



## RENCANA BISNIS

### PENGEMBANGAN USAHA DESSERT BOX

#### “CICI BARBAR”, BEKASI

Silvi Melyanti

Dibimbing oleh Salam Fadillah Alzah, S.ST., M.A

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav.87, Sunter – Jakarta Utara

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

[70180282@student.kwikkiangie.ac.id](mailto:70180282@student.kwikkiangie.ac.id) , [silvimelyanti1201@gmail.com](mailto:silvimelyanti1201@gmail.com)

#### ABSTRAK

Silvi Melyanti / 70180282 / 2023 / Rencana Pendirian Usaha Cici Barbar / Dosen Pembimbing Salam Fadillah Alzah S.ST., M.A.

Cici Barbar merupakan usaha yang bergerak pada bidang *food and beverage* yang menawarkan berbagai varian *dessert box* dan makanan asin yaitu *klappertaart*. *Klappertaart* merupakan kue yang berasal dari Manado, Sulawesi Utara dan *klappertaart* biasanya di sajikan pada perayaan natal.

Selain itu menikmati Dessert box disaat badmood atau lelah membuat kita merasa happy setelah memakan varian dessert box yang kita sukai.

Cici Barbar juga bisa di nikmati oleh seluruh kalangan mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa.

Visi Cici Barbar adalah menjadikan Cici Barbar sebagai brand terbaik di Indonesia, dikenal secara luas dan mendapat persepsi positif dari berbagai kalangan.

Strategi pemasaran Cici Barbar berfokus pada *positioning* yang menawarkan kenyamanan saat berbelanja, konsultasi dan informasi bagi calon konsumen.

Perencanaan bisnis ini dibuat untuk mengetahui proyeksi persaingan dalam industri dessert box, Cici Barbar percaya dengan strategi pemasaran dan diferensiasi yang dimiliki maka dapat bersaing dengan para pesaing-pesaing yang ada.

Selain itu, perencanaan bisnis ini dibuat untuk mengetahui peluang, segmentasi, dan menghitung nilai kelayakan bisnis Teinmeal. Dengan nilai Investasi awal sebesar Rp. 30.722.500.

proyeksi Cici Barbar akan mencapai titik balik modal dalam periode 6 Bulan 13 Hari. Nilai NPV Cici Barbar melebihi 0 dengan nilai Rp 578.253.063 , dan dengan nilai indeks profitabilitas sebesar 19,82181016 yang melebihi angka standar yakni 1. Nilai BEP unit untuk setiap tahun juga memiliki nilai yang lebih besar dari unit produk yang terjual. Hasil keempat analisis ini menunjukkan bahwa usaha Cici Barbar merupakan usaha yang layak untuk direalisasikan.

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 nama penulis, peniliti, peneliti, penyusun atau sumber lainnya.
  - 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.



## ABSTRACT

Silvi Melyanti / 70180282 / 2023 / Cici Barbar Business Establishment Plan / Supervisor

Salam Fadillah Alzah S.ST., M.A.

*Cici Barbar is a business specialized in food and beverage sector which offers various variants of dessert boxes and salty foods, especially klappertaart. Klappertaart is a cake that comes from Manado, North Sulawesi and klappertaart is usually served at Christmas celebrations. Apart from that, enjoying a dessert box when you are in a bad mood or tired could make us feel happy after eating the dessert box variant that we like.*

*Cici Barbar can also be enjoyed by all groups, from children, teenagers, to adults.*

*Cici Barbar's vision is to make Cici Barbar the best brand in Indonesia, widely known and receiving positive perceptions from various groups.*

*Cici Barbar's marketing strategy focuses on positioning that offers convenience when shopping, consultation and information for potential consumers.*

*This business plan was created to inform others about competition projection in the dessert box industry. Cici Barbar believes that with its marketing and differentiation strategies can compete with existing competitors.*

*Apart from that, this business plan was created to identify opportunities, segment and calculate the feasibility value of the Teinmeal business. With an initial investment value of Rp. 30,722,500.*

*Cici Barbar's finance projection show that within 6 months and 13 days business will reach break-even point. Cici Barbar's NPV value exceeds 0 with a value of IDR 578,253,063, and with a profitability index value of 19.82181016 which exceeds the standard figure of 1. The BEP unit value for each year also has a value greater than the product units sold. The results of these four analyzes show that Cici Barbar's business is a business worth realizing*

Copyright © 2023 by Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin atau menjiplak seluruh atau sebagian isi dari karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.

