

RENCANA BISNIS: OISHII CUPCAKES

Jessica

Abstrak

Oishii Cupcakes berasal dari kata “Oishii” yang dalam bahasa Jepang berarti lezat, dan *cupcakes* adalah kue yang berbentuk seperti cangkir. Sehingga *Oishii Cupcakes* berarti kue *cupcake* yang lezat. *Oishii Cupcakes* yang telah berjalan sejak tahun 2010 akan berubah dari bisnis kue *online* menjadi toko kue yang akan berlokasi di Ruko Citra Garden 2 Kalideres, Jakarta Barat. *Oishii Cupcakes* menyediakan *brownies* yang dibentuk menjadi *cupcake* dengan berbagai variasi rasa dan hiasan. Selain itu, *Oishii Cupcakes* menawarkan manfaat *3 in 1*, yaitu sehat, bernutrisi dan rendah lemak. Pertama: sehat, karena menggunakan *Rice Bran Oil* yang mengandung antioksidan *Gamma Oryzanol* sebagai bahan baku utama. Kedua: nutrisi, karena menggunakan minyak zaitun yang memiliki kandungan asam oleat. Ketiga: rendah lemak, karena menggunakan gula rendah lemak Tropicana Slim. Keunggulan kompetitif *Oishii Cupcakes* adalah “*back to nature*” yaitu suatu gaya hidup sehat yang diperlukan oleh masyarakat saat ini.

Kata Kunci: *Oishii Cupcakes*, kue *cupcake brownies*, manfaat *3 in 1*.

Abstract

Oishii Cupcakes came from “Oishii” which is a Japanese word means tasty/delicious, and *cupcakes* means cup-shaped cakes. Essentially, *Oishii Cupcakes* means a tasty/delicious cup paper-shaped cakes. *Oishii Cupcakes*, has running since 2010, will be transformed from online cakery into a cake shop that will be located at Ruko Citra Garden 2 Kalideres, West Jakarta. *Oishii Cupcakes* serve brownies which formed into cupcakes with varied taste and garnish. Moreover, *Oishii Cupcakes* offers a differentiation called 3 in 1 benefit. Those are: healthy, nutrition and low fat cupcakes. First, healthy. The healthy cupcakes is using Rice Bran Oil, that contains antioxidant called Gamma Oryzanol, as most of it is ingredient. Secondly, nutrition. It is gained from olive oil which has content of Oleic Acid. Thirdly, low fat. The main ingredient is come from Tropicana Slim low fat sugar. The competitive advantage of *Oishii Cupcakes* is “back to nature” a healthy living style which is needed of people nowadays.

Keywords: *Oishii Cupcakes*, *brownies cupcake*, *3 in 1 benefit*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Usaha

Brownies juga merupakan salah satu kue yang banyak digemari oleh seluruh masyarakat di dunia. *Brownies* diperkirakan berasal dari Amerika Serikat dan pertama kali dipublikasikan tahun 1897. Banyak cerita tentang asal usul *brownies* tetapi tidak di temukan siapa penemu asli kue tersebut. *Brownies* dikenal sebagai kue panggang lembut berbentuk kotak yang kaya akan cokelat. Seiring waktu pencinta *brownies* yang ada selalu membuat inovasi-inovasi dalam *brownies* seperti keanekaragaman rasa yaitu dari rasa cokelat mulai muncul rasa *strawberry*, *mocca* dan lain-lainnya. Selain rasa, inovasi bahan baku juga terjadi yaitu adanya penambahan bahan baku seperti singkong yang biasa disebut *brownies* singkong dan inovasi bentuk yaitu dari bentuk persegi panjang telah hadir *brownies* berbentuk *cupcakes*.

Brownies cupcakes adalah kue *brownies* yang dibentuk dalam bentuk *cup* dan diberi hiasan di atas *brownies* yang telah di bentuk. Kesederhanaan dan kemenarikan dari *Brownies cupcakes* telah menjadikan kue tersebut sebagai kue pengganti untuk kue pengantin, ulang tahun, *dessert*, dan kue-kue lainnya. Banyak acara-acara yang memilih *brownies cupcakes* sebagai pengganti *blackforrest* dan *siffon*.

