

## Perencanaan Bisnis *Online Caring Cookies*

Endah Purbaningrum Santoso

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Soegijapranata,  
email: jacintaendahsantoso@gmail.com

### Abstrak

Kepedulian akan kesehatan menjadikan munculnya bisnis makanan sehat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan dari rancangan bisnis *online Caring Cookies* apabila ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran (APP), aspek produksi dan operasional (APO), aspek sumber daya manusia (ASDM), dan aspek keuangan (AK). Pengumpulan data dilakukan melalui kuisioner, observasi, dan dokumen. Analisa data dilakukan secara deskriptif. Analisis kelayakan finansial dilakukan dengan *net present value* (NPV), *profitability index* (PI), *payback period* (PP), dan *international rate of return* (IRR). *Caring Cookies* menjual *healthy cookies* (*Honey Oat Cookies*) yang tanpa tepung terigu, telur, dan susu sapi. APP: segmentasi pasar adalah semua generasi yang peduli kesehatan melalui pengaturan pangan yang dikonsumsi, target pasar adalah *single-segment concentration*, dan *positioning* pasar adalah *market nicher*. 4P Marketing Mix: produk yang dijual *healthy cookies*, promosi melalui *sales promotion* dan *direct marketing*, harga jual produk IDR 62.000, dan pendistribusian produk secara langsung. APO: proses produksi dilakukan di Jalan Dokter Cipto 125A, Semarang. ASDM: pada awal berdirinya diperlukan satu orang pekerja. AK: *initial investment* yang dibutuhkan adalah IDR 11.553.180. Hasil analisis kelayakan finansial dari segi NPV positif (128.866.529),  $PI > 1$  (12,15), PP 2 tahun 0,5 bulan, dan IRR (80,51 %) > bunga bank (5,50%). Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan.

**Kata kunci :** perencanaan bisnis *online*, *healthy lifestyle*, bisnis makanan sehat, *caring cookies*

### PENDAHULUAN

Pada tahun 2015, Nielsen Global Company, yang merupakan pemimpin di dalam penyedia informasi mengenai keinginan dan penilaian konsumen sedunia, memberitakan mengenai perubahan pola konsumsi menjadi lebih memperhatikan masalah kesehatannya dan bersedia membayar lebih untuk makanan dengan *healthy attributes*. Hal ini menjadikan terdapatnya kesempatan yang besar bagi

manufaktur dan retail dibidang pangan untuk produk dan jasa yang mendukung isu kesehatan, seperti munculnya produk makanan yang ditujukan bagi konsumen yang memiliki alergi tertentu dan produk *gluten free* (Nielsen, 2015).

Fenomena kepedulian masyarakat akan makanan sehat juga terjadi di Indonesia. Seperti dilansir oleh harian CNN Indonesia dan Fakta.co.id, sebanyak 80% responden di Indonesia mengaku melakukan

pengaturan terhadap makanan atau minuman yang dikonsumsi (Andika, 2016; Priherdityo, 2016). Hal ini menunjukkan tingginya kesadaran dan kepedulian masyarakat Indonesia terhadap makanan yang dikonsumsi.

Di wilayah Semarang, Indonesia terdapat dua penjual *cookies* sehat, yaitu *Joycia* dan *Like Cookies*. Kedua *cookies* ini dijual secara *online*. Akan tetapi, *cookies* sehat bukanlah produk fokus bagi keduanya.

Belum adanya bisnis *online* yang khusus bergerak di bidang *cookies* sehat di Semarang dan adanya kepedulian masyarakat akan makanan sehat menjadikan perlu dilakukannya penelitian lebih lanjut mengenai perencanaan bisnis *online cookies* sehat di Semarang.

## **METODE**

Obyek penelitian di dalam penelitian ini adalah pendirian suatu bisnis baru, yaitu *Caring Cookies*. Penelitian ini mencakup empat buah aspek, yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek produksi dan operasional, aspek sumber daya manusia, serta aspek keuangan. Lokasi di dalam penelitian ini adalah di area kota Semarang, Indonesia. Teknik pengumpulan data yang digunakan

di dalam penelitian ini adalah observasi dan kuisioner.

Pada aspek pasar dan pemasaran data yang diperlukan untuk *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* didapat dari proses kuisioner ke 90 orang responden yang terdiri dari 41 orang responden berjenis kelamin pria dan 49 orang responden berjenis kelamin wanita. Untuk aspek 4P *Marketing Mix* data didapat melalui observasi. Pada aspek produksi dan operasional serta aspek keuangan, pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi. Pada aspek sumber daya manusia, data yang dibutuhkan didapat melalui studi pustaka terhadap Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003.

Analisis dari aspek pasar dan pemasaran dilakukan dengan menggunakan alat analisis *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*, serta *marketing mix* (*product*, *price*, *promotion*, dan *place*).

Analisis dari aspek produksi dan operasional di dalam penelitian ini akan dilakukan dengan melakukan perencanaan mengenai lokasi produksi, peralatan produksi, ketersediaan bahan baku produksi, proses produksi, kapasitas produksi, dan pengaturan kualitas produksi.

Analisis dari aspek sumber daya manusia di dalam penelitian ini akan dilakukan dengan melakukan perencanaan mengenai struktur organisasi perusahaan, *job description*, perencanaan proses rekrutmen tenaga kerja, dan perencanaan peraturan kerja perusahaan.