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.



## I. Pendahuluan

### Ide bisnis

Alasan yang melatarbelakangi penulis untuk memilih ide bisnis dalam hal ini dalam bidang kuliner makanan penutup (*Dessert Box*) Cici Barbar yakni adanya permintaan dan pangsa pasar yang besar dalam bidang makanan penutup yang manis. Meningkatnya jumlah masyarakat usia produktif maka adanya permintaan terhadap makanan penutup yang enak namun praktis menyebabkan ide usaha *Dessert Box* menjadi peluang yang baik.

Berdasarkan pertimbangan dan potensi pasar yang ada, maka penulis memutuskan untuk membuat rencana bisnis dengan ide *Dessert Box*. Usaha *Dessert Box* yang akan dibentuk akan menawarkan berbagai jenis varian rasa seperti Oreo, Regal, Tiramisu, dan Strawberry dengan menawarkan proposisi nilai yakni rasa yang enak dengan bahan baku yang berkualitas, maka penulis memiliki ide untuk melayani permintaan masyarakat akan *Dessert Box* yang memiliki beragam varian rasa sesuai dengan kemauan mereka dengan kualitas yang tinggi agar kepuasan konsumen dapat terjaga dan terpenuhi.

### Visi dan Misi Perusahaan

a. **Visi** Cici Barbar : menjadikan Cici Barbar sebagai brand terbaik di Indonesia, dikenal secara luas dan mendapat persepsi positif dari berbagai kalangan.

b. **Misi** Cici Barbar :

1. Memberikan pelayanan yang maksimal dalam melayani masyarakat
2. Membuat olahan makanan yang di sukai oleh seluruh kalangan
3. Mengutamakan kualitas produk, mulai dari bahan baku sampai proses pengolahan
4. Terus berinovasi baik dalam produk maupun dari segi pelayanan
5. Mengembangkan keterampilan dan pengetahuan untuk mencapai performa operasional yang maksimal



## Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana untuk melakukan pengembangan usaha ini dipertimbangkan terhadap beberapa aspek utama yakni penambahan persediaan serta ketersediaan operasional dari perusahaan.

Pendanaan akan dilakukan dari sumber pendanaan pribadi dan juga biaya persediaan dari Cici Barbar

Total kebutuhan dana adalah sebesar Rp 48.705.400

## H. Rencana Produk, Kebutuhan Operasional dan Manajemen

Rencana alur produksi

Alur produk pada Cici Barbar dimulai dari kegiatan pemesanan oleh pelanggan melalui media sosial seperti *Instagram* maupun *Whatsapp* toko setelah melakukan pemesanan, maka pelanggan diarahkan untuk melakukan pembayaran baik melalui *transfer*, *m-banking*. Setelah proses pemesanan dan pembayaran pelanggan menunggu 1-2 jam untuk di daerah jabodetabek untuk di luar jabodetabek menunggu 1-2 hari

Rencana Alur pembelian Produk

Pada Cici Barbar, proses kegiatan bisnis dimulai saat toko memesan bahan baku kepada pemasok, proses seleksi dan pemesanan bahan baku kepada pemasok memakan waktu kurang lebih 2-3 hari hingga bahan baku diterima oleh toko, setelah bahan baku diterima maka akan dilakukan pengecekan dengan standar yang sudah di tentukan oleh Cici Barbar.

Rencana kebutuhan teknologi dan peralatan

Peralatan yang akan digunakan merupakn peralatan bisis yang digunakan pada umumnya. Tidak terdapat peralatan khusus atau khas untuk melakukan kegiatan bisnis. Teknologi yang akan digunakan terfokus pada pengolahan data digital. Berikut daftar teknologi dan peralatan.