Ciri khas kue *brownies* adalah warnanya yang pekat dengan cokelat dan rasanya yang manis. Hal ini menjadi alasan utama bagi para pencinta *brownies* untuk mengurungkan niat mereka mengkonsumsi kue *brownies* dalam jumlah banyak, karena dapat menyebabkan kegemukan, kolesterol dan diabetes jika memakan kue dengan kadar gula yang tinggi. Ketakutan ini paling banyak dirasakan oleh para wanita dan lanjut usia. Wanita

ingin sekali mempunyai tubuh yang ideal, sedangkan lanjut usia adalah umur yang rentan terkena penyakit diabetes dan kolesterol. Karena itu masyarakat mulai memilih makanan yang sehat untuk bagian dalam tubuh dan luar tubuh mereka.

Banyak pebisnis yang melihat peluang dan mulai berkecimpung di dunia *cakery* seperti usaha *brownies cupcakes*. Peluang ini juga memberikan semangat kepada *Oihii Cupcakes* untuk menciptakan sebuah keunikan dengan mengutamakan kesehatan dari *brownies*.

Visi, Misi dan Inti Bisnis Perusahaan

Visi

Menjadikan *Oishii Cupcakes* sebagai *brownies shop* dengan menawarkan *3 in 1 benefit*.

Misi

- Menjadikan *cakery* yang memadukan konsep *brownies shop dan cafe*.
- Menjadikan *Oishii Cupcakes* sebagai *brownies shop* pertama dengan kue *brownies* yang berkonsep *3 in 1 benefit* yaitu *Healthy, Nutrition, and Low Fat*.
- *Good Service* meliputi 3S &1M (salam, sapa, senyum dan menjelaskan).

Inti Bisnis

Oishii Cupcakes adalah sebuah bidang usaha yang berkecimpung dalam dunia *cakery* dan *cafe* khususnya *brownies cupcakes*. *Oishii Cupcakes* rencananya akan berpusat di Ruko Citra Garden 2 Kalideres, Jakarta Barat. Lokasi tersebut merupakan ruko (rumah toko) berkepemilikan pribadi yang dibangun dari tahun 1992. Sekarang ini Ruko Citra Garden 2 merupakan salah satu ruko di wilayah Kalideres yang berkembang dengan pedagang kuliner.

Oishii Cupcakes menjual produk *brownies cupcakes* dan macam-macam kue pelengkap yang diproduksinya

sendiri. *Brownies cupcakes* yang diproduksi *Oishii Cupcakes* diberikan cita rasa tersendiri yaitu dengan keunggulan *3 in 1 benefit*. Konsep ini hadir di dalam sebuah *brownies cupcakes* yang masing-masing dibedakan dengan warna kertas cup. *3 in 1 benefit* ini adalah *Healthy* menggunakan cup warna coklat, *Nutrition* menggunakan cup warna putih dan ketiga *Low Fat* menggunakan cup warna ungu.

Oishii Cupcakes tidak hanya memberikan cita rasa tersendiri di dalam variasi kandungan gizi *brownies cupcakes*, tetapi di berikan sentuhan *cafe* di dalam *cakery*. Suasana *cafe* yang dipilih adalah suasana *cafe* Jepang sesuai dengan nama dari *Oishii* yang memiliki arti “enak”. Sentuhan nuansa Jepang pun terdapat pada 3 bagian yaitu dari dekorasi, desain *cupcakes*, dan bahan baku *brownies*.

ANALISIS EKSTERNAL

Analisis Pasar

Faktor jumlah penduduk sangat berperan penting bagi kemajuan bisnis kuliner karena semakin banyak penduduk maka semakin banyak pula masyarakat yang berkuliner baik makanan besar atau makanan kecil. Bisnis kuliner dapat dijalankan dengan modal kecil dahulu dan dengan cara-cara sederhana seperti bisnis *home made* contohnya *catering*. Berdasarkan pengalaman pribadi penulis yang sedang menjalani bisnis kuliner, bisnis ini dapat menghasilkan keuntungan besar yaitu rata-rata lebih besar dari 50%. Bisnis kuliner sebagai salah satu bisnis dalam industri kreatif merupakan bisnis memiliki potensi besar.

Data dari binaukm mengatakan bisnis kuliner di Indonesia pada saat ini masih terkonsentrasi di pulau Jawa dan Bali. Kedua kawasan ini memiliki jumlah rumah makan/restoran lebih dari

73% dari total jumlah rumah makan/restoran di Indonesia. Jakarta sebagai Ibu Kota Negara dan pusat bisnis di Indonesia memiliki kontribusi terbesar jumlah restoran/rumah makan di Indonesia. Jawa Barat merupakan sentra pertumbuhan bisnis kuliner terbesar setelah Jakarta, kemudian disusul Jawa Timur, Bali, Jawa Tengah dan DI Yogyakarta.

