka waktu enam bulan hingga satu tahun. Tujuan organisasi jangka pendek ini nantinya menjadi acuan untuk mencapai tujuan jangka menengah dan jangka panjang.

b. Tujuan Organisasi Jangka Menengah

Ini merupakan tujuan organisasi yang harus tercapai dalam waktu menengah atau lebih lama dari tujuan jangka pendek. Periode waktu pencapaian jangka menengah ini adalah satu tahun hingga tiga tahun. Tujuan organisasi jangka menengah ini merupakan rangkaian pencapaian tujuan organisasi jangka pendek, dan biasanya disebut dengan tujuan taktis.

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.



c. Tujuan Organisasi Jangka Panjang

Ini adalah tujuan atau hasil akhir yang ingin dicapai oleh sebuah organisasi yang dapat terealisasi setelah melakukan misi organisasi. Periode waktunya adalah tiga tahun hingga lima tahun. Tujuan jangka panjang ini dapat diraih apabila berhasil mencapai tujuan jangka menengah. Tujuan jangka panjang umumnya disebut dengan tujuan strategis.

Berikut ini tujuan dari *Xya Bakery* yang terbagi dalam tujuan jangka pendek, tujuan jangka menengah dan tujuan jangka panjang :

Tabel 1.2
Tujuan Usaha *Xya Bakery*

KATEGORI	TUJUAN USAHA		
	Jangka Pendek	Jangka Menengah	Jangka Panjang
Produksi	1) Memperkenalkan produk pengembangan agar dapat diterima konsumen di pasar 2) Membuat sistem produksi yang baik	1) Menerapkan sistem produksi yang efektif 2) Mengevaluasi dan mempertahankan kualitas produk	1) Memaksimalkan jumlah kapasitas produksi 2) Mempertahankan sistem produksi yang efektif 3) Melakukan pengembangan produk
Penjualan	Meningkatkan penjualan sebesar 5% tiap tahunnya	Meningkatkan penjualan sebesar 5% tiap tahunnya	Meningkatkan penjualan sebesar 5% tiap tahunnya dan memaksimalkan jumlah penjualan sesuai kapasitas produksi
Pasar	Menjangkau pasar di daerah JABODETABEK	Menjangkau pasar hingga luar daerah JABODETABEK	Membuka cabang, menjadi <i>market leader</i> dan menjangkau pasar di seluruh Indonesia

Sumber : *Xya Bakery*, 2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.

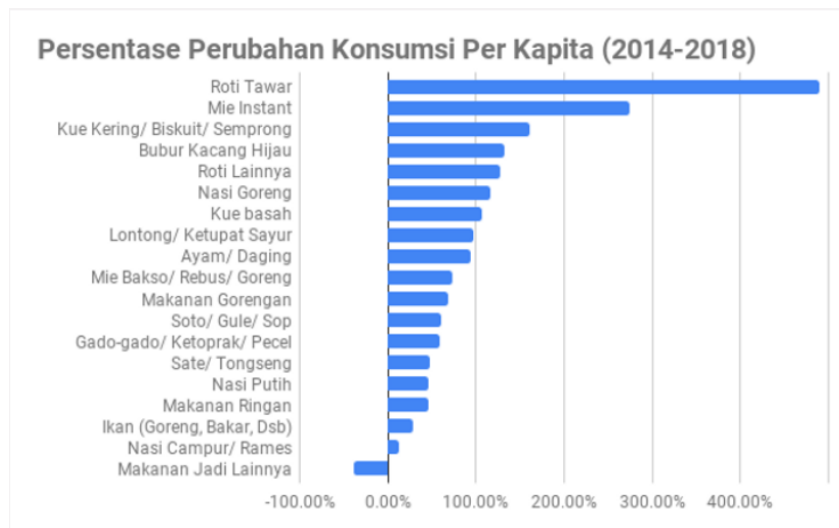


C. Besarnya Peluang Bisnis

Salah satu faktor sebuah bisnis dapat berjalan dan berkembang yakni dengan adanya sebuah peluang sehingga dapat memprediksi dan mengetahui seberapa tingkat kebutuhan terhadap produk di pasar dan seberapa besar kemungkinan bisnis dapat diterima di pasar. Oleh karena itu, *Xya Bakery* mengamati beberapa peluang yang kemungkinan dapat berpengaruh terhadap penawaran produk di pasar. Salah satu peluang bagi *Xya Bakery* yakni adanya peningkatan konsumsi produk *Bakery* sepanjang tahun 2014-2018 yakni sebagai berikut :

Grafik 1.1

Presentase Perubahan Konsumsi Per Kapita (2014 – 2018)



Sumber: Statistik Konsumsi Pangan, 2018

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).