1. laptop Lenovo *IdeaPad Slim 3*
2. *Iphone 12*
3. Oven
4. Hand Mixer
5. Mixer
6. Kompor
7. Chiller



### III. Strategi Bisnis

#### Pemasaran

- Diferensiasi

Diferensiasi dalam kualitas produk dibandingkan dengan pesaing lain, yakni adanya penetapan standar pada Cici Barbar dengan pemilihan dan penggunaan bahan baku yang berkualitas dan lulus kelayakan oleh Cici Barbar.

- a. Edukasi pelanggan

Pada Cici Barbar, hubungan dengan pelanggan dijaga dan dipertahankan dengan baik, salah satu upaya toko untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan yakni dengan memberikan pelayanan setelah pembelian seperti mengedukasi pelanggan bagaimana menyimpan produk.

- b. Konsultasi pelanggan

Cici Barbar juga menawarkan jasa konsultasi pelanggan secara gratis, dimana pelanggan dapat menghubungi Cici Barbar jika terjadi permasalahan seperti kemasan produk cacat/pecah dan kendala lainnya, dimana karyawan Cici Barbar akan membantuk memberikan solusi terbaik untuk pelanggan saat dibutuhkan, hal ini merupakan upaya lain untuk menjaga proposisi nilai yang akan diberikan oleh pelanggan.

- *Positioning* merupakan strategi perusahaan dalam merancang penawaran serta pembentukan citra perusahaan untuk memperoleh tempat khusus di benak konsumen (Kotler, Philip; Keller, 2016).

Cici Barbar memposisikan sebagai toko yang menjual berbagai varian dessert box dan makanan asin dengan kualitas dan pelayanan terbaik. Pernyataan STP yang dimiliki oleh Cici Barbar yakni “Kepada semua peminat makanan asin dan manis, Cici Barbar merupakan usaha food and beverage yang hanya menjual makanan asin dan manis berkualitas yang mampu bersaing dengan pesaing dengan penawaran harga yang terjangkau” begitu juga dengan nilai dan layanan yang terbaik yang diberikan oleh pelanggan

- Penetapan Harga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian GIE

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



Mengenai strategi penetapan harga, Cici Barbar menggunakan strategi penetapan harga *cost-plus pricing method* atau harga jual produk per unit yang ditetapkan berdasarkan biaya produksi per item ditambah dengan margin laba usaha yang telah ditetapkan. Penggunaan strategi penetapan harga *cost-plus pricing method* oleh Cici Barbar didasarkan oleh kualitas produk yang di tawarkan dan di tetapkan oleh Cici Barbar memang bukan yang termurah dari segi nominal, namun dengan kualitas produk serta layanan yang didapatkan oleh pelanggan, harga yang di tetapkan oleh Cici Barbar masih memberikan nilai yang terbaik dibandingkan pesaing lain, hal ini sesuai dengan tujuan untuk memaksimalkan laba dan menjaga kepemimpinan kualitas. Cici Barbar menetapkan biaya keuntungan (*margin*) penjualan sebesar 15%

#### Saluran Distribusi

Cici Barbar menggunakan saluran distribusi langsung, hal ini dikarenakan bahan baku di pilih langsung oleh Cici Barbar setelah mencukupi dan memenuhi standard yang sudah di tentukan oleh Cici Barbar tanpa adanya perantara atau pihak lain dalam proses distribusi.

#### Promosi

- *Advertising*

Wadah digital seperti *marketplace* sudah banyak menyediakan berbagai metode pengiklanan secara berbayar. Hal ini dilakukan untuk mempermudah akses para penjual terhadap para konsumen. Pada setiap *marketplace* akan menggunakan metode pengiklanan yang sama dan secara umum diterima oleh penjual. Salah satu metode yang mampu meningkatkan konversi penjualan dan kunjungan ke toko adalah iklan per klik. Pada *instagram*. Setiap *marketplace* yang diakses oleh Cici Barbar akan menggunakan metode iklan berbayar untuk meningkatkan performa toko. Proses pengiklanan akan dilakukan setiap awal bulan dengan target biaya sebesar 5% dari omset penjualan minggu pertama bulan sebelumnya. Selain pada *marketplace* penggunaan *influencer* dan endorsement pada Instagram juga merupakan pengiklanan sosial media yang digunakan oleh Cici Barbar.