Saat ini semakin banyak acara TV yang berlomba-lomba menyajikan acara kuliner yang bagus dan menarik sehingga dapat ditonton oleh masyarakat disetiap harinya. Harian Kompas minggu meluncurkan tulisan yang memberitakan acara-acara kuliner ditelvisi yaitu di Trans TV, acara Gula-gula asuhan Bara Pattirajawane dan Wisata Kuliner asuhan Bondan Winarno masih tetap berkibar.

Jakarta Barat menjadi salah satu wilayah Jakarta yang cukup baik untuk dijadikan tempat berbisnis kuliner selain wilayah Jakarta lainnya. Wilayah ini dapat menjanjikan keberhasilan dari bisnis kuliner karena adanya 2 faktor, yang pertama adalah jumlah penduduk yang dimiliki dimana berdasarkan data dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, wilayah Jakarta Barat merupakan wilayah berpenduduk terpadat tingkat kedua setelah Jakarta Timur dengan jumlah penduduk 2.260.341 jiwa (www.kependudukancapil.go.id).

Kedua, aktivitas bisnis terutama di dalam aktivitas perbelanjaan. Di Jakarta Barat sendiri terdapat sejumlah pusat perbelanjaan terkemuka, diantaranya adalah Mal Central Park, ITC Roxy Mas, Mal Ciputra, Mal Puri Indal, Mal Taman Anggrek, dan lainnya

Di wilayah Jakarta Barat sendiri, Menurut Badan Pusat Statistik tahun 2010 jumlah penduduk terbanyak ada pada wilayah Cengkareng dengan total 513.920 jiwa dan Kalideres dengan total

395.148 jiwa kemudian di ikuti Kebon Jeruk, Kembangan, Tambora, Grogol Petamburan, Palmerah dan Taman Sari (www.jakbarkota.bps.go.id). Wilayah Kalideres dan Cengkareng ini lah yang menjadi tempat *Oishii Cupcakes*. Menurut pengamatan penulis wilayah Kalideres-Cengkareng adalah wilayah yang memiliki aktivitas kerja yang cukup tinggi dengan melihat faktor adanya Bandara Soekarno Hatta di wilayah ini. Hal ini di jadikan peluang para pembisnis untuk membangun daerah kerja di wilayah ini. Untuk pembangunan hotel-hotel di dekat Bandara Soekarno Hatta seperti Jakarta Airport Hotel, Sheraton Airport Hotel, Sanno Hotel, dan FM& Hotel, dan lainnya (www.jakarta-cityhotels.com).

Wilayah Kalideres-Cengkareng memiliki jumlah perumahan yang banyak. Dengan wilayah yang tidak terlalu besar Kalideres-Cengkareng beberapa perumahan yang ada di wilayah ini misalnya perumahan Citra Garden 1-7, Taman Palem Lestari, Taman Palem Permata, Taman Surya, Kalideres Permai, Cengkareng Indah, dan lain-lainnya.

Berikut data observasi yang didapat penulis untuk mengetahui keadaan bisnis *bakery&cakes* dan *cafe* di wilayah Kalideres-Cengkareng :

- Menurut keterangan dari Novaria Winata pemilik dari *Firston Bakery&Cakes* yang merupakan salah satu toko kue di daerah Kalideres, potensi penjualan *bakery&cakes* sangat baik. *Firston Bakery&Cakes* berdiri pada tahun 2001 bisa memperoleh penghasilan tiap harinya antara Rp1.000.000- Rp 3.500.000. Untuk *brownies cupcakes* *Firston Bakery&Cake* memproduksi sekitar 500-700 buah per bulannya..
- Mas Harianto yang merupakan pegawai dari *cafe* kopitiam didaerah

Cengkareng mengatakan bahwa potensi *cafe* di daerah Kalideres-Cengkareng cukup baik. Penjualan dari minuman ditiap harinya sekitar Rp2.000.000- Rp4.000.000 dan untuk kue-kue sekitar Rp500.000- Rp1.000.000.

Peluang (*opportunities*):

- **Bisnis kuliner mengalami peningkatan.**

Semakin banyak jumlah penduduk semakin banyak pula orang yang membutuhkan makan dan semakin beranekaragam makanan yang dicari. Ini bisa memunculkan insiprasi untuk mengembangkan makanan-makanan yang ada.

- **Kepadatan penduduk wilayah Kalideres-Cengkareng yang menempati posisi teratas di wilayah Jakarta Barat.**

Kepadatan penduduk menjadikan peluang utama dalam pemasaran produk karena jumlah konsumen yang dapat diraih semakin besar di banding dengan wilayah yang berpenduduk sedikit.

