

BAB II

DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1 Pendahuluan

Kewirausahaan atau *entrepreneur* merupakan suatu kegiatan yang berfokus pada penciptaan, pengembangan, dan produksi hal-hal baru melalui penerapan ide-ide inovatif untuk menambah nilai. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah wirausaha berasal dari kata “wira” yang berarti pahlawan, gagah, berani, atau pejuang, dan “usaha” yang merujuk pada suatu kegiatan yang melibatkan tenaga dan pikiran untuk mencapai tujuan tertentu. Berdasarkan definisi dari dua kata tersebut, wirausaha merujuk pada individu yang berani mengambil risiko untuk mencapai tujuan melalui pemanfaatan tenaga dan pikiran, khususnya di bidang bisnis. Menurut Howard Stevenson, kewirausahaan adalah tindakan individu atau kelompok dengan menciptakan sesuatu yang baru, mengubah yang sudah ada, atau menemukan cara yang lebih efisien dalam melakukan sesuatu, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan (Arisena, 2017).

Wirausahawan merupakan individu yang memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang dengan membangun bisnis untuk memanfaatkan peluang tersebut dan memulai inisiatif baru. Kemampuan dalam mengidentifikasi peluang bisnis dan mengembangkannya menjadi kesempatan bisnis membutuhkan waktu dan usaha untuk mengembangkan berbagai peluang tersebut. Kemampuan dalam berwirausaha didasari oleh kemampuan untuk menemukan peluang dalam pengembangan usaha. Selain itu, keterampilan ini juga didukung oleh ketersediaan waktu yang cukup untuk menerapkan ide dan kreativitas dalam berbisnis, serta motivasi yang kuat untuk menguasai pasar (Afianto, 2012).

Berdasarkan Peraturan Presiden No. 2 Tahun 2022, wirausaha dibagi menjadi dua kategori, yaitu wirausaha pemula dan wirausaha mapan. Wirausaha pemula adalah individu yang menjalankan usaha sendiri atau dengan bantuan pekerja tidak tetap, dan individu yang sedang merintis usahanya untuk menuju

wirausaha mapan, serta telah terdaftar dalam sistem perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik. Di sisi lain, wirausahawan mapan adalah individu yang menjalankan bisnis dengan bantuan pekerja tetap atau yang menerima upah, dan individu yang usahanya memiliki jangka waktu lebih dari 42 bulan sejak usahanya terdaftar dalam sistem perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik dan mengalami perkembangan.

Menurut Databoks, sebuah portal statistik ekonomi dan bisnis, per Agustus 2023, ada sekitar 52 juta pengusaha pemula di Indonesia. Angka ini mencakup 32,2 juta orang yang menjalankan bisnis mereka sendiri dan 19,8 juta orang yang dibantu oleh pekerja tidak tetap. Sementara itu, ada sekitar 4,5 juta wirausahawan mapan yang menjalankan bisnis dengan pekerja tetap.



Gambar 1. 1 Pertumbuhan Jumlah Wirausaha di Indonesia sampai 2023

Berdasarkan Gambar 1.1, rasio wirausaha pemula mencapai 35,21%, sementara rasio pelaku usaha yang sudah mapan mencapai 3,04% dari total angkatan kerja nasional. Selama satu dekade terakhir, dari Februari 2013 hingga Agustus 2023, jumlah calon wirausaha meningkat sebesar 12,6 juta, dengan persentase pertumbuhan sebesar 31,8%. Di sisi lain, jumlah wirausahawan yang

sudah mapan naik 360,9 ribu orang, dengan persentase pertumbuhan sebesar 8,7%, dalam kurun periode yang sama (Ahdiat, 2023).

Mengutip data dari Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS) yang dilansir dari salah satu media yang menyajikan informasi berdasarkan angka dan data, yaitu GoodStats menjelaskan bahwa total jumlah wirausaha di Indonesia per Februari 2024 mencapai 5,01 juta orang. Persentase ini meningkat dibandingkan Februari 2023 sebesar 2,04%. Jumlah wirausaha mapan di Indonesia tercatat untuk pertama kalinya dalam sejarah yang berhasil menembus angka 5 juta. Angka ini merupakan angka tertinggi sejak tahun 2013.