Hak Cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) 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.



Peluang bisnis dalam mengembangkan bisnis *Xya Bakery* juga dapat dilihat berdasarkan perubahan gaya hidup masyarakat untuk berbelanja *online*. 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). Hal ini dapat mendukung *Xya Bakery* untuk mengembangkan sistem penjualan *online* di *marketplace*.

Potensi penjualan produk kategori roti kue di *E-Commerce* juga menjadi peluang bagi *Xya Bakery* untuk melakukan penjualan produk secara *online*. Berikut ini data potensi *market* kategori roti kue di *e-commerce* yakni sebagai berikut :



Sumber : Kompas, 2021

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.



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. Kategori Roti Kue ini mencakup produk-produk kue kering, bolu *cake*, dan juga roti. Dan jika dilihat lebih dalam lagi, dari ketiga jenis tersebut ada dua kategori yang penjualannya mendominasi. Dua kategori dominan untuk Roti Kue adalah Kue Kering dan Bolu *Cake* (Compas, 2021).

1. Kue Kering

Kue kering sangat identik dalam setiap perayaan hari-hari besar di Indonesia. Dengan mendominasi total *sales revenue* dari kategori Roti Kue sebesar 50,6%, Kue Kering berhasil menempati peringkat pertama di *e-commerce*. Persentase tersebut juga setara dengan Rp 5,1 Miliar. Di tahun 2020, penjualan kue kering memang merosot tajam akibat pandemi. Namun, dilansir dari *Republika.co.id*, di tahun 2021 permintaan pasar akan produk ini kembali mengalami kenaikan hingga 80% menjelang Lebaran.

2. Bolu *Cake*

Pada umumnya, kue kering memang menjadi pilihan untuk *Hampers*. Namun, bolu atau *cake* juga bisa menjadi pilihan yang tepat. Tidak kalah jauh dengan kue kering, kategori bolu *cake* berhasil mendominasi dengan total *sales revenue* sebesar Rp 4,2 Miliar atau setara dengan 41,2% dari seluruh *sales revenue* kategori untuk Roti Kue di awal Februari 2021.

Jumlah permintaan produk kue kering dan *Hampers* mengalami peningkatan di momen hari raya yang dapat menjadi peluang untuk meningkatkan jumlah penjualan produk *Xya Bakery*. 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. Platform *marketplace* yang paling banyak digunakan masyarakat untuk melakukan jual beli kue kering yakni Tokopedia dan Shopee. Tokopedia berhasil menguasai *marketshare* hingga 61,8 persen, sedangkan Shopee 38,2 persen (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 berkirim 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).



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.