- **Banyak hotel, perkantoran dan perumahan di wilayah Kalideres-Cengkareng.**

Dengan banyaknya hotel, perkantoran dan perumahan di Kalideres, maka wilayah tersebut dapat dikatakan berkembang dari segi aktivitas bisnis. Hal ini bisa dimanfaatkan karena biasanya hotel dan perkantoran memesan *cakery* untuk acara-acara dalam jumlah yang besar.

Ancaman (*threat*):

- **Pesaing yang banyak dari *bakery&cakes* dan *cafe*.**

Jumlah pesaing yang banyak merupakan salah satu hal yang menyulitkan karena banting-bantingan harga akan terjadi. Selain itu konsumen juga membandingkan satu produk dengan lainnya untuk

mencari produk yang enak dan murah. Kondisi harga murah dan rasa enak itu lah yang menjadi pilihan kebanyakan dari konsumen tanpa melihat kualitas.

ANALISIS INTERNAL

Analisis internal dengan melihat *strength & weakness* dan keunggulan kompetitif yang di miliki *Oishii Cupcakes* :

Kekuatan (*strength*):

- **Usaha *cakery* pertama yang menawarkan sebuah kesehatan 3 in 1 benefit.**

Oishii Cupcakes menawarkan *benefit* kesehatan yang merupakan nilai tambah di dalam *brownies cupcakes* yang lezat. *3 in 1 benefit* ini merupakan terobosan yang di lakukan oleh sebuah usaha *cakery* yang ada di Indonesia. *Oishii Cupcakes* melihat bahwa sebuah kesehatan penting dan mengubah bahwa sehat itu bisa di dapat dengan cara yang menyenangkan tentunya dengan hanya mengkonsumsi *brownies cupcakes* dari *Oishii Cupcakes*.

- **Merupakan perpaduan antara toko *cakery* dan *cafe*.**

Oishii Cupcakes memberikan kesan berbeda dari toko *bakery&cakes* pada umumnya yaitu dengan memadukan *cafe* dan toko *cakery* sebagai tempat yang nyaman dan mengasyikkan untuk melepaskan penat pikiran dengan berkumpul bersama teman-teman sambil menyantap hidangan yang di sediakan.

- **Memberikan nuansa Jepang kedalam *cafe* dan produk *cupcakes*.**

Meskipun *Oishii cupcakes* menjual *cupcakes* yang identik dengan nuansa barat (*western*) tetapi *Oishii cupcakes* bernuansa Jepang. Nuansa

Jepang yang kami berikan dari segala segi yaitu dari nama usaha, dekorasi *cafe*, desain *cupcakes*, dan terutama bahan baku andalan kami yaitu *Rice Bran Oil*.

- **Satu-satunya *cakery* yang khusus menjual *brownies cupcakes* yang berada di wilayah Kalideres-Cengkareng.**

Saat ini belum ada satu pun toko di wilayah Kalideres-Cengkareng yang menjual *brownies cupcakes* sebagai jualan utamanya. Toko kue/roti yang ada menjual *cupcakes* tapi hanya sebagai pelengkap saja. Sedangkan *Oishii Cupcakes* benar-benar mengunggulkan produk *brownies cupcakes* yang dilengkapi dengan beberapa jenis kue lainnya.

Kelemahan (*weakness*):

- **Nama belum cukup di kenal**
Oishii Cupcakes masih terhitung benar-benar baru di dunia *cakery* di banding dengan para pesaingnya dan belum memiliki cabang. Ini merupakan tantangan bagi *Oishii Cupcakes* untuk lebih kreatif dalam memasarkan produknya dan inovatif dalam kreasi produk.
- **Ketergantungan terhadap barang import dan fluktuasi kurs USD.**
Oishii Cupcakes memang harus bergantung pada barang *import* dan fluktuasi kurs USD. Ketergantungannya berdampak pada minimnya ketersediaan bahan baku pada agen dan harga modal yang tidak dapat diprediksi.

Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif *Oishii Cupcakes* adalah "*back to nature*" dengan produk unggulan yang sangat mengutamakan kesehatan yaitu memberi *3 in 1 benefit* dari *cupcakes* dan semua produk yang di produksi memakai bahan baku yang berkualitas dan di jamin dapat menjaga kesehatan para konsumen. *3 in 1 benefit* yang di berikan adalah *healthy* dengan

bahan baku *Rice Brand Oil, Nutrition* dengan bahan baku *Olive Oil* dan *Low Fat* memakai bahan baku gula rendah lemak yaitu *Tropicana Slim*. Keunggulan kompetitif ini akan terus di jaga dan di perhatikan agar bisa mencapai yang terdepan di dunia *cakery* khususnya *cupcakes*.