Gambar 1. 2 Jumlah wirausahawan Indonesia yang sudah mapan memecahkan rekor hingga mencapai 5 juta pekerja pada tahun 2024.

Sebaliknya, jumlah wirausaha pemula di Indonesia mengalami penurunan. Pada Februari 2024, Indonesia memiliki 51,55 juta wirausaha pemula. Meskipun jumlah wirausaha pemula di Indonesia menurun, jumlah ini masih jauh lebih besar dibandingkan dengan jumlah wirausaha yang sudah berpengalaman. Sebanyak

29,11 juta dari wirausaha pemula ini bekerja untuk diri mereka sendiri, sementara 22,44 juta lainnya memanfaatkan pekerja tidak tetap/tidak dibayar. Jumlah wirausaha pemula turun 0,9% dibandingkan dengan Agustus 2023, tetapi naik 1% dibandingkan dengan Februari 2023 (Yonatan, 2024).



Gambar 1. 3 Jumlah wirausahawan pemula di Indonesia turun menjadi 51,55 juta pada tahun 2024.

Kewirausahaan memiliki peran penting dalam kemajuan teknologi karena mendorong peningkatan pengetahuan, kreativitas, dan inovasi bisnis, serta berkontribusi terhadap lapangan kerja dan daya saing yang lebih besar. Munculnya perusahaan rintisan yang menawarkan produk dan layanan baru yang bersaing dengan perusahaan yang sudah mapan, menambah proses persaingan di mana hanya organisasi yang paling kompetitif yang dapat bertahan dan berkembang. Di era globalisasi, kewirausahaan lebih dari sekadar kegiatan manajemen, tetapi juga mencakup produktivitas, investor, dan penciptaan produk, hingga pengembangan. Dalam era sekarang ini, inovasi wirausahawan merupakan fondasi bisnis yang berkelanjutan. Dengan demikian, wirausaha adalah seorang yang memiliki kemampuan kreatifitas untuk menggunakan semua sumber daya yang tersedia, baik sumber daya material, kemampuan intelektual, maupun waktu, untuk menciptakan

barang atau perusahaan yang bermanfaat bagi dirinya sendiri dan orang lain (Zamhari, Rasyiq, Yahya, Daniyasti, & Fitriani, 2023).

Globalisasi mendorong kemajuan di berbagai bidang kehidupan, terutama bisnis. Bisnis merupakan aktivitas yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk menghasilkan keuntungan dengan menawarkan barang dan jasa. Bisnis juga dapat digambarkan sebagai penyediaan barang dan jasa untuk menjaga agar ekonomi tetap berjalan. Bisnis mencakup semua aktivitas dan institusi yang menghasilkan komoditas, dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. (Wijoyo, Cahyono, & Arisyanto, 2021).

Wijoyo, Cahyono, dan Arisyanto (dalam Huat, T Chwee, 1990) Bisnis didefinisikan sebagai sebuah sistem yang menciptakan komoditas dan berbagai aktivitas untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah aktivitas yang dijalankan oleh individu dan sekelompok orang (organisasi) yang menghasilkan nilai dengan menghasilkan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, serta menghasilkan keuntungan melalui transaksi.

Globalisasi memiliki dampak besar pada kegiatan bisnis di seluruh dunia, menciptakan peluang sekaligus tantangan yang mengubah cara perusahaan beroperasi dan bersaing. Perusahaan harus mampu beradaptasi dengan cepat dan berinovasi agar dapat bertahan dan berkembang dalam lingkungan ekonomi yang sangat kompetitif saat ini. Globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat mengharuskan perusahaan untuk berpikir lebih inovatif dalam mengembangkan strategi yang kompetitif. Perusahaan harus mampu beradaptasi dengan perubahan tren, termasuk adopsi teknologi baru dan aktivitas bisnis yang lebih efisien.