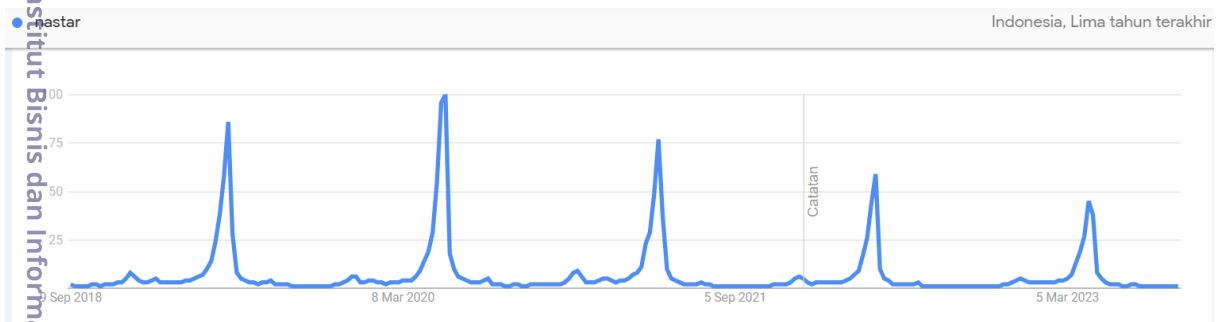


Berikut ini data yang diambil dari *Google Trends* tahun 2018-2023 untuk produk-produk yang dijual oleh *Xya Bakery* yang bertujuan untuk melihat tingkat minat masyarakat terhadap produk tersebut yang dapat menjadi pertimbangan dalam memperkirakan jumlah permintaan terhadap produk (Google, 2023).

1. Nastar

Grafik 1.3

Tren Nastar di Indonesia Tahun 2018 – 2023



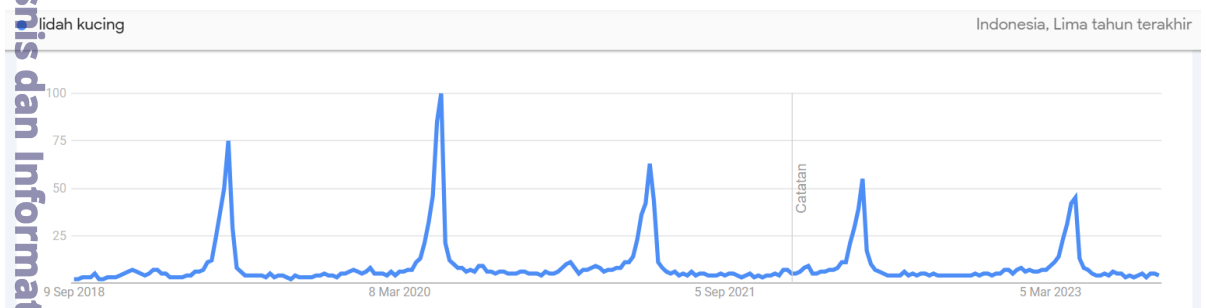
Sumber : *Google Trends*, 2023

Dari grafik di atas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan tertinggi pada permintaan dan minat masyarakat Indonesia terhadap Nastar pada momen hari raya khususnya Lebaran atau Idul Fitri.

2. Lidah Kucing

Grafik 1.4

Tren Lidah Kucing di Indonesia Tahun 2018 - 2023



Sumber : *Google Trends*, 2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Dari grafik di atas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan tertinggi pada permintaan dan minat masyarakat Indonesia terhadap Lidah Kucing pada momen hari raya khususnya pada hari Lebaran atau Idul Fitri.

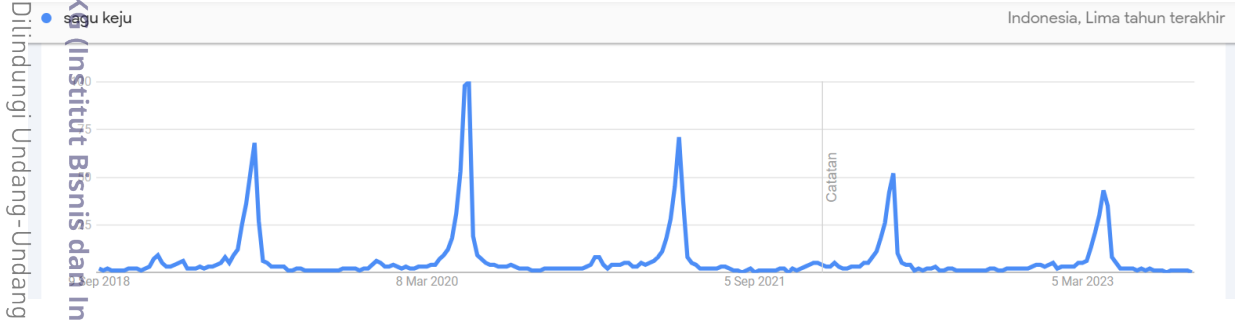


Hak cipta milik IBI KK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

3. Sagu Keju

Grafik 1.5

Tren Sagu Keju di Indonesia Tahun 2018 - 2023



Sumber : *Google Trends, 2023*

Dari grafik di atas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan tertinggi pada permintaan dan minat masyarakat Indonesia terhadap Sagu Keju pada momen hari raya khususnya pada hari Lebaran atau Idul Fitri.