Analisis dari aspek keuangan di dalam penelitian ini diawali penentuan biaya produksi, HPP, dan *cashflow* lalu dilanjutkan dengan analisis kelayakan finansial yang meliputi empat alat analisis, yaitu:

- a. *Net Present Value* (NPV) (Tirta et al., 2014; Barusman (2013)

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{Bt - Ct}{(1 + i)^t}$$

Keterangan:

- t = umur proyek
- i = tingkat bunga
- Bt = keuntungan proyek pada tahun t
- Ct = biaya proyek pada tahun t

- b. *Profitability Index* (Aziz et al., 2016)

$$Profitability Index = \frac{n + (A - B)}{C - B}$$

Keterangan:

- A = investasi awal
- B = jumlah akumulasi aliran kas bersih tahun ke n
- C = jumlah akumulasi aliran kas bersih tahun ke n+1
- n = tahun dimana aliran kas belum dapat mengembalikan investasi

- c. *Payback Period* (PP) (Aziz et al., 2016)

$$PP = \frac{\text{investasi}}{\text{kas bersih per tahun}} \times 1\text{thn}$$

- d. *Internal Rate Of Return* (IRR) (Aziz et al., 2016)

$$IRR = i_1 + \left[ \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \right] (i_1 - i_2)$$

Keterangan:

IRR = *Internal Rate of Return*

NPV<sub>1</sub> = *Net Present Value 1*

NPV<sub>2</sub> = *Net Present Value 2*

i<sub>1</sub> = tingkat bunga *discount rate* yang menghasilkan NPV<sub>1</sub>

i<sub>2</sub> = tingkat bunga *discount rate* ssyang menghasilkan NPV<sub>2</sub>

## HASIL PENELITIAN

### Aspek Pasar dan Pemasaran-Segmentasi

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa baik laki-laki maupun perempuan sama-sama berpotensi melakukan pola hidup sehat, melakukan pengaturan terhadap makanan yang dikonsumsi, dan memiliki alergi terhadap makanan tertentu. Hal yang sama juga terjadi pada beragam jenis pekerjaan, meliputi wiraswasta, profesional, karyawan swasta, dan pensiun, dan status pernikahan. Untuk semua jenis pekerjaan didapatkan penghasilan >IDR25.000.000 per tahun. Untuk tingkat pendidikan didapatkan bahwa responden dengan berbagai tingkat pendidikan memiliki potensi didalam membeli produk *cookies* sehat dimana mereka memiliki ketertarikan dan kebersediaan di dalam membeli *cookies*. Sebanyak 52 responden memiliki pola hidup sehat, 74 responden melakukan pengaturan makanan, dan 22

responden memiliki alergi terhadap makanan tertentu.

### Aspek Keuangan

Biaya investasi awal atau yang dikenal juga dengan *initial investment* merupakan nominal biaya yang digunakan dalam rangka membangun suatu usaha atau pengembangan usaha (Kusuma & Mayasti, 2014). Total dari *initial investment* yang dibutuhkan oleh *Caring Cookies* adalah sebesar IDR 11.553.180. Perincian mengenai perkiraan perhitungan *initial investment* yang dibutuhkan dapat dilihat pada Tabel 2.

Harga pokok produksi (HPP) dihitung dari penjumlahan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* (terdiri dari biaya listrik, biaya air, dan biaya penyusutan/unit), dan biaya kemasan. HPP produk *Caring Cookies* dapat dilihat pada Tabel 3.

Estimasi penjualan dari *Caring Cookies* dilakukan selama delapan tahun. Pada tahun pertama penjualannya (Tabel 34.), diperkirakan bahwa terjadinya peningkatan hasil penjualan pada bulan Februari, Juni, dan Desember berturut-turut sebesar 40%, 80%, dan 80%. Hal ini disebabkan pada bulan Februari terdapat perayaan Imlek, di bulan Juni ada perayaan Lebaran, dan bulan

Desember ada perayaan Natal dan akhir tahun. Pada perayaan-perayaan besar tersebut biasanya orang cenderung untuk melakukan tradisi bebagi makanan kepada kerabat, sanak saudara, dan keluarga sehingga permintaan akan produk *cookies* akan meningkat.

Berdasarkan Tabel 4. dan Tabel 5. dapat dilihat bahwa pada tahun pertama diprediksi jumlah box *cookies* yang terjual adalah sebanyak 1.600 box. Dari segi kapasitas produksinya, jumlah tersebut masih masuk dalam kapasitas produksi yang dapat dihasilkan oleh *Caring Cookies* dalam satu tahun (kapasitas produksi satu tahun adalah 16.800 box).

Perkiraan ini dilakukan berdasarkan data dari Suriyadi (2017). Berdasarkan Suriyadi (2017), penjualan kue kering pada Toko Kue Kering Rafina di Kalimantan Selatan pada awal berdirinya (pada tahun 2011), toko kue kering ini berhasil menjual 6.513 toples. *Caring Cookies* menjualkan sebuah produk *cookies* sehat yang baru bagi masyarakat sehingga membutuhkan waktu untuk memperkenalkan produk sehingga diperkirakan *Caring Cookies* bisa mendapat bagian sebesar 25% dari pasar ( $\pm 1.628$  produk yang kemudian dibulatkan ke bawah menjadi 1.600 buah).

Berdasarkan Tabel 5., diperkirakan bahwa *Caring Cookies* akan mengalami peningkatan dalam penjualannya sebesar 8,23% per tahun selama delapan tahun. Pertimbangan yang menjadi dasar dari perhitungan ini adalah rata-rata pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia dari tahun 2015-2017 (Republika, 2016; Finance Detik, 2018).

