

BUSINESS PLAN
SWEET BAKERY “SOFTCAKE”



Disusun Oleh :

Nama : Rara Vira Nurilla
NPM : 2113025034

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNOLOGI INFORMASI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	1
EXECUTIVE SUMMARY	2
BAB I PENDAHULUAN	3
A. Latar Belakang	3
B. Visi dan Misi	3
BAB II GAMBARAN UMUM DAN RENCANA USAHA	4
A. Analisis Produk	4
B. Analisis Usaha	4
C. Analisis Produksi	5
D. Analisis Pasar	5
E. Analisis SDM	7
F. Analisis keuangan	7
BAB II PENUTUP	8
A. Kesimpulan	8

EXECUTIVE SUMMARY

Perencanaan bisnis ini dibuat agar bisnis Sweet Bakery dapat dibangun dengan sesuai perencanaannya. Sweet bakery memiliki tujuan untuk menjadi destinasi bagi para pecinta softcake yang berkualitas tinggi dengan fokus pada inovasi rasa dan juga pelayanan yang unggul. Produk yang dipasarkan mencakup varian rasa unik yang dapat disesuaikan dengan selera pelanggan yang beragam. Sweet Bakery juga menyediakan layanan pesanan khusus untuk acara perayaan dan sebagainya. Sasaran utama sweet bakery ini adalah para pecinta softcake yang lebih banyak dari kalangan pemuda pemudi. Dipasarkan melalui sosial media sehingga mudah dijangkau oleh pelanggan. Media sosial dipilih karena melihat perkembangan zaman dimana pencarian informasi sekarang mudah dilakukan pada media sosial.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jepang menjadi salah satu negara maju yang berada di Asia. Menyebabkan penyebaran culture budaya jepang menyebar ke berbagai penjuru dunia. Mulai dari pakaian, budaya, musik bahkan makanan. Salah satunya yaitu softcake dari jepang yang terkenal hingga negara kita. Konsumen tertarik pada pengalaman rasa yang unik dan berbeda pada softcake dibandingkan dengan cake jenis lain.

Softcake memiliki daya tarik tersendiri karena konsistensinya yang lembut dan kemampuan untuk mengakomodasi berbagai rasa. Konsumen modern tidak hanya mencari produk yang enak, tetapi juga menginginkan variasi dan inovasi dalam pengalaman kuliner mereka. Softcake mampu memenuhi kebutuhan ini dan menjadi pilihan utama dalam pasar kue yang terus berkembang.

Gaya hidup modern seringkali memicu perubahan dalam preferensi konsumen terhadap makanan. Kue lembut menjadi alternatif yang populer untuk acara khusus, hadiah, atau bahkan sebagai camilan sehari-hari. Bisnis bakery softcake dapat mengambil keuntungan dari perubahan ini dengan menawarkan produk yang tidak hanya lezat tetapi juga menggoda selera.

Dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi, media sosial sebagai platform berbagi yang banyak digunakan masyarakat pun menjadi unsur cepatnya penyebaran informasi. Tren saat ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya membeli produk, tetapi mereka mencari pengalaman. Bisnis bakery yang mampu memberikan pengalaman kuliner yang unik dan berkesan memiliki peluang untuk memenangkan hati pelanggan. Softcake, dengan variasi rasa yang kreatif, dapat menjadi salah satu produk yang menarik bagi konsumen yang mencari pengalaman baru.

Peran media sosial dalam membentuk tren dan preferensi konsumen tidak dapat diabaikan. Bisnis bakery dapat memanfaatkan platform digital untuk membangun kehadiran merek, berinteraksi dengan pelanggan, dan meningkatkan visibilitas produk. Softcake dengan estetika visual yang menarik dapat menjadi daya tarik utama dalam pemasaran digital.

B. Visi dan Misi

1. Visi Bisnis

Visi bisnis adalah membuat variasi makanan yang disajikan kepada masyarakat. Dan mengenalkan mereka akan cita rasa baru.

2. Misi Bisnis

Misi bisnis ini adalah :

- a) Memperkenalkan makanan yang bervariasi dari bahan sehat yang berkualitas guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen;
- b) Memanfaatkan bahan baku tepung dan sebagainya dalam pengolahan makanan;
- c) Mempertahankan cita rasa dan kualitas produk secara konsisten

BAB II

GAMBARAN UMUM DAN RENCANA USAHA

A. Analisis Produk

1. Jenis Produk

Sweet bakery menawarkan berbagai jenis softcake, diantaranya :

a) Softcake Maru

Softcake jenis ini berbentuk lingkaran dan cocok untuk cake perayaan. Dengan 5 varian rasa yaitu : Strawberry, Earl Grey, Chocolate, Black Forest, dan Regal Chocolate.

b) Banana Softcake

Untuk Banana Softcake sendiri merupakan softcake berbentuk pisang dan juga berbahan dasar pisang, juga disediakan berbagai varian rasa yaitu : chocolate, Original, Durian, Blubery, dan Strawberry.

c) Mini Dessert

Mini dessert sendiri merupakan softcake dengan wadal bowl dan diisi dengan selai dan juga cream. Jenis ini memiliki varian rasa yaitu :

Nuttela, Dark Chocolate, Kitkat, Cheesybites, Matcha, Red Velvet, Taro, dll.