4. Chui Kao So

Grafik 1.6

Tren Chui Kao So di Indonesia Tahun 2018 - 2023



Sumber : *Google Trends, 2023*

Dari grafik di atas, jumlah permintaan dan minat masyarakat Indonesia terhadap Chui Kao So juga cenderung mengalami peningkatan tertinggi di hari raya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

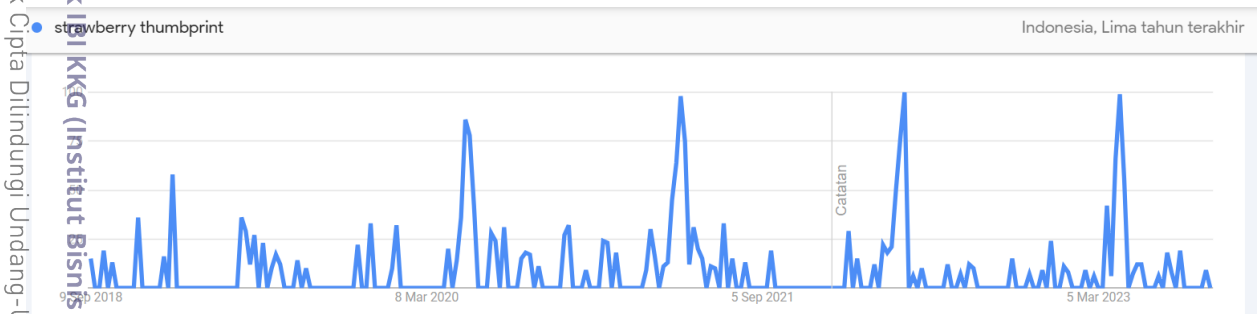


terutama Lebaran atau Idul Fitri, namun di hari-hari lainnya masih terdapat minat masyarakat yang mengalami peningkatan maupun penurunan.

5. *Strawberry Thumbprint*

Grafik 1.7

Tren *Strawberry Thumbprint* di Indonesia Tahun 2018 - 2023



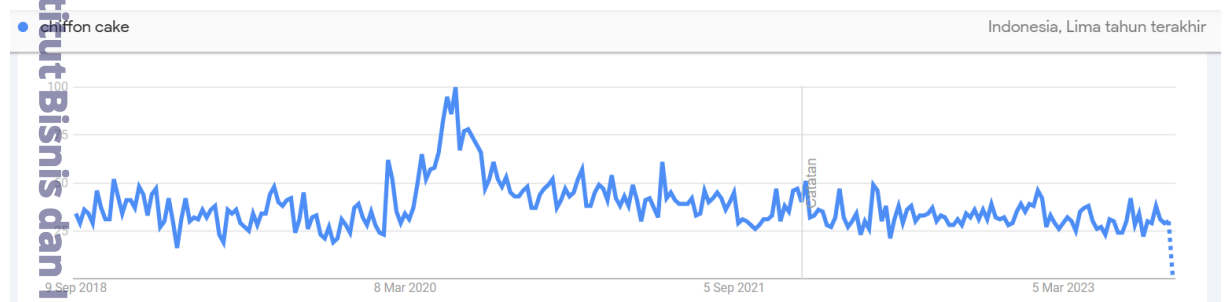
Sumber : *Google Trends*, 2023

Dari grafik di atas, jumlah permintaan dan minat masyarakat Indonesia terhadap *Strawberry Thumbprint* juga cenderung mengalami peningkatan tertinggi di hari raya terutama Lebaran atau Idul Fitri, namun di hari-hari lainnya masih terdapat minat masyarakat yang mengalami peningkatan maupun penurunan.