Pada tahun 2015 terjadi pertumbuhan sebanyak 7% di dalam industri makanan dan minuman (Republika, 2016). Pertumbuhan ini terus meningkat setiap

tahunnya dimana pada tahun 2016 dan 2017 terjadi pertumbuhan sebanyak 8,46% dan 9,23% secara berturut-turut (Finance Detik, 2018). Hal ini menandakan bahwa industri makanan dan minuman merupakan pasar yang terus berkembang dan terdapat peluang untuk dapat masuk ke dalam pasar makanan dan minuman. Berdasarkan data tersebut lalu dibuat rata-rata pertumbuhan selama tiga tahun terakhir dimana hasil dari rata-rata tersebut adalah 8,23%. Angka inilah yang kemudian digunakan sebagai perkiraan pertumbuhan usaha *Caring Cookies*.

Tabel 1. Hasil kuisioner segmentasi pasar

Generasi	Jumlah responden		Pekerjaan		Sudah menikah	Pendidikan		Pola hidup sehat	Pengaturan makanan yang dikonsumsi	Alergi makanan tertentu
	L	P	Bekerja	Tidak bekerja		SMA	Sarjana			
<i>Silent generation</i>	1	3	-	100%	25,00%	100%	-	100%	100%	50,00%
<i>Baby boomers</i>	6	9	66,66%	33,33%	53,55%	40,00%	60,00%	60,00%	80,00%	26,67%
Gen X	6	6	41,67%	16,67%	66,67%	25,00%	75,00%	50,00%	83,37%	16,67%
Gen Y	22	27	90,80%	9,20%	51,02%	12,25%	87,75%	61,22%	89,78%	22,44%
Gen Z	6	4	40,00%	60,00%	-	50,00%	30,00%	30,00%	50,00%	30,00%

Sumber: Data primer

Tabel 2. Perkiraan *initial investment* *Caring Cookies*

	Jumlah (unit)	Penjual	Harga produk	Total harga produk
<b>Peralatan Utama</b>				
Oven	1	Lazada	IDR 499.900	IDR 499.900
<i>Stand mixer</i>	1	Lazada	IDR 498.000	IDR 498.000
<b>Peralatan Pendukung</b>				
Kulkas	1	Lazada	IDR 2.348.000	IDR 2.348.000
<i>Blender</i>	1	Lazada	IDR 119.900	IDR 119.900
Kompor	1	Lazada	IDR 365.980	IDR 365.980
<i>Baking sheet</i>	2	(include dengan oven)	IDR -	IDR -
<i>Parchment paper</i>	24	Fortune	IDR 24.000	IDR 24.000
Sendok	6	Pasifik	IDR 11.500	IDR 11.500
Garpu	6	Pasifik	IDR 11.500	IDR 11.500
Sendok teh	6	Pasifik	IDR 9.500	IDR 9.500
Sendok plastik	6	Pasifik	IDR 5.000	IDR 5.000

Spatula	1	Fortune	IDR 3.000	IDR 3.000
Ayakan 16 cm	1	Pasifik	IDR 30.000	IDR 30.000
Gelas ukur	1	Pasifik	IDR 5.000	IDR 5.000
<i>Wire rack</i>	1	(include dengan oven)	IDR -	IDR -
Timbangan	1	Lazada	IDR 49.900	IDR 49.900
<i>Whisk</i>	1	Harmony Mart	IDR 21.000	IDR 21.000
<b>Operasional</b>				
Pompa galon air	1	Hypermart	IDR 50.000	IDR 50.000
Lemari plastik	1	Pasifik	IDR 450.000	IDR 450.000
Pisau	1	Pasifik	IDR 16.000	IDR 16.000
Meja kantor	1	Lazada	IDR 269.000	IDR 269.000
Kursi kantor	1	Lazada	IDR 206.000	IDR 206.000
Laptop Acer Aspire ES1-111M-P156	1		IDR 3.000.000	IDR 3.000.000
Smart phone Samsung J6 2018	1	Samsung	IDR 3.299.000	IDR 3.299.000
Sapu	1	Pasifik	IDR 20.000	IDR 20.000
Pel	1	Pasifik	IDR 10.000	IDR 10.000
Selotip	1	Mita Jaya Abadi	IDR 5.000	IDR 5.000
Gunting	1	Mita Jaya Abadi	IDR 10.000	IDR 10.000
<i>Silica gel</i> makanan	1	Harmony Mart	IDR 22.500	IDR 22.500

(250 gram)				
Staples	1	Mita Jaya Abadi	IDR 14.000	IDR 14.000
Baskom 16 CJP	1	Pasifik	IDR 13.000	IDR 13.000
Pegangan panas	1	Pasifik	IDR 20.000	IDR 20.000
Talenan Lion Star	1	Pasifik	IDR 22.000	IDR 22.000
Tatakan panas	1	Pasifik	IDR 7.000	IDR 7.000
Mangkok melamin	1	Pasifik	IDR 4.500	IDR 4.500
Baskom <i>stainless steel</i>	1	Pasifik	IDR 55.000	IDR 55.000
<i>Water jug</i> Oshin 1,5L	1	Pasifik	IDR 13.000	IDR 13.000
Gelas melamin	12	Pasifik	IDR 45.000	IDR 45.000
<b>Total Initial Investment</b>	<b>IDR 11.553.180</b>			

Sumber: Data primer (2018)

Tabel 4. Estimasi penjualan Caring Cookies pada tahun pertama

Bulan	<i>Original Honey Oat Cookies</i>		
	Jumlah produk	Harga/produk	Total (IDR)
Januari	90	IDR 62.000	IDR 5.580.000
Februari	250	IDR 62.000	IDR 15.500.000
Maret	90	IDR 62.000	IDR 5.580.000
April	90	IDR 62.000	IDR 5.580.000
Mei	90	IDR 62.000	IDR 5.580.000
Juni	290	IDR 62.000	IDR 17.980.000
Juli	90	IDR 62.000	IDR 5.580.000
Agustus	90	IDR 62.000	IDR 5.580.000
September	90	IDR 62.000	IDR 5.580.000
Oktober	90	IDR 62.000	IDR 5.580.000
Nopember	90	IDR 62.000	IDR 5.580.000
Desember	250	IDR 62.000	IDR 15.500.000
<b>Total</b>	<b>1600</b>		<b>IDR 99.200.000</b>

Sumber: data primer yang diolah (2018)

Tabel 3. Harga pokok produksi *Honey Oat Cookies*

Bahan baku	Unit (gram)	Harga/1 gram	Harga/unit		
Tepung Oat	250	IDR 43	IDR 10.809		
<i>Baking soda</i>	2,5	IDR 49	IDR 123		
Garam	1,25	IDR 20	IDR 25		
<i>Unsweetened applesauce</i>	25	IDR 50	IDR 1.262		
<i>Brown sugar</i>	42,5	IDR 26	IDR 1.092		
Madu TJ murni	20	IDR 100	IDR 2.000		
<i>Vanila extract</i>	2,5	IDR 190	IDR 475		
<i>Dried raisin</i>	10	IDR 49	IDR 487		
<i>Dairy-free chocolate chip</i>	20	IDR 49	IDR 975		
<b>Total bahan baku untuk 1 kemasan</b>			<b>IDR 16.275</b>		
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>	Jumlah pekerja	Waktu (jam)	Upah/1 jam	Total upah	
Koki	1	0,75	IDR 11.600	<b>IDR 8.700</b>	
<b>Biaya Overhead Pabrik</b>					
<b>-Biaya Listrik</b>	Watt	Hour	kWh	Harga/kWh	Biaya listrik
Mixer	170	0,05	0,0085	Rp 1.467	Rp 12
Oven	275	0,25	0,06875	Rp 1.467	Rp 101
	550	0,25	0,1375	Rp 1.467	Rp 202
Kulkas	100	0,166666667	0,016666667	Rp 1.467	Rp 24
Total Biaya Listrik					<b>IDR 340</b>
<b>-Biaya Air</b>	Jumlah pemakaian air (m3)	Biaya pemakaian air	Total biaya pemakaian air		
	0,025	IDR 23.000	<b>IDR 575</b>		
<b>-Biaya Penyusutan/unit</b>	<b>IDR 1.178</b>				
<b>Biaya Kemasan</b>	<b>IDR 10.000</b>				
<b>Total Biaya Produksi</b>	<b>IDR 37.067</b>				

Sumber: Data primer yang diolah (2018)

Tabel 5. Estimasi penjualan *Caring Cookies* selama delapan tahun

	Estimasi peningkatan/tahun	<i>Honey Oat Cookies</i>		
		Jumlah produk	Harga/produk	Total (IDR)
2018		1600	IDR 62.000	IDR 99.200.000
2019	8,23%	1732	IDR 62.000	IDR 107.364.160
2020	8,23%	1874	IDR 62.000	IDR 116.200.230
2021	8,23%	2028	IDR 62.000	IDR 125.763.509
2022	8,23%	2195	IDR 62.000	IDR 136.113.846
2023	8,23%	2376	IDR 62.000	IDR 147.316.016
2024	8,23%	2572	IDR 62.000	IDR 159.440.124
2025	8,23%	2783	IDR 62.000	IDR 172.562.046

Sumber: data primer yang diolah (2018)

Tabel 6. Estimasi biaya *Caring Cookies*

	Inflasi	Biaya Produksi <i>Honey Oat Cookies</i>	Biaya Tenaga Kerja	Biaya Operasional	Total Biaya
2018		IDR 59.307.492	IDR 27.840.000	IDR 9.150.352	IDR 96.297.844
2019	3,66%	IDR 61.478.146	IDR 28.858.944	IDR 8.884.026	IDR 99.221.117
2020	3,66%	IDR 63.728.247	IDR 29.915.181	IDR 9.209.182	IDR 102.852.610
2021	3,66%	IDR 66.060.700	IDR 31.010.077	IDR 9.546.238	IDR 106.617.015
2022	3,66%	IDR 68.478.522	IDR 32.145.046	IDR 9.895.630	IDR 110.519.198
2023	3,66%	IDR 70.984.836	IDR 33.321.554	IDR 10.257.810	IDR 114.564.201
2024	3,66%	IDR 73.582.881	IDR 34.541.123	IDR 10.633.246	IDR 118.757.250
2025	3,66%	IDR 76.276.014	IDR 35.805.328	IDR 11.022.423	IDR 123.103.766

Sumber: Data primer yang diolah (2018)

Tabel 7. *Cash flow Caring Cookies*

Tahun	Total Revenue	Total pengeluaran	Net cash flow
2018	IDR 99.200.000	IDR 96.297.844	IDR 2.902.156
2019	IDR 107.364.160	IDR 99.221.117	IDR 8.143.043
2020	IDR 116.200.230	IDR 102.852.610	IDR 13.347.621
2021	IDR 125.763.509	IDR 106.617.015	IDR 19.146.494
2022	IDR 136.113.846	IDR 110.519.198	IDR 25.594.648
2023	IDR 147.316.016	IDR 114.564.201	IDR 32.751.815
2024	IDR 159.440.124	IDR 118.757.250	IDR 40.682.873
2025	IDR 172.562.046	IDR 123.103.766	IDR 49.458.280

Sumber: Data primer yang diolah (2018)

Estimasi biaya dari *Caring Cookies* mencakup total biaya produksi *Honey Oat Cookies*, biaya tenaga kerja *Caring Cookies*, dan biaya operasional dapat dilihat pada Tabel 6. Pada tahun pertama total perkiraan biaya *Caring Cookies* mencapai IDR 96.297.844. Estimasi biaya

dilakukan selama delapan tahun yang dimulai dari tahun 2018 hingga 2025 dengan nilai kenaikan yang dihitung berdasar rata-rata nilai inflasi Indonesia dari bulan Januari 2017 sampai bulan Mei 2018. Rata-rata nilai inflasi yang didapat selama kurun waktu tersebut adalah

sebesar 3,66. Nilai inflasi yang terjadi di Indonesia dari Januari 2017 hingga Mei 2018 (Bank Indonesia, 2018).