2. Nama Produk

Produk yang dijual diberikan nama sesuai dengan deskripsi produk itu sendiri agar memudahkan pelanggan. Produk yang dijual diberikan nama “Softcake maru”, “Banana Softcake”, dan “Mini Dessert”

3. Karakteristik Produk

a) Kualitas Tinggi

b) Banyak Varian

c) Rasa Terjamin enak

d) Harga terjangkau

B. Analisis Usaha

Analisis SWOT

a) Strengths (Kekuatan)

- Memiliki rasa yang otentik
- Kualitas produk akan terjamin
- Banyak diminati kalangan pemuda pemudi
- Dapat dikondumdi oleh semua kalangan

b) Weaknesses (Kelemahan)

- Pembuatan cake dilakukan setelah mendapatkan order
- Harga barang baku tidak murah

c) Opportunities (Peluang)

- Makana yang sedang tren dan banyak digemari
- Dapat dibuat sebagai hadiah untuk perayaan
- Target pasar luas

d) Threats (Ancaman)

- Banyak saingan
- Pesaing yang semakin kompetitif

C. Analisis Produksi

1. Proses Produksi

a) Persiapan bahan

- Pesaan dan ayak terigu untuk memastikan konsistensi dan menghilangkan gumpalan.
- Panaskan mentega hingga cair dan biarkan dingin sebelum digunakan.
- Pecahkan telur dan kocok hingga lembut.

b) Pencampuran

- Campurkan terigu, gula, dan bahan kering lainnya dalam satu mangkuk.
- Tambahkan telur dan mentega cair ke campuran kering.
- Tuangkan susu secara bertahap sambil terus diaduk hingga adonan tercampur rata.
- Tambahkan ekstrak vanila atau bahan aroma lainnya sesuai selera.
- Pastikan aroma tercampur merata dalam adonan.
- Kocok adonan dengan mixer elektrik pada kecepatan rendah hingga semua bahan tercampur.
- Naikkan kecepatan mixer untuk mengembangkan adonan hingga lembut dan berongga.
- Campurkan baking powder dan baking soda ke dalam adonan, aduk secara merata.

c) Pemanggangan

- Tuangkan adonan ke dalam loyang yang telah diolesi mentega dan dialasi dengan kertas roti.
- Panggang adonan dalam oven yang telah dipanaskan sebelumnya pada suhu yang sesuai.
- Panggang hingga softcake matang dan permukaannya berwarna keemasan.
- Gunakan tusuk gigi atau lidi untuk memeriksa kematangan softcake. Jika tusuk gigi keluar bersih, softcake telah matang.
- Biarkan softcake mendingin sebentar di dalam loyang sebelum dipindahkan ke rak pendingin.

d) Pemeriksaan

- Periksa apakah cake sudah sesuai standar toko atau belum

e) Penyelesaian

- Hias cake sesuai dengan jenis dan juga varian rasanya
- Tempatkan cake pada wadah

D. Analisis Pasar

1. Pasar Pelanggan

- Identifikasi Pelanggan Utama: Konsumen yang mencari pengalaman kuliner yang unik, mencintai kue lembut dengan variasi rasa, dan menghargai kualitas tinggi.
- Karakteristik Demografis: Usia: 18-45 tahun, kelas menengah hingga atas, yang tinggal di wilayah urban atau suburban.
- Karakteristik Psikografis: Pecinta makanan, pencari pengalaman kuliner, dan mereka

yang aktif di media sosial

2. Segmentasi Pelanggan

- Berdasarkan Preferensi Rasa: Membuat variasi rasa yang menarik untuk memenuhi berbagai selera konsumen.
- Berdasarkan Perayaan Acara: Menawarkan paket khusus untuk acara perayaan seperti ulang tahun, pernikahan, atau acara bisnis.

3. Proporsi Nilai

Memberikan nilai tambah melalui kualitas bahan-bahan premium, varian rasa unik, dan kemasan yang estetik.

4. Saluran Distribusi

- Pemasaran Online: Memanfaatkan platform e-commerce untuk penjualan online dan pengiriman.
- Kemitraan: Kolaborasi dengan kafe, restoran, atau bisnis lokal untuk memperluas distribusi

5. Strategi Pemasaran

- Pemasaran Digital: Menggunakan media sosial, kampanye iklan online, dan konten visual menarik untuk meningkatkan kesadaran merek.
- Strategi Konten: Membuat konten yang menarik dan relevan, seperti resep kue, tips memasak, dan cerita di balik produk.
- Program Loyalty: Menawarkan program loyalitas untuk mempertahankan pelanggan.