6. *Chiffon Cake*

Grafik 1.8

Tren *Chiffon Cake* di Indonesia Tahun 2018 - 2023



Sumber : *Google Trends*, 2023

Dari grafik di atas, terdapat permintaan dan minat masyarakat Indonesia terhadap kue *Chiffon* di sepanjang tahunnya yang mengalami peningkatan maupun penurunan, serta tidak dipengaruhi oleh adanya momen hari raya.

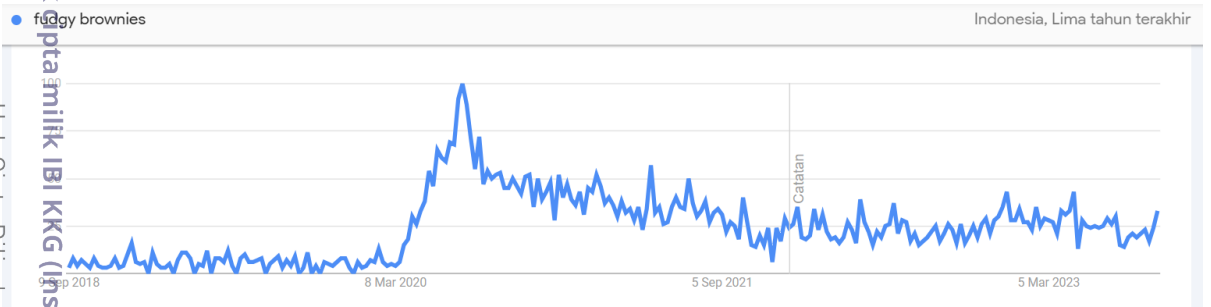
Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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

7. *Fudgy Brownies*

Grafik 1.9

Tren *Fudgy Brownies* di Indonesia Tahun 2018 - 2023



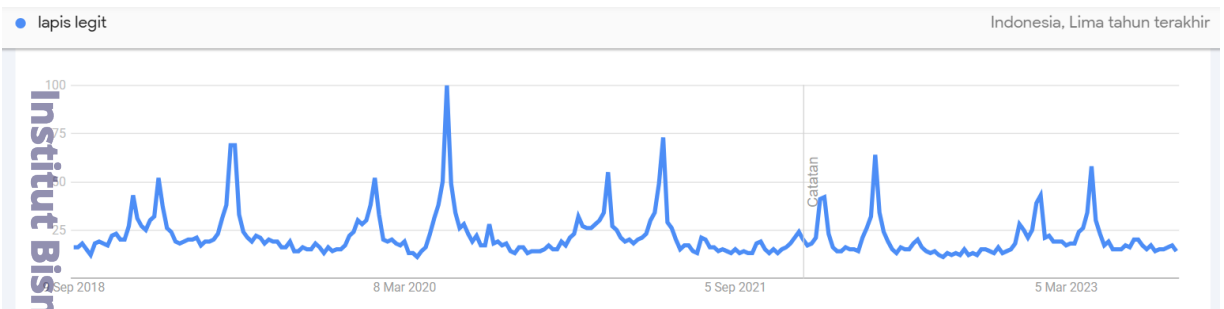
Sumber : *Google Trends*, 2023

Dari grafik diatas, terdapat permintaan dan minat masyarakat Indonesia terhadap *Fudgy Brownies* di sepanjang tahunnya yang mengalami peningkatan maupun penurunan, serta tidak dipengaruhi oleh adanya momen hari raya. Tren dan minat terhadap produk *fudgy brownies* mulai meningkat dari tahun 2020.

8. Lapis Legit

Grafik 1.10

Tren Lapis Legit di Indonesia Tahun 2018 - 2023



Sumber : *Google Trends*, 2023

Dari grafik di atas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan tertinggi pada permintaan dan minat masyarakat Indonesia terhadap Lapis Legit pada momen hari raya khususnya Imlek dan Lebaran.

© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
 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.