- *Sales Promotion*



Sebagai bagian dari insetif jangka pendek terhadap konsumen beberapa konsep yang akan dilakukan oleh Cici Barbar akan terfokus pada peningkatan pengikut toko. Hal ini dilakukan dengan membuat *voucher ikut toko* dengan diskon 5% maksimal Rp 15.000 untuk pembeli minimal pada Rp 150.000. Hal ini dilakukan menggunakan fitur bawaan dari setiap *marketplace* yang menyediakan fitur tersebut. Promo ini akan memiliki variasi yang berbeda namun bentuk dasarnya adalah pemberian diskon produk tertentu. Diskon produk akan dilakukan terhadap 20% produk yang memiliki performa dibawah dengan dengan pemberian diskon sebesar 10%.

- *Personal Selling*

Konsep *personal selling* yang akan diterapkan adalah dengan melakukan pendataan konsumen menggunakan CRM (*Customer Relation Management*) bawaan dari *marketplace* sendiri akan terfokus pada penyediaan data historis penjualan terhadap pelanggan. Untuk *marketplace* yang menyediakan fitur tersebut adalah *shopee*. Bentuk dari data akan ditampilkan pada sisi samping dari chat. Penjual dapat melihat langsung data konsumen selama chat dengan konsumen berlangsung. Secara lebih mendalam, CRM menyediakan data dari setiap konsumen untuk dapat dihubungkan langsung dalam satu *database*. Proses komunikasi yang berlangsung akan pada setiap media pemasaran seperti *Instagram*. *Personal selling* Cici Barbar memiliki prioritas pelayanan berupa varian *dessert box* dan *klappertaart*.

- *Public Relation*

Dengan menggunakan platform media sosial seperti *Shopee* dan *Instagram*, Cici Barbar dapat mendekatkan diri kepada pelanggan melalui konten promosi berupa varian *dessert box* dan makanan asin yang baru atau program diskon yang sedang berlangsung

- *Direct Marketing*

Dalam mempromosikan produknya, Cici Barbar menggunakan *Direct Marketing* sebagai salah satu strategi promosi, Cici Barbar melakukan *Direct Marketing* dengan cara mempromosikan secara langsung varian *dessert box* dan makanan asin kepada pelanggan. Selain itu metode ini dapat digunakan sebagai sarana promosi usaha serta metode penjualan produk dengan cepat.

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.



## Rencana Organisasi

### C Hak cipta milik IBIKKG

Cici Barbar merupakan konsep bisnis f&b daring yang berposisi pada tahap pengembangan. Pada tahap pengembangan ini, dibutuhkan sumber daya kunci yang mampu mendorong kinerja perusahaan secara efektif. Sumber daya manusia menjadi faktor penggerak utama kegiatan pada Cici Barbar akan terbagi menjadi bagian pengurus produk, pengurus kanal pemasaran dan juga pengurus pesanan

### Keuangan

Hasil perhitungan *payback period* menunjukkan imbal balik yang akan terjadi pada waktu 6 bulan 13 hari

Hasil analisis nett present value menunjukkan bahwa Cici Barbar diproyeksikan mendapatkan nilai sebesar Rp Rp578.253.063 Hasil NPV dengan nilai lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa usaha Cici Barbar layak untuk dijalankan karena mampu menghasilkan arus kas positif secara nilai waktu.

Hasil analisis profitability indeks menunjukkan bahwa Cici Barbar diproyeksikan mendapatkan nilai sebesar 19,82181016 Hasil analisis menunjukkan bahwa Cici Barbar layak untuk dijalankan karena mampu menghasilkan profit dengan indeks melebihi 1.