RENCANA PEMASARAN

Segmentation, Targeting, Positioning

Oishii Cupcakes membagi pasar menjadi 2 yaitu *geografis segmentation* dan *psychographic segmentation*.

a. *Geographic Segmentation* membagi pasar berdasarkan Kotamadya (www.jakarta.bps.go.id) dan aktivitas bisnis dilihat dari jumlah pusat perbelanjaan yang ada (www.daftar.co) :

- Jakarta Timur: Kotamadya ini menempati posisi pertama dari segi kepadatan penduduknya dengan 2.817.994 jiwa. Jakarta Timur memiliki 16 pusat perbelanjaan.
- Jakarta Barat: Kotamadya ini menempati posisi kedua terpadat jumlah penduduknya, dengan 2.430.410 jiwa. Jakarta Barat memiliki 15 pusat perbelanjaan.
- Jakarta Selatan: Kotamadya ini memiliki jumlah penduduk 2.164.070 jiwa. Jumlah pusat perbelanjaan yang ada sebanyak 27 pusat perbelanjaan.
- Jakarta Utara: Kotamadya ini memiliki penduduk 1.729.444 jiwa. Jakarta utara memiliki jumlah pusat perbelanjaan yang sama seperti Jakarta Selatan yaitu 16.
- Jakarta Pusat: Kotamadya ini memiliki jumlah penduduk 910.381 jiwa. Jakarta Pusat ini memiliki jumlah pusat perbelanjaan sejumlah 21 pusat perbelanjaan.

b. Pembagian pasar *psychographic segmentation* berdasarkan gaya hidup. Menurut pengamatan penulis gaya hidup digolongkan menjadi dua yaitu dari sisi pandangan terhadap kesehatan adalah gaya hidup sehat dan gaya hidup tidak sehat sedangkan dari sisi adaptasi terhadap perkembangan jaman adalah gaya hidup modern dan gaya hidup tradisional (kuno).

Berdasarkan segmentasi pasar yang telah di buat maka di tentukan targeting *Oishii Cupcakes* yaitu konsumen yang berada di Jakarta Barat khususnya di wilayah Kalideres-Cengkareng, bergaya hidup modern dan memperhatikan kesehatan. *Oishii Cupcakes* memiliki *positioning statement* yaitu *Life Style With Healthy Cupcakes*.

Strategi Bauran Pemasaran

Produk (*product*)

Oishii cupcakes menawarkan 3 jenis *brownies cupcakes* unggulan dengan manfaat yang berbeda-beda, yaitu: ***Healthy benefit*** dengan nama produk ***Brown Rice, Nutrition benefit*** dengan nama produk ***White Olive***, dan ***Low Fat benefit*** dengan nama produk ***Purple Slim*** serta kue-kue pelengkap lainnya (seperti *tofu cake, cheese cake dan egg tart*). Minuman yang di tawarkan oleh *Oishii Cupcakes* antara lain adalah: berbagai macam jenis *tea, coffee, juice*

Harga (*price*)

Produk *brownies cupcakes 3 in 1 benefit* memiliki harga Rp15.000 per buah. Produk kue-kue pelengkap memiliki harga Rp12.000. Produk minuman memiliki rentang harga antara Rp10.000 - Rp25.000.

Tempat (*place*)

Oishii Cupcakes akan di dirikan Ruko Citra garden 2 Blok H2 no 3. Alasan *Oishii Cupcakes* memilih tempat ini karena ruko atas kepemilikan pribadi dan ruko yang memiliki luas 5m x 18m

dengan mempunyai 2 lantai, akan di pergunakan 1 lantai saja dan lantai ke 2 akan disewakan untuk kantor.

Promosi (promotion)

Promosi yang di berikan yaitu :

1. *Every day promotion*: promosi dengan tema yang berbeda tiap harinya sebagai berikut:
 - o Hari Senin: *Healthy Day* , *Buy 4 get 1* untuk pembelian *Brown Rice* yang berwarna *cup* coklat
 - o Hari Selasa: *Nutrition Day*, *Buy 4 get 1* untuk pembelian *White Olive* yang berwarna *cup* putih.
 - o Hari Rabu: *Low Fat Day*, *Buy 4 get 1* untuk pembelian *Purple Slim* yang berwarna *cup* ungu.
 - o Hari Kamis: *Juice Day*, *Buy 4 cupcakes* (semua rasa dan jenis) *get 1 juice*.
 - o Hari Jumat, Sabtu dan Minggu: mendapatkan gratis 1 *brownies cupcakes* apa saja untuk setiap pembelian di atas Rp100.000.
2. Pemasangan iklan di media cetak CitraPalem, sebuah majalah media kawasan yang membahas segala sesuatunya seputar kawasan Perumahan Citra dan Palembang.