9. Hampers

Grafik 1.11

Tren Hampers di Indonesia Tahun 2018 - 2023



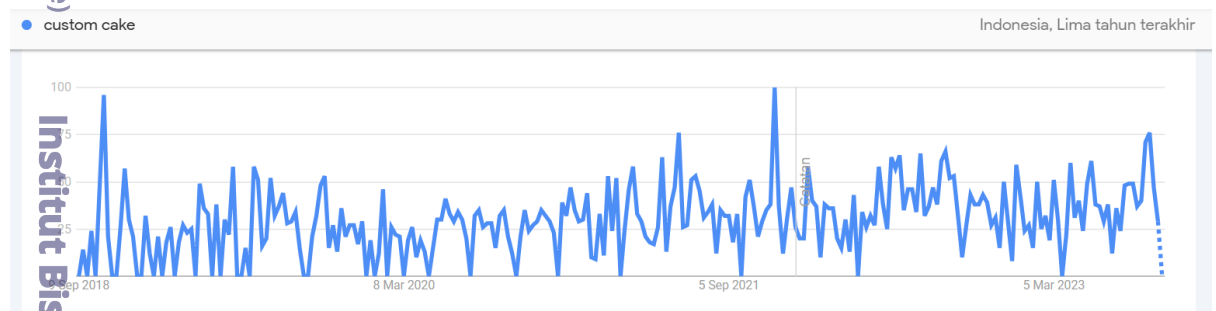
Sumber : Google Trends, 2023

Dari grafik diatas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan tertinggi pada permintaan dan minat masyarakat Indonesia terhadap *Hampers* pada momen hari raya khususnya di hari Lebaran atau Idul Fitri.

10. Custom Cake

Grafik 1.12

Tren Custom Cake di Indonesia Tahun 2018 - 2023



Sumber : Google Trends, 2023

Dari grafik diatas, terdapat permintaan dan minat masyarakat Indonesia terhadap *Custom Cake* di sepanjang tahunnya yang mengalami peningkatan maupun penurunan, serta tidak dipengaruhi oleh adanya momen hari raya.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institus 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.



Meningkatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia juga memberikan peluang bagi pengembangan bisnis *Xya Bakery* dimana 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). Peningkatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang diiringi dengan peningkatan daya beli masyarakat dan penurunan inflasi, dapat menjadi peluang untuk meningkatkan jumlah penjualan dan laba usaha *Xya Bakery*.

Hal lainnya yang menunjukkan peluang bagi pengembangan usaha *Xya Bakery* yakni pesatnya perkembangan media sosial di Indonesia. 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). Hal tersebut dapat menjadi peluang untuk mengembangkan sistem promosi *Xya Bakery* yang dilakukan secara *online* dengan penggunaan media sosial untuk dapat menjangkau konsumen, meningkatkan *brand awareness* dan melakukan promosi produk.

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.



D. Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana adalah jumlah uang yang diperlukan untuk membiayai suatu proyek atau kegiatan. Kebutuhan dana dapat bervariasi tergantung pada jenis proyek atau kegiatan yang dilakukan. Sebelum memulai atau mengembangkan bisnis, sangat perlu memperkirakan kebutuhan dana yang diperlukan untuk modal awal, operasional, dan pengembangan bisnis di masa depan. Selain itu, memperkirakan jumlah dana yang diperlukan untuk membeli aset atau berinvestasi yang sesuai dengan kondisi risiko perusahaan (Waluyo et al, 2023: 130-131).

Berikut ini rincian dari kebutuhan dana yang digunakan *Xya Bakery* untuk pengembangan usaha :

Tabel 1.3
Kebutuhan Dana *Xya Bakery*

Kebutuhan Dana	
Keterangan	Jumlah Biaya
Kas	Rp 2.000.000
Perlengkapan	Rp 7.369.724
Bahan Baku	Rp 30.584.687
Barang Jadi	Rp 2.476.625
Sewa Ruko	Rp 150.000.000
Peralatan	Rp 137.730.490
Renovasi Bangunan	Rp 50.000.000
Hak Paten Merek	Rp 500.000
Sample Produk	Rp 650.000
Free Product	Rp 1.250.000
Pelatihan Staff Produksi	Rp 1.300.000
Pembuatan Kartu Bank	Rp 15.000
Total	Rp 383.876.526

Sumber : *Xya Bakery*, 2023

Berdasarkan Tabel 1.3, didapatkan total kebutuhan dana untuk pengembangan usaha *Xya Bakery* yakni 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,

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.

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*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta dilindungi IBI BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.