6. Akuisisi Pelanggan

Penawaran diskon ataupun paket khusus untuk pembelian pertama atau pelanggan baru. Menggandeng influencer kuliner untuk mengenali produk kepada audiens yang lebih luas.

7. Hubungan Pelanggan

- Interaksi di Media Sosial: Respons cepat terhadap komentar, pertanyaan, atau umpan balik pelanggan di platform media sosial.
- Pelayanan Pelanggan yang Responsif: Menyediakan saluran komunikasi yang efektif untuk menanggapi keluhan atau pertanyaan pelanggan.

8. Pelayanan pelanggan

Menciptakan lingkungan yang menyenangkan, menyediakan informasi produk yang jelas, dan menjamin produk tiba dengan aman dan dalam kondisi yang terbaik.

9. Kualitas produksi

Memastikan penggunaan bahan yang premium dan proses produksi yang berhati-hati sesuai standar produksi. Melakukan pengawasan kualitas secara teratur untuk memastikan konsistensi produk.

10. Pertumbuhan Berkelanjutan

Mengintegrasikan praktik berkelanjutan dalam rantai pasokan dan produksi. Mengeksplorasi produk tambahan atau variasi rasa untuk memenuhi perkembangan tren

pasar.

11. Monitoring Tren

Menggunakan analisis data untuk memantau tren penjualan, preferensi pelanggan, dan respon terhadap kampanye pemasaran. Melakukan riset pasar secara berkala untuk mengidentifikasi tren terbaru dan memahami perubahan dalam perilaku konsumen.

E. Analisis SDM

1. Pemilik Pemilik mengelola modal usaha, mengontrol segala kegiatan usaha dan setiap bagian struktur organisasi, serta mengambil setiap keputusan dalam jalannya usaha.
2. Investor Investor menyediakan modal usaha, dan mengawasi jalannya usaha.
3. Divisi Keuangan Bagian keuangan bertugas mencatat total pembelanjaan dan total penjualan setiap hari, mencatat kas masuk dan keluar, serta membuat laporan laba/rugi.
4. Divisi Produksi Bagian produksi bertugas membeli bahan baku, melaporkan jumlah pembelian bahan, serta melakukan proses produksi.
5. Divisi Pelayanan Bagian pelayanan bertugas memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, dan memastikan kenyamanan konsumen dengan baik.
6. Divisi Pemasaran Bagian pemasaran bertugas melakukan promosi, melayani pembeli, serta melaporkan hasil penjualan setiap hari.

F. Analisis keuangan

1. Strategi Sumber Pendanaan

Sumber pendanaan usaha ini yaitu modal dari pemilik dan juga investor

2. Proyeksi keuangan

a) Biaya tetap

Biaya tetap selama satu bulan adalah sebagai berikut :

Keterangan	Biaya	Banyak	Total
Gaji Karyawan	Rp. 1.500.000,-	1	Rp. 1.500.000,-
Listrik dan Gas	Rp. 300.000,-	1	Rp. 300.000,-
Biaya lainnya	Rp. 200.000,-	1	Rp. 200.000,-
Jumlah total			Rp. 2.000.000,-

b) Biaya Variabel

Biaya variable per-unit adalah Rp. 25.000,- dengan rincian sebagai berikut.

Bahan baku = Rp. 22.000,-

Kemasan = Rp. 2.500,-

Biaya Lain = Rp. 500,-

Sedangkan harga jual per-unit adalah Rp. 50.000,-

c) Kontribusi Margin

Kontribusi margin = harga jual – biaya variable

= Rp. 50.000 – Rp. 25.000

= Rp. 25.000

3. Analisis kelayakan Usaha

a) Analisa BEP Unit

$$\begin{aligned}\text{BEP Unit} &= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual} - \text{Harga variable}} \\ &= \frac{\text{Rp.2.000.0000}}{\text{Rp.50.000} - \text{Rp.25.000}} \\ &= \frac{\text{Rp.2.000.000}}{\text{Rp.25.000}} \\ &= 80\end{aligned}$$

Jadi, untuk memperoleh titik impas, perusahaan harus mampu menjual ±80 unit produk perbulannya

b) Analisa BEP Rupiah

$$\begin{aligned}\text{BEP Unit} &= \frac{\text{Biaya tetap x harga jual}}{\text{kontribusi margin}} \\ &= \frac{\text{Rp.2.000.0000 x Rp.50.000}}{\text{Rp.25.000}} \\ &= \frac{\text{Rp.100.000.000}}{\text{Rp.25.000}} \\ &= 4.000.000\end{aligned}$$

Jadi, perusahaan mencapai BEP Rupiah jika pendapatan sudah mencapai Rp. ±4.000.000.

BAB II PENUTUP

A. Kesimpulan

Demikian Bussiness Plan ini dibuat. Saya mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu penyusunan proposal ini. Semoga proposal bisnis yang saya ajukan ini dapat dipertimbangkan dan terealisasi serta bermanfaat bagi semua pihak. Saya menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan