



BAB I

PENDAHULUAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Ide Bisnis

Kue adalah salah satu makanan yang terkenal di kalangan masyarakat Indonesia sebagai makanan ringan yang dapat dikonsumsi kapan saja. Selain menjadi makanan ringan yang dapat dikonsumsi kapan saja, kue juga dapat digunakan sebagai hadiah atau makanan yang disajikan pada berbagai macam acara.

Seiring dengan perkembangan zaman, minat masyarakat Indonesia terhadap kue semakin meningkat. Ditandai dengan meningkatnya jumlah toko kue yang menjual berbagai macam jenis kue mulai dari kue kering maupun kue basah bahkan roti dengan berbagai macam varian rasa.

Di era sekarang, kebanyakan orang lebih memilih hal-hal instan untuk dijadikan sajian dalam acara atau kegiatan dengan simple dan efisien. Biasanya mereka lebih memilih untuk membeli dari pada membuatnya sendiri dengan alasan pertimbangan waktu dan tenaga yang akan terbuang selama proses pembuatan.

Mengonsumsi kue memiliki manfaat, seperti;

1. Sebagai tambahan sumber energi.
2. Makanan pelengkap.
3. Terbukti dapat membuat bahagia karena merangsang produksi serotonin.
4. Dapat menstabilkan emosi.

Ashla sendiri diambil dari nama salah satu tokoh fiktif film yang memiliki arti sisi baik, cahaya, menghidupkan yang berarti hidangan yang dibuat diharapkan dapat menghidupkan dan membuat seseorang yang mengonsumsinya akan merasa bahagia. *Ashla Bakery* adalah bisnis kue rumahan dengan konsep kedai, bisnis kue

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.



ini bergerak di bidang *food and beverages*. Produk utama yang dihasilkan adalah kue basah dan kue kering serta beberapa minuman sebagai pelengkap.

Penulis mengambil peluang usaha ini untuk menawarkan produk yang bisa dibidang cukup digemari oleh masyarakat, di mana *Ashla Bakery* menawarkan jenis kue-kue yang dapat dijadikan camilan maupun *hampers* untuk diberikan kepada kerabat. *Ashla Bakery* juga membuka kedai dengan kapasitas 20 sampai dengan 25 orang yang digunakan untuk mengonsumsi langsung produk yang ditawarkan sambil bercengkerama atau bersantai. Karena selain menyediakan makanan atau camilan, *Ashla Bakery* juga menyediakan minuman berupa kopi yang dibuat dengan biji kopi berkualitas dan minuman-minuman ringan lainnya seperti teh, coklat, maupun air mineral.

B. Gambaran Usaha

Ashla Bakery merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang *Food & Beverages*. Produk yang nanti akan dihasilkan adalah kue-kue dan minuman sebagai pelengkap. Banyaknya varian dan jenis-jenis kue akan membuat konsumen tertarik untuk membeli produk dari *Ashla Bakery*. Target pasar yang dituju oleh *Ashla Bakery* adalah seluruh kalangan masyarakat dengan harga produk yang terjangkau.

Berikut ini merupakan gambaran usaha yang terdiri dari visi, misi, dan tujuan perusahaan jangka pendek sampai jangka panjang:

a. Visi

Visi menurut Omar Hendro dan Sri Rahayu (2021:18), “Dibuat oleh perusahaan. Ingin menjadi apa sebuah perusahaan atau organisasi adalah hal yang perlu diketahui sebelum perusahaan dan organisasi tersebut berjalan. Visi sebuah perusahaan atau organisasi akan selalu



berbeda dengan yang lain tergantung cita-cita yang dimiliki oleh pendiri atau pimpinan perusahaan atau organisasi tersebut.”

Visi dari *Ashla Bakery* adalah “Menjadi usaha kue yang unggul dengan kualitas dan cita rasa premium. Menggunakan bahan dan mesin berkualitas dengan memperhatikan ke higienisan produk demi kepuasan pelanggan.”

b. Misi

Misi menurut Omar Hendro dan Sri Rahayu (2018:7), “Tujuan atau alasan mengapa organisasi hidup. Pernyataan misi yang disusun dengan baik mendefinisikan tujuan mendasar dan unik yang mampu membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan yang lain dan mengidentifikasi jangkauan operasi perusahaan dalam produk yang ditawarkan dan pasar yang dilayani.”

Misi dari *Ashla Bakery*:

1. Menyediakan produk kue dari bahan berkualitas dan unggul.
2. Menjamin kebersihan, mutu, kualitas, dan harga.
3. Mengembangkan inovasi produk dan pelayanan terhadap pelanggan.

c. Tujuan Perusahaan

Tujuan perusahaan merupakan sesuatu yang akan diciptakan, dicapai dan diciptakan oleh sebuah perusahaan. Tujuan perusahaan adalah target kuantitatif dan pencapaian tersebut merupakan ukuran dari keberhasilan kinerja suatu perusahaan. Berikut tujuan perusahaan dari *Ashla Bakery*:

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.