RENCANA OPERASIONAL

Kegiatan produksi di lakukan setiap hari yang di bagi menjadi 2 bagian yaitu produksi *cakery* dan produksi minuman. Pada produksi *cakery* dibagi menjadi 2 *shift* pagi dan sore. Untuk *shift* pagi pukul 10.00-13.00 WIB khusus untuk pemesanan dan *shift* sore pukul 17.00-20.00 WIB untuk penjualan diesok harinya. Walaupun kegiatan produksi telah dijadwalkan seperti ini namun bisa saja menyesuaikan sehubungan dengan adanya pemesanan yang akan diambil di pagi hari yang berarti produksi dilakukan pada *shift* sore hari sebelumnya bersamaan dengan produksi untuk penjualan di toko. Kegiatan produksi minuman mengikuti waktu

saat toko *Oishii Cupcakes* buka yaitu pada pukul 09.00-22.00. Jam operasional buka toko *Oishii Cupcakes* adalah hari Senin sampai dengan Minggu pukul 09.00-22.00 WIB.

Peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan *Oishii Cupcakes* untuk *cakery* antara lain adalah oven gas, kompor gas, kulkas, mangkuk kaca, *steamer* coklat, loyang *cupcakes*, loyang *egg tart*, loyang kue, *mixer*, kocokan tangan, spatula, dan lainnya. Sementara peralatan dan perlengkapan lain berupa penyeduh kopi dan teh, *coffee maker*, penyaring, *box* pendingin, *juicer*, disamping berbagai peralatan dan perlengkapan makan.

Untuk kapasitas, terdapat meja dan tempat duduk makan kapasitas untuk 12 orang dan meja gaya Jepang sebanyak 3 buah dengan kapasitas sebanyak 12 orang. Selain bisa makan minum di tempat *Oishii Cupcakes* juga melayani pesanan untuk dibawa pulang (*take away*). Sambil menunggu pesanan, para pelanggan dapat melihat cara pembuatan *Oishii Cupcakes* dengan konsep dapur yang terbuka.

RENCANA SUMBER DAYA MANUSIA

Struktur organisasi *Oishii Cupcakes* menggunakan struktur sederhana dimana pemilik merangkap sebagai pengelola/manajer. Pemilik membawahi pelayan, *helper*, ahli masak, ahli gizi dan bagian keuangan. Uraian tugas masing-masing tabel 1 di bawah ini

Tabel 1
Uraian Tugas *Oishii Cupcakes*

No.	Jabatan	Uraian Tugas
1.	Pemilik (owner)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mengkordinasi seluruh bagian yang terkait dalam kegiatan operasional. ▪ Membuat dan menetapkan peraturan untuk perusahaan. ▪ Membuat konsep untuk kemajuan usaha termasuk marketing. ▪ Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan operasional perusahaan.
2.	Pelayan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Melayani segala kebutuhan konsumen atas pemesanan produk dan menyajikan makanan yang terjamin kebersihannya dan sesuai aturan penyajian. ▪ Bertanggung jawab atas kebersihan keseluruhan toko <i>Oishii Cupcakes</i>.
3.	<i>Helper</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mengantar pesanan kepada konsumen (<i>delivery order</i>). ▪ Bertanggung jawab terhadap kebersihan toko <i>Oishii Cupcakes</i>.
4.	Ahli masak	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bertanggung jawab atas pembuatan menu yang telah di pesan konsumen. ▪ Menjaga kebersihan dan kualitas dari setiap hidangan. ▪ Menjaga dan mempertahankan rasa di setiap menu hidangan. ▪ Laporan mengenai

		bahan baku kepada pemilik (owner).
5.	Konsultan ahli gizi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menghitung kandungan nilai gizi di tiap hidangan yang baru akan keluaran di pasaran oleh <i>Oishii Cupcakes</i>. ▪ Memberikan konsultasi dan pengarahan kepada owner <i>Oishii Cupcakes</i> mengenai produk.
6.	Bagian keuangan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memberikan laporan rutin pembukuan terhadap pemilik (owner).

Sumber: Penulis

Oishii Cupcakes membutuhkan 15 karyawan dengan 14 karyawan tetap dan 1 karyawan tidak tetap sebagaimana dijabarkan dalam tabel 2.

Tabel 2
Jumlah Karyawan

No.	Jabatan	Jumlah	Keterangan
1.	Ahli gizi	1 orang	Karyawan tidak tetap
2.	Ahli masak	4 orang	Karyawan tetap
3.	Keuangan	2 orang	Karyawan tetap
4.	Pelayan	6 orang	Karyawan tetap
5.	<i>Helper</i>	2 orang	(2 pria dan 4 wanita) Karyawan tetap
Total :		15 orang	

Sumber: Penulis

Setiap karyawan berhak atas gaji pokok yang nilainya akan kami sesuaikan dengan ketentuan UMR/UMP yang berlaku. Di luar itu masih ada bonus & Tunjangan Hari Raya. Untuk bonus akan di berikan kepada karyawan yang memiliki kinerja baik. Dasar pemberian bonus adalah penilaian yang dilakukan setiap 6 bulan sekali yang

dilakukan oleh *owner* sendiri dengan melihat kemampuan dalam bekerja, keuletan dan kejujuran.

Untuk meningkatkan kemampuan para karyawan, *Oishii Cupcakes* mengadakan pelatihan yang diberikan oleh pemilik (*owner*). Pemilik memiliki keahlian dalam bidang *cakery* dan minuman, sehingga pemilik akan langsung mengajarkan para karyawan pada awal mulanya. Hal-hal yang diajarkan adalah membuat *brownies cupcakes*, *cakes* dan minuman kepada para koki baru, cara membersihkan peralatan dan perlengkapan kepada karyawan dan cara melayani tamu dengan sebaik-baiknya. Pelatihan selanjutnya dilakukan oleh orang kepercayaan atau karyawan lama yang sudah berpengalaman di *Oishii Cupcakes* terhadap para karyawan karyawan baru. Pemilik dan seluruh karyawan akan mengadakan rapat sebulan sekali untuk memberikan petunjuk tentang rencana pengembangan *Oishii Cupcakes* kedepannya. Setiap 6 bulan, *Oishii Cupcakes* memberikan kesempatan kepada para karyawan untuk menemukan produk baru.

RENCANA INOVASI

Oishii Cupcakes merencanakan untuk mengeluarkan varian baru produk. Varian baru yang dimaksud disini adalah varian dari rasa, bentuk, *topping cupcakes*, warna dan menambah menu-menu lain. Dari rasa cupcakes akan di tambah rasa seperti *strawberry*, *blueberry*, *green tea*, dan lain-lainnya. Lalu bentuk *cupcakes* akan di buat variasi seperti ada yang berbentuk *cupcakes* yang sangat besar atau sebagainya. Untuk *topping cupcakes* di buat *topping* dengan buah-buahan asli dan di buat *topping* untuk logo perusahaan. Varian pada rasa juga di lakukan dengan menambah warna-warni yang menarik perhatian seperti warna

rainbow cake. dan terakhir adalah menambah varian menu-menu pelengkap lainnya seperti menambah *dorayaki* dan lain-lain.

Selain inovasi pada varian produk, direncanakan juga akan melakukan pengembangan bisnis berupa penambahan *outlet* (toko). *Oishii cupcakes* akan membuat *outlet* produksi dan *outlet* untuk berjualan. *Outlet* pusat akan menjadi tempat produksi *cakery* dan sekaligus tempat berjualan. Sedangkan *outlet* penjualan hanya untuk berjualan dan hanya menerima kiriman produk *cakery* dari pusat. Untuk menunjang rencana pengembangan ini tentu harus menambah kapasitas produksi dengan menambah mesin/peralatan produksi *cupcakes* dan juga modernisasi teknologi mesin/peralatannya.

RENCANA KEUANGAN

Investasi awal yang dibutuhkan untuk mulai usaha ini sebesar Rp.170.442.000 yang merupakan pembelian berbagai macam peralatan dan perlengkapan. Nilai investasi ini di luar investasi toko (ruko) sehingga analisis keuangan yang disajikan tidak memperhitungkan nilai investasi bangunan toko (ruko). Berikut dalam tabel 3, 4 dan 5 akan dijabarkan mengenai proyeksi pendapatan dan ikhtisar keuangan dari *Oishii Cupcakes*

Tabel 3
Proyeksi Pendapatan Tahun I (dalam Rp)

Keterangan	Tahun 1	
	Jan-Jun	Jul-Des
Per 6 Bulan		
Pendapatan Cupcakes	81,000,000	105,000,000
Biaya Variabel	33,210,000	43,050,000
Laba Bruto	47,790,000	61,950,000
Pendapatan <i>Cakery</i>	32,400,000	42,000,000
Biaya Variabel	13,284,000	17,220,000
Laba Bruto	19,116,000	24,780,000
Pendapatan <i>Coffee</i>	45,000,000	57,500,000
Biaya Variabel	9,000,000	11,500,000
Laba Bruto	36,000,000	46,000,000
Pendapatan <i>Juice</i>	18,000,000	23,000,000
Biaya Variabel	7,200,000	9,200,000
Laba Bruto	10,800,000	13,800,000
Pendapatan <i>Tea</i>	36,000,000	46,000,000
Biaya Variabel	4,680,000	5,980,000
Laba Bruto	31,320,000	40,020,000
Total Laba Bruto	145,026,000	186,550,000
Biaya Tetap	104,220,000	114,642,000
Laba Bersih	40,806,000	71,908,000

Sumber: Penulis

Tabel 4
Proyeksi Pendapatan Tahun 2 (dalam Rp)

Keterangan	Tahun 2	
	Jan-Jun	Jul-Des
Per 6 Bulan		
Pendapatan Cupcakes	145,600,000	192,000,000
Biaya Variabel	59,696,000	78,720,000
Laba Bruto	85,904,000	113,280,000
Pendapatan <i>Cakery</i>	58,500,000	78,000,000
Biaya Variabel	23,985,000	63,960,000
Laba Bruto	34,515,000	14,040,000
Pendapatan <i>Coffee</i>	78,000,000	104,000,000
Biaya Variabel	15,600,000	20,800,000
Laba Bruto	62,400,000	83,200,000
Pendapatan <i>Juice</i>	33,000,000	44,000,000
Biaya Variabel	13,200,000	17,600,000
Laba Bruto	19,800,000	26,400,000

Pendapatan <i>Tea</i>	66,000,000	85,800,000
Biaya Variabel	8,580,000	11,154,000
Laba Bruto	57,420,000	74,646,000
Total Laba Bruto	260,039,000	311,566,000
Biaya Tetap	126,106,200	138,716,820
Laba Bersih	133,932,800	172,849,180

Sumber: Penulis

Total laba bersih sebesar
Rp.419.495.980

Tabel 5
Ikhtisar Keuangan

Keterangan	Jumlah
Profit Margin (%)	30,6%
Return Of Investment (%)	245,9%
Payback Periode	10 bulan

KESIMPULAN

Oishii Cupcakes adalah bisnis yang menjual *brownies cupcakes* dengan keunggulan *3 in 1 benefit*. Ketiga keunggulan ini berasal dari bahan baku berupa *Rice Bran Oil*, *Olive Oil*, dan gula rendah lemak (*Low Fat*). Bahan baku *Rice Bran Oil* dan *Olive Oil* ini merupakan bahan baku impor. Dengan demikian *Oishii Cupcakes* memiliki risiko fluktuasi kurs mata uang USD. *Oishii Cupcakes* senantiasa akan berusaha meminimalisasi dampak risiko fluktuasi nilai tukar ini agar tidak mengganggu kelancaran pasokan bahan baku yang berarti juga mengganggu kelancaran produksi dan penjualan.

Saat ini terjadi tren *Rainbow Cake* di masyarakat. Karena warnanya yang terang seperti pelangi membuat *Rainbow Cake* terlihat menarik. Menurut pengamatan penulis *Rainbow Cake* banyak disukai terutama sebagai alternatif dari *cupcake*. Melihat hal ini *Oishii Cupcakes* berpikir untuk

melakukan antisipasi melalui inovasi produk yaitu dengan membuat *Rainbow Cupcakes*. *Rainbow Cupcakes* ini memiliki warna pelangi seperti *Rainbow Cake*. Tidak hanya warna yang menarik, *Oishii Cupcakes* juga tetap mempertahankan keunggulan 3 in 1 benefit dengan bahan baku yang memberikan gizi dan sehat bagi para konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

<http://binaukm.com/2010/05/perkembangan-bisnis-rumah-makan-dan-restoran-peluang-usaha-rumah-makan-restoran/>

<https://www.daftar.co/mall-di-jakarta/>,

http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_pusat_perbelanjaan_di_Indonesia

<http://www.jakarta-cityhotels.com/hotels/airport-cengkareng/index.html>

<http://jakbarkota.bps.go.id/index.php/kependudukan/42-kependudukan/79-319-kependudukan>

<http://www.kependudukancapil.go.id/index.php/statistik/penduduk-dki-jakarta/42-statistik/4-jumlah-penduduk-provinsi-dki-jakarta>