

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1. Pendahuluan

My Bakeology adalah sebuah usaha yang berkecimpung di dunia makanan yang dimana menyediakan produk beraneka jenis kue dan juga *dessert box*. My Bakeology sendiri berarti “*suatu ilmu dalam baking*” yang dimana dapat diartikan “*inilah produk kami yang sendiri buat dengan ilmu baking yang dimiliki*”.

Pendiri memilih bidang usaha makanan dengan produk kue dan juga *dessert box* dikarenakan dapat dibuat langsung dalam skala besar, yang dimana jika kami hanya membuat kue ataupun *dessert box* untuk di konsumsi sendiri hal tersebut akan merugikan kami dikarenakan biaya listrik, waktu dan juga tempat oven yang (dimana tempat oven masih luas).

Awal mula pemilik dapat melihat usaha ini adalah peluang yang besar dikarenakan pada tahun 2018 di daerah Pekanbaru masih sangat sedikit usaha yang berjualan *dessert* dengan cara *online*.

My Bakeology sendiri menargetkan segmentasi pasar pada umur 15-35 tahun yang dimana target spesifik adalah anak-anak remaja yang masih bersekolah ataupun berkuliah.

1.2. Deskripsi Perusahaan

My Bakeology berdiri pada tanggal 10 November 2018 yang dimana memiliki 2 karyawan, yang dimana karyawannya adalah pemilik dari usaha My

Bakeology. Walaupun pemesanan produk terus meningkat di setiap tahun My Bakeology tetap tidak menambah jumlah karyawan agar tetap dapat menjaga kualitas dan juga menekan biaya yang keluar.

My Bakeology sendiri beroperasi secara *online* melalui media sosial yaitu *Line, Whatsapp dan juga Instagram*. Lokasi pembuatan produk My Bakeology sendiri berada di Jalan Angkasa nomor 8, Air Hitam, Pekanbaru-Riau.

Status kepemilikan dan pelaporan berjalannya sebuah usaha belum dilaporkan kepada pihak pemerintah ataupun pihak yang berwajib tetapi kedepannya jika My Bakeology mendirikan toko *offline* maka My Bakeology akan melaporkan sebagai badan usaha yang berbadan hukum dan juga kami memiliki rencana untuk menguji produk di *Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)*.

My Bakeology sendiri memiliki *tagline 'daily doses of vitamin cake'* yang dimana dapat diartikan sebagai produk makanan yang selalu dicari konsumen yang awalnya hanya sebagai pemuas keinginan untuk mengkonsumsi *dessert* namun seiring berjalannya waktu produk My Bakeology sudah bagaikan kebutuhan sehari-hari karena kelezatannya dan tentunya memberikan rasa nagih yang tidak bisa ditahan oleh konsumen, sama seperti orang yang awalnya mencari vitamin C untuk memenuhi kebutuhan gizi tubuh namun kemudian menjadi sebuah rutinitas yang tidak bisa terlewatkan.

1.3. Analisis Industri

Operasional yang dijalankan oleh My Bakeology sendiri masih berada di kawasan Pekanbaru, Riau yang dimana pesaing yang ada masih tergolong sedikit jika dibandingkan dengan kota-kota maju seperti Jakarta ataupun Medan. Maka dari itu, kami sebagai pemilik dari My Bakeology melihat hal ini adalah peluang yang besar.

Pertumbuhan industri makanan dan juga minuman yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia sendiri mengalami pertumbuhan cukup signifikan pada kuartal I 2019 yang mencapai angka pertumbuhan 6,77% . Angka tersebut tumbuh diatas perekonomian Indonesia yang berada diangka 5,07% . Sektor makanan dan minuman sendiri menyumbangkan PDB *industry non-migas* sebesar 35,58% . Jika dilihat dari keseluruhan sektor maka sektor makanan dan minuman sendiri menyumbang sebesar 6,35% yang dimana menjadi salah satu sektor penyumbang PDB terbesar yang dimiliki Indonesia.

Pada periode kuartal II 2020 pertumbuhan industri makanan dan juga minuman masyarakat Indonesia mengalami kontraksi sebesar -5,51% hal tersebut dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yang dimana melanda seluruh negara di dunia. Lesunya pertumbuhan *industry consumers goods* sendiri dapat terlihat dari penjualan eceran pada kelompok makanan dan minuman yang berada di angka -0,71%.

Pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia dari tahun ke tahun selalu mengalami kenaikan, walaupun di tahun 2020 mengalami kontraksi yang cukup dalam tetapi hal tersebut dikarenakan adanya pandemi Covid-19.

1.4. Analisis Pasar

Dalam segi menganalisa pasar My Bakeology memberikan kuisisioner kepada 200 responden yang berdomisili di Pekanbaru, rentang usia responden yang ada adalah 15 – 40 tahun yang terdiri dari wanita maupun pria. Sebanyak 88% reponden menyukai untuk mengkonsumsi *dessert*, selain itu 31% responden membeli produk My Bakeology lebih dari 8 kali, 25,5% responden membeli produk My Bakeology 4 – 8 kali dan 24,5% responden yang membeli produk My Bakeology 2 – 4 kali. Dapat disimpulkan bahwa My Bakeology sudah tepat dalam memasarkan produk – produk yang ada.

1.5. Rencana Pemasaran

My Bakeology sendiri menggunakan sistem pemasaran bauran promosi (*promotion mix*) yang terdiri dari *advertising* (menggunakan *influencer* untuk mempromosikan produk), *personal selling* (menawarkan produk secara langsung kepada calon konsumen), *sales promotion* (memberikan potongan harga kepada konsumen jika konsumen memesan produk dalam kapasitas banyak), *public relation* (memiliki banyak kenalan dan juga media sosial yang digunakan), *direct marketing* (menggunakan *system mouth to mouth* dan juga media sosial).