Tabel 1.1

Tujuan Ashla Bakery

Jangka Waktu	Waktu	Tujuan
Jangka Pendek	1-3 Tahun	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengenalkan dan memasarkan brand <i>Ashla Bakery</i> ke masyarakat sekitar Jabodetabek. 2. Melakukan kolaborasi dengan <i>merk</i> terkenal. 3. Menjadi salah satu produk unggulan dengan kualitas yang selalu terjaga.
Jangka Menengah	3-5 Tahun	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencapai <i>Break Even Point (BEP)</i>. 2. Membuka beberapa cabang di luar Jabodetabek.
Jangka Panjang	5-10 Tahun	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat memasarkan produk dan membuka cabang di seluruh Indonesia. 2. Menjadi brand yang dapat memenuhi permintaan konsumen dan digemari banyak kalangan.

Sumber: *Ashla Bakery*, 2024

C. Besarnya Peluang Bisnis

Pasar terdiri dari sejumlah pembeli aktual dan potensial dari sebuah produk maupun jasa. Besar atau kecilnya pasar juga tergantung pada jumlah orang yang memiliki kebutuhan dan yang akan bertransaksi.

Untuk memulai sebuah bisnis tentunya kita tidak boleh mengabaikan besarnya peluang yang ada dalam bisnis tersebut dan besarnya kesempatan untuk mengembangkan bisnis yang akan dijalankan. Produk-produk kue yang dihasilkan tidak hanya dijual secara langsung tapi juga dijual melalui pemesanan online. Di Indonesia sendiri, tingkat konsumsi kue atau makanan manis bersifat basah maupun kering bisa dibilang cukup tinggi dan memiliki potensi peluang usaha yang sangat besar. Berikut penulis sajikan data konsumsi kue tahun 2018 sampai 2023:

© 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.



Gambar 1.1

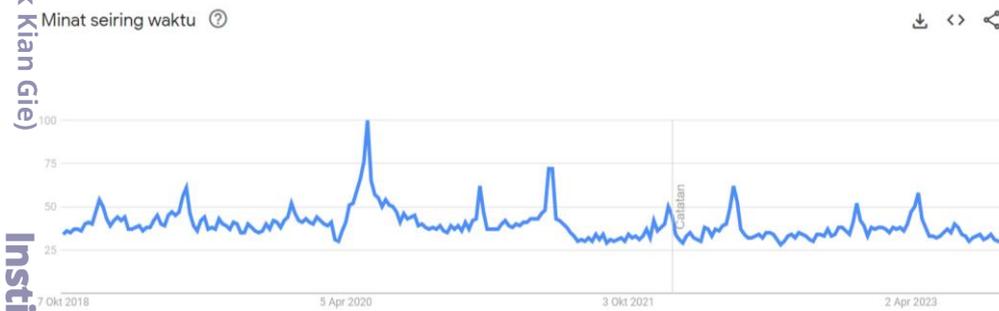
Tren Konsumsi Kue selama 5 Tahun Terakhir



Sumber: Google Trends

Gambar 1.2

Tren Pertumbuhan Toko Kue Selama 5 Tahun Terakhir



Sumber: Google Trends

Ashla Bakery memilih lokasi usaha yang berada di Mangga Besar, Jakarta Barat. Alasan utama pemilihan lokasi ini karena banyak faktor pendukung yang menguntungkan dan memudahkan dalam berbisnis seperti dekat dengan pusat kuliner, dekat sekolah, stasiun kereta api, dan adanya lahan parkir. Dengan lokasi yang menarik dan harga yang cukup terjangkau, bisa dipastikan bisnis yang dijalankan akan memiliki potensi yang cukup besar.

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



D. Kebutuhan Dana

Ⓒ Kebutuhan dana yang diperlukan untuk mendirikan usaha kedai *Ashla Bakery*, diperkirakan berjumlah sekitar Rp 197.020.500. Modal ini diperoleh dari dana pribadi serta tabungan penulis.

Rincian dari kebutuhan dana adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2

Kebutuhan dana *Ashla Bakery*

Keterangan	Rp
Biaya Sewa	90.000.000
Biaya Renovasi	10.000.000
Biaya Peralatan	50.150.000
Biaya Perlengkapan	10.686.500
Biaya Bahan Baku	11.184.000
Kas Awal	25.000.000
Total	197.020.500

Sumber: *Ashla Bakery*, 2024

Dari tabel di atas (1.2) diketahui untuk biaya sewa sebuah ruko di kawasan Mangga Besar dengan minimal sewa selama satu tahun dan berukuran 60m² seharga Rp 90.000.000., biaya renovasi sebesar Rp 10.000.000 biaya pembelian peralatan dari *supplier* terpilih adalah sebesar Rp 50.150.000., biaya perlengkapan yang sudah meliputi *paper bag* untuk kue, *paper bag packing*, *tissue*, branding logo *Ashla Bakery*, dan juga perlengkapan lainnya sebesar Rp 10.686.500, biaya bahan baku untuk 1 sampai 2 bulan pertama diperkirakan sebesar Rp 11.184.000. kas awal sebesar Rp 25.000.000. yang digunakan untuk kebutuhan-kebutuhan tak terduga pada bulan pertama berjalannya usaha.

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.