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa *Caring Cookies* mengalami laba setiap tahunnya yang ditunjukkan dengan nilai *net cash flow* yang positif. Pada tahun pertama *Caring Cookies* mendapat laba sebesar IDR 2.902.156 dimana laba ini mengalami peningkatan setiap tahunnya. *Net cash flow* didapat dari pengurangan total pendapatan dengan total biaya. Besar dari *net cash flow* terus mengalami peningkatan setiap tahunnya yang diakibatkan oleh semakin tingginya nilai total *revenue*.

## DISKUSI

### *Caring Cookies*

*Caring Cookies* merupakan bisnis online yang menjual *healthy cookies*. Produk yang diusung oleh *Caring Cookies* adalah produk *cookies* sehat yang diproduksi dengan tanpa tepung terigu, telur, dan susu sapi. Produk yang diusung diberi nama *Honey Oat Cookies*.

Nama *Caring Cookies* berasal dari kata *caring* dan *cookies*. *Caring* memiliki arti peduli dan *cookies* merupakan salah satu jenis produk pangan *snack* manis. Hal

ini berarti, *caring cookies* adalah *cookies* yang peduli.



Gambar 1. Logo *Caring Cookies*

Logo dari *Caring Cookies* tampak pada Gambar 1., bahwa *cookies* berwarna merah dengan hiasan berbentuk hati di tengahnya. Warna merah dipilih karena warna ini menunjukkan cinta, kasih sayang, dan perhatian. Hati sendiri merupakan simbol dari cinta. Warna putih pada gambar hati dan tulisan *Caring Cookies* menunjukkan bersih dan aman. Secara umum, simbol ini memiliki arti bahwa *Caring Cookies* merupakan produk *cookies* yang aman untuk dikonsumsi dan tidak mengandung bahan yang dapat menyebabkan reaksi alergi.

Ciri khas dari produk yang ditawarkan oleh *Caring Cookies* dapat dilihat dari bahan baku-nya yang tanpa bahan baku tepung terigu, susu sapi, telur ayam, dan gula rafinasi.

Visi dari *Caring Cookies* adalah *sharing is caring*. Misi dari *Caring Cookies* adalah menyediakan *cookies* yang lebih sehat bagi seluruh konsumennya yang tidak mengandung bahan kimia yang

berbahaya bagi tubuh, rendah gula, serta tidak menggunakan susu sapi, tepung terigu, dan atau telur sebagai bahan bakunya.

### **Aspek Pasar dan Pemasaran**

Dari aspek pasar dan pemasaran, analisa dilakukan berdasarkan *segmentation, targeting, dan positioning* serta *4P Marketing Mix (product, price, promotion, dan place)*.

Segmentasi pasar dari *Caring Cookies* dapat dilihat pada Tabel 8. Berdasarkan Tabel 8, dapat dilihat bahwa *geographic segmentation* yang dituju oleh *Caring Cookies* adalah warga negara Indonesia. Berdasarkan *demographic segmentation*, adalah seseorang dengan penghasilan >IDR 25.000.000/tahun dari generasi *Baby boomers, Gen X, Gen Y, Gen Z*. Berdasarkan *psychological segmentation*, adalah yang memiliki gaya hidup sehat, melakukan pengaturan terhadap makanan tertentu, dan memiliki alergi terhadap makanan tertentu. Berdasarkan *behaviorial segmentation*, adalah yang antusias terhadap makanan sehat.

*Target* pasar dari *Caring Cookies* adalah *single-segment concentration* yaitu warga negara Indonesia yang memiliki penghasilan >IDR25.000.000/tahun yang

melakukan pengaturan terhadap makanan tertentu. Pemilihan *single-segment concentration* dilakukan sehubungan dengan produk yang ditawarkan dimana hanya terdapat satu jenis produk untuk semua konsumen, yaitu produk yang sehat dan menggunakan bahan substitusi tepung terigu dan atau susu sapi dan atau telur. Hal ini sesuai dengan pendapat Proctor (2000) dan Moore & Pareek (2006) bahwa di dalam *single-segment concentration* perusahaan fokus pada satu target segmen pasar.

*Caring Cookies* memposisikan dirinya sebagai *market nicher* dimana produk yang ditawarkan merupakan produk dengan spesifikasi tertentu (*cookies* sehat). Berdasarkan Dibb, Simkin, & Bradley (2006) dan Beamish & Ashford (2005), sebuah perusahaan yang memiliki produk/pasar/konsumen dengan spesifikasi tertentu di dalam *profitable market segment*-nya merupakan perusahaan yang termasuk dalam kategori *market nicher*.

**Marketing mix.** Produk *Caring Cookies (Honey Oat Cookies)* terbuat dari bahan baku berkualitas yang dikemas dalam kemasan kotak box. Dalam satu kotak *cookies* terdapat 48 biji *cookies* yang berdiameter  $\pm 4$ cm. Komposisi dari produk *Caring Cookies* dapat dilihat pada Tabel 9.

Harga jual dari setiap box *Honey Oat Cookies* adalah IDR 62.000 dengan keuntungan sebesar 60% (IDR 22.240) untuk setiap box nya. Upaya promosi *Caring Cookies* dilakukan dengan *direct marketing* (melalui *Instagram, Facebook, Whatsapp, dan Line*). Pendistribusian produk dilakukan secara langsung dari produsen ke konsumen akhir *Caring Cookies*. Pendistribusian produk *Caring Cookies* dilakukan dengan menggunakan

metode pengambilan produk secara langsung, di Jalan Dokter Cipto 125 A, Semarang, atau dengan menggunakan bantuan sistem *Go-Send* yang biaya pengirimannya ditanggung oleh konsumen tersebut untuk wilayah kota Semarang. Untuk pengiriman di luar kota Semarang dilakukan dengan menggunakan jasa JNE dan Tiki sesuai dengan keinginan konsumen.

Tabel 8. Segmentasi pasar *Caring Cookies*

<i>Geographic segmentation</i>	Wilayah	Indonesia
	Ukuran	1,905 juta km <sup>2</sup>
<i>Demographic segmentation</i>	Penghasilan	>IDR 25.000.000/tahun
	Generasi	<i>Baby boomers, Gen X, Gen Y, Gen Z</i>
<i>Psychological segmentation</i>	Gaya hidup	Pola hidup sehat, melakukan pengaturan terhadap makanan yang dikonsumsi, dan memiliki alergi terhadap makanan tertentu
<i>Behaviorial segmentation</i>	Antusias	Makanan sehat
	Memikat	Seseorang yang melakukan pola hidup sehat, pengaturan terdapat makanan yang dikonsumsi, dan memiliki alergi terhadap makanan tertentu

Tabel 9. Komposisi nutrisi *Honey Oat Cookies*

Kadar Air (%)	Kadar Lemak (%)	Kadar Abu (%)	Kadar Protein (%)	Kadar Karbohidrat (%)
4,268	21,804	1,605	7,240	65,084

Keterangan: *serving size* 100 gram

Sumber: Hasil Uji Laboratorium Ilmu Pangan di Universitas Katolik Soegijapranata (2018)

Tabel 10. Fasilitas Shopee, Bukalapak, Tokopedia, Lazada, dan Blibli

Fasilitas	Shopee	Bukalapak	Tokopedia	Lazada	Blibli
Fitur gratis ongkos kirim	Ditanggung oleh Shopee dengan minimum pembelian IDR 90.000-110.000	-	Pembeli menukar poin yang dimiliki dengan voucher	Ditanggung oleh penjual	Ditanggung oleh Blibli
Biaya	-	-	-	1,8% dari harga barang	Komisi minimum 2%

Data diambil pada tanggal 11 Februari 2019

Sumber: (Blibli, 2019; Bukalapak, 2019; Lazada, 2019; Shopee, 2019; Tokopedia, 2019)

*Caring Cookies* juga menggunakan jasa *e-commerce*. Tabel 10 menunjukkan fasilitas dari *e-commerce* di Indonesia. berdasarkan Tabel 10, dengan adanya program *free* ongkos kirim yang ditanggung oleh *e-commerce* tersebut sendiri dan tidak adanya biaya menjadikan *Shopee* lebih dipilih dibanding *e-commerce* lain. Selain itu *Shopee* merupakan *e-commerce* yang paling banyak diminati di Indonesia dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya seperti *Bukalapak*, *Tokopedia*, *Lazada*, dan *Blibli* (Daily Social, 2018; Fauzia, 2018; Kontan, 2018).

**Aspek Produksi dan Operasional**

Dari aspek produksi dan operasional, bisnis ini akan dilaksanakan di Jalan Dokter Cipto 125A, Semarang. Peralatan

produksi yang digunakan terdiri dari peralatan utama berupa oven dan *stand mixer* serta 15 peralatan pendukung. Bahan baku produksi *Caring Cookies* adalah oat, *baking soda*, garam, apel, *brown sugar*, madu, *vanila extract*, *raisin*, dan *dairy-free chocolate chips*. Oat dan apel perlu mengalami proses tahap awal terlebih dahulu menjadi tepung oat dan *unsweetening apple sauce*. Pemrosesan produk *Honey Oat Cookies* dapat dilihat pada Tabel 11. Dalam satu hari kerja jumlah unit yang dapat diproduksi adalah sebanyak 28 box produk *cookies* untuk kedua varian. Kualitas produk *Caring Cookies* dijaga melalui pengaturan bentuk dan ukuran *cookies* yang diproduksi, cita rasa *cookies* yang dihasilkan, serta kebersihan di lingkungan produksi.

Tabel 11 Proses pengolahan tepung *oat* dan *unsweetened apple sauce*

Nama produk	Bahan baku	Cara pembuatan
Tepung oat	100 gram Oat	<ol style="list-style-type: none"> <li>100 gram oat diblender dengan menggunakan <i>dry blender</i> selama 20 menit</li> <li>Menghasilkan 95 gram tepung oat</li> </ol>
<i>Unsweetened apple sauce</i>	1 kg apel	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 kg apel dipotong kecil-kecil berbentuk dadu</li> <li>Panaskan di dalam panci hingga buah mengeluarkan air dan empuk (kira-kira 20 menit)</li> </ol>

**Aspek Sumber Daya Manusia**

Dari aspek sumber daya manusia, pada awal berdirinya *Caring Cookies* mempekerjakan hanya satu pekerja saja yang bertindak sebagai manajer, admin,

dan koki. Upah yang diberikan adalah sebesar IDR 2.320.000/bulan. Jam kerja *Caring Cookies* adalah jam 8 pagi hingga 5 sore setiap hari Senin-Sabtu.

## Aspek Keuangan

### 1. *Net Present Value (NPV)*

Nilai NPV didapat dari selisih keuntungan dengan biaya pada tingkat suku bunga deposito tertentu (Barusman, 2013). Nilai suku bunga deposito yang digunakan di dalam penelitian ini adalah sebesar 5,50%. Nilai suku bunga tersebut didapat berdasar nilai suku bunga *7 day pro-rate* yang ditetapkan oleh Bank Indonesia per 15 Agustus 2018 (Bank Sentral Republik Indonesia, 2018). Tabel 12. menunjukkan NPV *Caring Cookies* dimana nilai NPV yang didapat adalah IDR 102.285.945. Hal ini menunjukkan bahwa nilai NPV yang didapat lebih besar dari nol. Nilai NPV>0 menunjukkan bahwa usaha tersebut layak untuk dijalankan (Kusuma & Mayasti, 2014). Sehingga, berdasarkan analisis *net present value*, perencanaan bisnis *Caring Cookies* layak untuk dijalankan.

### 2. *Profitability Index (PI)*

*Profitability index* (PI) merupakan hasil dari perbandingan antara jumlah nilai sekarang arus kas (NPV) dengan investasi awal (Barusman, 2013; Aziz et al, 2016),

Berikut adalah perhitungan dari nilai *profitability index* dari *Caring Cookies*,

$$\begin{aligned} \textit{Profitability Index} &= \frac{n + (A - B)}{C - B} \\ \textit{Profitability Index} &= \frac{134.294.870}{11.553.180} = 11,62 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut maka didapatkan nilai PI sebesar 12,15. Nilai *profitability index*>1 maka proyek usaha tersebut layak untuk dilaksanakan (Barusman, 2013). Hal ini menunjukkan bahwa bisnis *Caring Cookies* berdasarkan analisa *profitability index* merupakan bisnis yang layak untuk dijalankan.

Tabel 12 NPV *Caring Cookies*

Tahun	Net Cash Inflow	NSFB/PVIF	Present
		5,50%	Value Cash Inflow
1	IDR 2.902.156	0,948	IDR 2.750.859
2	IDR 8.143.043	0,898	IDR 7.316.137
3	IDR 13.347.621	0,852	IDR 11.367.016
4	IDR 19.146.494	0,807	IDR 15.455.371
5	IDR 25.594.648	0,765	IDR 19.583.345
6	IDR 32.751.815	0,725	IDR 23.753.117
7	IDR 40.682.873	0,687	IDR 27.966.905
8	IDR 49.458.280	0,652	IDR 32.226.960
Total PV Cash Inflow			IDR 113.839.125
Outlays/investasi			IDR 11.553.180
<b>Net Present Value</b>			<b>IDR 102.285.945</b>

Sumber: Data primer yang diolah (2018)

Tabel 14. IRR *Caring Cookies*

Tahun	Cash Inflow	NSFB	Present	NSFB	Present
		80%	Value Cash Inflow	81%	Value Cash Inflow
1	2902156	0,556	1.612.309	0,552	1.603.401
2	8143043	0,309	2.513.285	0,305	2.485.591
3	13347621	0,171	2.288.687	0,169	2.250.962
4	19146494	0,095	1.823.893	0,093	1.783.918
5	25594648	0,053	1.354.524	0,051	1.317.517
6	32751815	0,029	962.942	0,028	931.459
7	40682873	0,016	664.514	0,016	639.237
8	49458280	0,009	448.806	0,009	429.349
Total PV Cash Inflow			11.668.960	11.441.434	
Outlays			11.553.180	11.553.180	
<b>Net Present Value</b>			<b>115.780</b>	<b>-111.746</b>	

Sumber: Data primer yang diolah (2018)

### 3. *Payback Period (PP)*

*Payback periode (PP)* merupakan lamanya waktu yang digunakan oleh suatu badan usaha untuk mengembalikan investasi awalnya (Tirta et al, 2014; Barusman 2013; Aziz et al, 2016). Tabel

13. menunjukkan perhitungan dari *payback period Caring Cookies* dimana didapat nilai *payback period* dari *Caring Cookies* adalah 2 tahun 0,5 bulan.

Tabel 13. *Payback period Caring Cookies*

Outlays/investasi	11.553.180
Proceeds Th 1	2.902.156
	8.651.024
Proceeds Th 2	8.143.043
	507.981
Proceeds Th 3	12.347.620
	-12.839.640
<b>Payback Periode</b>	2 tahun 0,5 bulan

Sumber: Data primer yang diolah (2018)

#### 4. *International Rate of Return (IRR)*

IRR merupakan tingkat suku bunga yang menunjukkan besarnya NPV sama dengan besar keseluruhan investasi proyek (Kusuma & Mayasti, 2014). Perhitungan IRR *Caring Cookies* dapat dilihat pada Tabel 14 dimana nilai IRR yang didapat berada diantara 80% dan 81%. Dengan rumus interpolasi maka didapat nilai IRR sebesar 80,51%. Nilai IRR yang lebih besar dibanding tingkat bunga bank (5,50%) menunjukkan bahwa perencanaan bisnis *Caring Cookies* layak dijalankan. Hal ini sesuai dengan pendapat Barusman (2013).

#### KESIMPULAN

Perencanaan bisnis *Caring Cookies* layak untuk dijalankan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Andika. (2016). Masyarakat Indonesia Mulai Sadar Makanan Sehat. Retrieved February 11, 2017, from <http://fakta.co.id/2016/09/09/masyarakat-at-indonesia-mulai-sadar-makanan-sehat/>
- Aziz, M. A., Winarni, & Simanjuntak, R. A. (2016). Studi Kelayakan Bisnis Tortilla Dengan Pemanfaatan Rumpuk Laut Lokal Melalui Pendekatan Internal Bisnis (Studi Kasus Pada Ikm Berdikari Kabupaten Morowali Sulawesi Tengah). *Jurnal Rekavasi*, 4(2), 60–118. <https://journal.akprind.ac.id/index.php/rekavasi/article/view/910/593>
- Bank Indonesia. (2018). Inflation Report (Consumer Price Index). Retrieved June 3, 2018, from <https://www.bi.go.id/en/moneter/inflasi/data/Default.aspx>
- Bank Sentral Republik Indonesia. (2018). Data BI 7-Day Repo Rate. Retrieved September 18, 2018, from <https://www.bi.go.id/id/moneter/bi-7day-RR/data/Contents/Default.aspx>

- Barusman, A. R. P. (2013). Analisis Studi Kelayakan Pada Waralaba Excelso Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 43–65.  
<http://jurnal.ubl.ac.id/index.php/jmb/article/view/704>
- Beamish, K., & Ashford, R. (2005). *Marketing Planning*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.  
<https://books.google.co.id/books?id=8jwxsahUIVkc&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Bibli. (2019). Merchant Corner. Retrieved February 11, 2019, from  
<https://www.bibli.com/pages/merchant-corner>
- Bukalapak. (2019). Pelapak—Panduan Bukalapak. Retrieved February 11, 2019, from  
<https://panduan.bukalapak.com/seller>
- Daily Social. (2018). Mengungkap Layanan E-Commerce Terpopuler di Indonesia. Retrieved January 28, 2019, from  
<https://dailysocial.id/post/mengungkap-layanan-e-commerce-terpopuler-di-indonesia>
- Dibb, S., Simkin, L., & Bradley, J. (2006). *The Marketing Planning Workbook: Effective Marketing for Marketing Managers*. London: Thomson Learning.  
<https://books.google.co.id/books?id=1t5ftfVdKRcC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Fauzia, M. (2018). Ini 3 E-Commerce yang Paling Dikenal Masyarakat Indonesia. Retrieved January 28, 2019, from  
<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/11/08/172007426/ini-3-e-commerce-yang-paling-dikenal-masyarakat-indonesia>
- Finance Detik. (2018). Menperin: Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 9,23%. Retrieved June 24, 2018, from  
<https://finance.detik.com/industri/d-3985814/menperin-industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-923>
- Kontan. (2018). Markplus: Shopee Menjadi E-Commerce Paling Banyak Diakses Oleh Responden. Retrieved January 28, 2019, from  
<https://industri.kontan.co.id/news/shopee-menjadi-e-commerce-paling-banyak-diakses-oleh-responden>
- Kusuma, P. T. W. W., & Mayasti, N. K. I. (2014). Analisa Kelayakan Finansial Pengembangan Usaha Produksi Komoditas Lokal: Mie Berbasis Jagung. *Agritech*, 34(2), 194–202. Retrieved from  
<https://jurnal.ugm.ac.id/agritech/article/view/9510/7085>
- Lazada. (2019). Lazada Seller Center. Retrieved February 11, 2019, from  
[https://sellercenter.lazada.co.id/seller/register/registration\\_open?spm=a2o4j.11393940.icms-5012886-1523506901945.1.1af37fbfnjhX4A&sellerType=1&scm=1003.4.icms-zebra-5012885-2684534.OTHER\\_5228247401\\_2349469](https://sellercenter.lazada.co.id/seller/register/registration_open?spm=a2o4j.11393940.icms-5012886-1523506901945.1.1af37fbfnjhX4A&sellerType=1&scm=1003.4.icms-zebra-5012885-2684534.OTHER_5228247401_2349469)
- Moore, K., & Pareek, N. (2006). *Marketing: The Basics*. New York: Routledge.  
<https://books.google.co.id/books?id=1t5ftfVdKRcC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Nielsen. (2015). Younger Consumers Endorse Healthy Foods With A Willingness To Pay a Premium. <http://www.nielsen.com/id/en/insights/news/2015/younger-consumers-endorse-healthy-foods-with-a-willingness-to-pay.html>

- Presiden Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan, Pub. L. No. 13, [www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id) 1 (2003). [www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id).
- Priherdityo, E. (2016). Survei: Masyarakat Indonesia Mulai Sadar Makanan Sehat. Retrieved February 5, 2017, from <http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160909050532-255-157172/survei-masyarakat-indonesia-mulai-sadar-makanan-sehat/>
- Proctor, T. (2000). *Strategic Marketing: An Introduction*. New York: Routledge. <https://books.google.co.id/books?id=WeeFSyi0FJkC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Republika. (2016). Industri Makanan dan Minuman RI Diprediksi Tumbuh Pesat. Retrieved June 24, 2018, from <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/16/01/08/o0mo9c383-industri-makanan-dan-minuman-ri-diprediksi-tumbuh-pesat>
- Shopee. (2019). Bagaimana cara berjualan di Shopee? Retrieved February 11, 2019, from <https://help.shopee.co.id/s/article/hc-Bagaimana-cara-berjualan-di-Shopee>
- Suriyadi. (2017). *Perhitungan Ramalan Penjualan Pada Toko Kue Kering Rafina*. Banjarmasin. <https://books.google.co.id/books?id=WeeFSyi0FJkC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Tokopedia. (2019). 3 Langkah Mudah Jualan di Tokopedia. Retrieved February 11, 2019, from <https://www.tokopedia.com/panduan/jual/>