Selain menggunakan strategi pemasaran seperti yang diatas My Bakeology juga beberapa kali memberikan *giveaway* kepada konsumen yang bertujuan menjaring lebih banyak konsumen baru. Selain itu, baru-baru ini My Bakeology bekerja sama dengan sebuah organisasi “*My Elderly*” yang dimana jika konsumen

membeli produk My Bakeology, My Bakeology akan menyumbangkan 10 ribu setiap transaksi kepada panti jompo.

Kekurangan My Bakeology paling terlihat dalam *public relation* di karenakan My Bakeology tidak mempunyai toko *offline* maka dari itu sulit bagi kami mengetahui konsumen kami lebih dalam.

1.6. Tim Manajemen & Struktur Perusahaan

Tim manajemen My Bakeology sendiri terbagi atas 4 bagian yaitu manajemen operasional, manajemen pemasaran, manajemen keuangan dan juga manajemen strategis. Tim manajemen tersebut tentu saja bersifat terbuka antara sesama pemilik yaitu Jeslie dan juga Sarah, satu-satunya hal tertutup adalah resep yang digunakan untuk membuat produk. Agar mengantisipasi kecurangan yang dapat muncul kedepannya.

Struktur perusahaan yang utama dari My Bakeology sendiri terdiri dari *baker* dan juga investor. Jeslie sendiri memegang kendali di *marketing* dan juga investasi modal awal sedangkan Sarah sendiri memegang kendali di bagian produksi produk dan juga menyediakan tempat. Dalam bidang keuangan, pengembangan rencana dan juga kebijakan untuk mencapai sasaran agar visi dari perusahaan dapat tercapai kedua dari pemilik memiliki kendali atas hal tersebut. Yang bertujuan adanya transparansi dan juga ide-ide yang lebih banyak dan lebih akurat untuk perusahaan.

1.7. Perencanaan Operasional

My Bakeology telah berkecimpung dalam usaha pembuatan kue dan juga *dessert box* kurang lebih 2 tahun. Selama 2 tahun ini tentu saja banyak tantangan yang didapat oleh kami, mulai dari pengembangan produk agar kepuasan konsumen dapat dipenuhi, pengembangan *trial and error* agar dapat menciptakan produk yang berbeda dengan *brand* lainnya dan juga proses distribusi produk kepada konsumen agar mendapatkan cara yang paling *simple* dan juga optimal.

My Bakeology juga menerapkan sistem *Standard Operating Procedure (SOP)* seperti menjaga kualitas dan juga kebersihan dari pembuat maupun produk selain itu tentu saja keamanan bagi pelaku usaha. Sampai saat ini, My Bakeology sendiri memiliki jadwal tetap dalam menerima pemesanan yaitu di hari Senin, Rabu dan juga Jumat. Tetapi tentu saja jika konsumen ingin memesan produk diluar hari tersebut dapat dipenuhi dengan pemesanan H-2. Sedangkan dalam bidang distribusi My Bakeology masih mengandalkan ojek *online* yaitu Grab ataupun Gojek tetapi jika konsumen ingin melakukan pengambilan sendiri hal tersebut juga dapat dipenuhi dengan janji yang dibuat terlebih dahulu.

1.8. Rencana Pengembangan Produk dan Jasa

My Bakeology memiliki target akan membuat toko *offline* di tahun 2023. Pada tahun 2021 dan 2022 My Bakeology memiliki target untuk lebih konsisten terhadap rasa dari produk, mengembangkan produk, mendapatkan konsumen tetap lebih banyak dan juga pada bulan Maret 2021 My Bakeology akan membuat

sebuah studio yang dimana konsumen dapat melihat langsung proses pembuatan produk dan tentu saja memiliki jadwal tersendiri.

Studio yang kami dirikan juga berlokasi di Jalan Angkasa nomor 8, Air Hitam, Pekanbaru-Riau. Tujuan kami membuat studio ini adalah agar konsumen dapat melihat langsung cara pembuatan produk sehingga konsumen dapat lebih memberi kepercayaan terhadap keinginan mereka untuk mengkonsumsi produk kami. Sedangkan toko *offline* yang akan kami dirikan belum memiliki tempat yang pasti, tetapi kami mementingkan kepadatan dan kesibukan dari wilayah tersebut contohnya seperti Jalan Riau dan juga Jalan Sudirman.

Jika pembukaan toko *offline* pertama berjalan dengan lancar tanpa adanya halangan tentu saja kami akan membuka cabang baru yang masih dikawasan Pekanbaru. Setelah nama dari brand kami telah dipercayai dan dikenal dengan seluruh masyarakat baru setelah itu kami akan memasuki pasar Pulau Sumatra.

1.9. Proyeksi Keuangan

Keuangan My Bakeology sendiri dapat dikatakan cukup baik dikarenakan adanya pertumbuhan yang konsisten mulai dari perusahaan berdiri. Sampai sekarang ini My Bakeology sudah menjual lebih dari 7000 produk lebih tepatnya 7347 produk dalam kurun lebih kurang 2 tahun.

Kesepakatan awal adalah Jeslie akan menerima 60% keuntungan sebelum BEP terjadi dan mendapatkan 30% setelah BEP. Pada bulan Juli tahun 2019 Jeslie sudah masuk dalam fase dimana mendapatkan keuntungan 30%.