Hasil analisis Break Even Point menunjukkan bahwa Cici Barbar diproyeksikan mampu mendapatkan nilai BEP per tahun yang berada di bawah nilai penjualan. Hasil BEP menunjukkan bahwa Cici Barbar layak untuk dijalankan karena penjualan mampu melebihi biaya – biaya yang ada dengan nilai BEP &lt; nilai penjualan.

### Pengendalian Resiko Usaha

- Cici Barbar belum dikenal masyarakat luas

Jika Cici Barbar belum dikenal banyak orang, maka yang harus dilakukan adalah melakukan promosi lebih kepada masyarakat luas sehingga banyak orang yang tau akan keberadaan Cici





Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131–136.

<https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5838206/data-lengkap-umk-di-jabar-2018---2021-bekasi-raya-paling-besar>

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/11/07/1914/ekonomi-indonesia-triwulan-iii-2022-tumbuh-5-72-persen--y-on-y-~:text=Ekonomi%20Indonesia%20triwulan%20III%2D2022%20terhadap%20triwulan%20III%2D2021%20mengalami,y%2Don%2Dy>

<https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/>

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil, Syarat atau Berkas pembuat izin usaha mikro dan kecil <https://smesta.kemenkopukm.go.id>

Kementerian Keuangan Republik Indonesia, (2022), Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan III-2022,

#### Sumber Website dan dokumen dari website

APJII. (2020). *Buletin APJII. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* (Vol. 74). Diambil dari <https://apjii.or.id/content/read/104/503/BULETIN-APJII-EDISI-74---November-2020>

BCA. (2021). Tahapan Gold. Diambil 20 Februari 2022, dari <https://www.bca.co.id/en/Individu/produk/simpanan/Tahapan-Gold>

Biznet. (2021). Biznet Home Internet. Diambil 11 Februari 2022, dari <https://www.biznethome.net/#sliderPromo>

BPS. (2021a). Pengeluaran untuk Konsumsi Penduduk Indonesia : Berdasarkan Hasil Susenas Maret 2021.

BPS. (2021b). *Perkembangan Beberapa Indikator Utama Sosial-Ekonomi Indonesia*.

BPS. (2021c). Upah Minimum Provinsi dan Inflasi di DKI Jakarta, 1999-2020. Diambil 20 Januari 2022, dari <https://jakarta.bps.go.id/statictable/2015/04/20/83/upah-minimum-provinsi-dan-inflasi-di-dki-jakarta-1999-2020.html>

CANVA (2021). Canva : Pricing. Diambil 11 Februari 2021, dari <https://www.canva.com/pricing/>

Grafik Industri Makanan dan Minuman di Indonesia <https://jakarta.bps.go.id/>

Haryono E. (2021). Inflasi IHK November 2021 Tetap Rendah. Diambil 20 Desember 2021, dari [https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp\\_2331521.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2331521.aspx)



Puspasari, R. (2021). Untuk Jadi Negara Maju, Indonesia Butuh Reformasi Pajak. Diambil 5 Januari 2022, dari <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers/siaran-pers-untuk-jadi-negara-maju-indonesia-butuh-reformasi-pajak/>

Said, A. A. (2021). Kemenkeu Ramal Kenaikan Tarif PPN 11% Tak Ganggu Pemulihan Ekonomi. Diambil 3 Januari 2022, dari <https://katadata.co.id/yuliawati/finansial/6165bc12621bc/kemenkeu-ramal-kenaikan-tarif-ppn-11-tak-ganggu-pemulihan-ekonomi>

### Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© 2021 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

PERSETUJUAN RESUME  
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

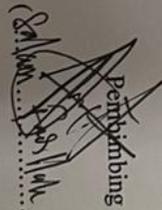
Nama Mahasiswa / 1 : Silvi Meliyanti

N I M : 20180282 Tanggal Sidang : 14 / 09 / 23

Judul Karya Akhir : Pengembangan usaha dessert box "Cici Barber"

Jakarta, \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_

Mahasiswa/  
  
(.....)

  
Pembimbing  
(.....)

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



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