2.2 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang terus berubah telah memulai proses globalisasi di semua negara. Globalisasi, seperti yang didefinisikan oleh Robertson, yaitu melibatkan penyempitan dunia dan peningkatan kesadaran akan dunia melalui peningkatan koneksi dan pemahaman global (Warsani, Helminazora, & Nurfaizah,

2022). Globalisasi memiliki pengaruh besar terhadap bisnis di seluruh dunia, membuka peluang sekaligus tantangan baru yang mengubah cara perusahaan beroperasi dan bersaing. Dengan berkembangnya globalisasi, batas-batas antar negara menjadi lebih fleksibel, memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar perusahaan.

Globalisasi membuat sekat-sekat antar negara menjadi tidak ada batasannya, termasuk dalam bidang sosial budaya, dan ini tercermin dalam bisnis kuliner yang kini menjadi wadah pertukaran budaya di seluruh dunia. Dalam industri kuliner, makanan menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan dan menyebarkan budaya dengan cara yang lebih luas. Industri kuliner merupakan pusat inovasi yang dinamis, dengan berbagai perusahaan yang berkompetisi untuk menampilkan konsep-konsep baru untuk menarik minat pelanggan. Tren kuliner yang berubah dengan cepat mendorong pelaku usaha untuk memproduksi makanan yang inovatif, memadukan cita rasa klasik dengan teknik baru, atau memodifikasi resep global agar lebih sesuai dengan pasar lokal.

Tren kuliner yang terus berubah menyebabkan persaingan pasar yang semakin ketat, mendorong para pelaku bisnis kuliner untuk terus berinovasi dan meningkatkan daya tarik produk yang ditawarkan agar tetap relevan dan diminati oleh para konsumen. Dalam menanggapi hal ini, pelaku bisnis kuliner harus menganalisis faktor-faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian, seperti selera konsumen dan preferensi penyajian, serta daya tarik visual yang merepresentasikan citra produk. Inovasi merupakan hal yang sangat penting dalam menghadapi persaingan ini, dimana pelaku bisnis harus menciptakan produk yang tidak hanya menarik secara rasa, namun juga menarik secara visual dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu, ketersediaan produk di beberapa saluran distribusi, seperti pengantaran online dan platform digital, sangat penting untuk menjangkau konsumen yang mengutamakan kemudahan.

Globalisasi telah mendorong pertumbuhan industri *pastry* dan *bakery*, terutama melalui media sosial. Menurut Chef Tussyadi, Vice President Indonesia *Pastry Alliance*, media sosial memungkinkan untuk mendapatkan pengetahuan

yang lebih luas dan aksesibilitas yang lebih baik terhadap produk *pastry* dan *bakery*. Menurut Encyclopaedia Britannica, *pastry* merupakan adonan keras yang terbuat dari tepung, garam, lemak, dan cairan (Tiofani & Aisyah, 2021). *Pastry* adalah salah satu jenis masakan yang memerlukan tingkat keterampilan dan kreativitas yang tinggi. Produk *pastry* tidak hanya memprioritaskan kualitas rasa, tetapi juga mengutamakan nilai estetika dan kerapian penyajian makanan sehingga dapat dinikmati oleh konsumen.

Pastry umumnya dikenal sebagai *patisserie*, adalah pemahaman tentang pembuatan dan penyajian makanan, khususnya berbagai jenis kue. *Pastry* berasal dari bahasa Prancis '*patisserie*', yang berarti kue-kue. Dalam penelitian (Putri & Mayasari, 2020) menyebutkan bahwa *pastry* melibatkan pemilihan bahan, pengukuran, dan pemanggangan yang dilakukan dengan tepat untuk memastikan produk berkualitas tinggi dalam hal estetika dan rasa. Sedangkan produk *bakery* merupakan produk yang diolah dari bahan utama seperti tepung dan berbagai bahan tambahan seperti air, ragi, telur, gula, dan garam, yang kemudian dipanggang dengan suhu tinggi di dalam oven. (Pratiwi, et al., 2022).

Industri *pastry* dan *bakery* di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, menjadikannya sektor yang menjanjikan untuk investasi dan pengembangan bisnis. *Pastry*, terutama *cake*, menjadi pilihan makanan penutup dan camilan yang sangat diminati oleh berbagai kalangan, khususnya generasi Milenial dan Generasi Z, yang mengutamakan rasa dan estetika. Permintaan yang meningkat didorong oleh budaya perayaan yang kuat, di mana *cake* sering kali menjadi bagian penting dari berbagai acara. Media sosial juga berperan besar dalam mempengaruhi tren makanan, dengan konsumen yang aktif berbagi pengalaman kuliner mereka, sehingga menciptakan peluang bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan pemasaran digital.

Hal ini diperkuat oleh studi yang dilakukan oleh The Hershey Company, yang memproduksi berbagai macam makanan, terutama cokelat dan produk berbahan dasar gula. Studi ini dilakukan bersama Centre for Generational Kinetics untuk mengetahui minat masyarakat terhadap makanan manis, terutama di kalangan

demografi Milenial dan Generasi Z. Konsumen muda, khususnya Generasi Z dan Milenial, memiliki preferensi yang tinggi terhadap makanan manis termasuk kue, biskuit, pie, dan es krim. Berdasarkan penelitian tersebut, 87 persen dari mereka berpikir untuk mengonsumsi makanan penutup setidaknya sekali sehari, 47 persen memiliki restoran favorit yang menawarkan makanan penutup, dan tiga perempatnya percaya bahwa setiap acara khusus membutuhkan makanan penutup spesial.

Studi ini juga menemukan bahwa semakin muda generasi, semakin besar obsesi terhadap sesuatu yang baru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa separuh dari Gen Z melewatkan makan malam dan memilih makanan penutup, serta makanan penutup merupakan bagian penting dari kehidupan sosial dan media sosial mereka. Makanan manis bukan hanya sekedar kesenangan sesekali bagi Generasi Z dan milenial. Di sisi lain, makanan penutup membentuk cara mereka berinteraksi secara sosial, merayakan momen-momen penting, dan membuat keputusan tentang di mana mereka akan makan.

2.3 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan

Sweevories merupakan bisnis makanan penutup dan makanan ringan yang menawarkan beragam pilihan makanan manis dan gurih kepada para pelanggan. Spesialisasi Sweevories adalah *Burnt Cheesecake* yang merupakan versi unik dari *cheesecake* biasa, dengan permukaan yang sedikit gosong sehingga menambah cita rasa yang berbeda dan menarik. Meskipun berbeda dengan namanya, “gosong”, kue ini dipanggang hingga matang, namun sengaja dipanggang dengan suhu tinggi untuk menghasilkan lapisan luar yang terkaramelisasi dan tampak gosong. Sementara itu, bagian dalam *burnt cheesecake* memiliki tekstur yang lembut dan *creamy* dengan rasa keju yang gurih dan manis.

Sweevories merupakan pelaku usaha yang baru didirikan pada pertengahan tahun 2023, yang terus berkembang dengan berfokus pada inovasi produk dan kreativitas sebagai pelaku usaha. Sweevories terus berinovasi dengan produk - produk baru, seperti *Brownies bites* yang merupakan produk sejenis atau porsi kecil dari brownies pada umumnya. *Brownies bites* yang berukuran lebih kecil dan

biasanya berbentuk persegi atau bulat ini didesain untuk dimakan dalam sekali gigit, sehingga cocok untuk dijadikan camilan atau makanan penutup. *Brownies bites* memiliki tekstur yang lembut dan padat seperti brownies pada umumnya, dengan rasa coklat yang kaya. Kepraktisan dari *Brownies bites* membuat produk ini populer di kalangan pelanggan yang menginginkan camilan coklat yang praktis tanpa harus memotong atau mengambil dalam jumlah banyak. *Brownies bites* sering disajikan dalam berbagai variasi, seperti dengan kacang, karamel, atau taburan coklat di atasnya, dan dapat dimasukkan ke dalam kemasan jar atau wadah lainnya, sehingga cocok untuk dijadikan hadiah atau oleh-oleh.

Sweevories sendiri merupakan bisnis yang didirikan melalui Program Wirausaha Muda Mandiri 2023 yang diselenggarakan oleh pemerintah. Program Kewirausahaan Merdeka, yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek), merupakan bagian dari kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang memberikan pengalaman langsung kepada para mahasiswa di bidang kewirausahaan. Program ini memberikan mahasiswa keterampilan secara langsung untuk memulai dan menjalankan usaha mereka sendiri melalui pelatihan, bimbingan, dan akses ke sumber daya serta jaringan bisnis. Sweevories memanfaatkan kesempatan untuk mengembangkan bisnis *pastry* dan *bakery* dengan mengutamakan produk inovatif dan metode pemasaran yang kuat.

Sweevories juga berpartisipasi dalam program di Skystar Ventures, sebuah inkubator bisnis yang dibentuk oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan Kompas Gramedia Group (KGG). Skystar Ventures memfokuskan pengembangan bisnis tahap awal di berbagai industri, termasuk di dalamnya adalah bisnis di bidang teknologi. Dengan tujuan untuk memberikan bimbingan yang menyeluruh kepada para wirausahawan dengan memberikan edukasi, bimbingan praktis, dan fasilitas seperti co-working space dan jaringan mentor. Program-program Skystar Ventures berkontribusi pada pertumbuhan bisnis yang lebih cepat dengan menawarkan sumber daya, pengetahuan pasar, dan bimbingan.

2.4 Tagline

Tagline merupakan rangkaian kalimat singkat yang menyampaikan pesan yang jelas dan mudah diingat. Tagline biasanya digunakan dalam promosi produk, dengan tujuan untuk menciptakan kesan yang tahan lama dan mudah diingat oleh konsumen. Ketika konsumen mengingat pesan dan informasi dari promosi, kesadaran merek kemungkinan besar akan meningkat. Namun, tagline yang sulit diucapkan, terdengar tidak biasa, atau sulit diingat, meskipun sesuai dengan produknya, dapat membingungkan konsumen dan gagal menyampaikan pesan utama bisnis. Selain itu, tagline yang panjang dapat menyulitkan konsumen untuk mengingatnya, sehingga menurunkan efektivitas pemasaran perusahaan dalam membangun kesadaran merek (Saputri, Mulyatini, & Basari, 2020).

Tagline Sweevories adalah *"Your Sweet Treats"* memiliki nilai yang mendalam dan strategis dalam hal promosi produk. Penggunaan kata *"Your"* membangun hubungan personal antara merek dan pelanggan, yang menekankan bahwa Sweevories merupakan merek yang memberikan pengalaman yang lebih dari sekadar penjual makanan ringan, tetapi juga menjadi teman dalam berbagi momen manis dalam kehidupan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap produk yang diberikan merupakan pilihan terbaik untuk memenuhi keinginan dan minat yang beragam, memberikan kesan bahwa setiap pelanggan memiliki makna tersendiri di perusahaan.

Arti dari *"sweet treats"* adalah menggambarkan keseluruhan dari produk Sweevories, seperti kue keju bakar mini dan brownies, yang dibuat dengan penuh konsentrasi dan komitmen terhadap kualitas. Istilah ini tidak hanya mencerminkan rasa manis, tetapi juga pengalaman menyenangkan yang ingin ditawarkan Sweevories. Setiap produk dirancang dengan cita rasa yang lezat dan tampilan yang menarik, sehingga menciptakan pengalaman yang menyenangkan di setiap gigitannya.

Selain membuat produk, tagline ini juga mewujudkan misi Sweevories untuk menjadi bagian dari momen-momen yang penting, baik saat merayakan ulang tahun, berkumpul bersama keluarga, atau menikmati momen santai dengan kopi. Sweevories ingin setiap produknya dapat menyempurnakan momen-momen

tersebut, dan dapat membuat momen-momen tersebut menjadi lebih manis dan berkesan. Secara keseluruhan, tagline “Your Sweet Treats” memberikan kesan hangat dan akrab dengan menekankan komitmen Sweevories terhadap suguhan berkualitas tinggi untuk semua orang.

2.5 Produk

Sweevories berfokus pada lini produk *pastry* dan *bakery* yang menawarkan produk makana ringan, dan makanan penutup dengan kualitas yang premium, seperti *mini burnt cheesecake* dan brownies. Setiap produk dirancang dengan cita rasa yang khas dan tampilan yang menarik, sesuai dengan komitmen Sweevories untuk memberikan pengalaman kuliner yang berbeda bagi setiap pelanggannya.

Mini Burnt cheesecake merupakan salah satu produk andalan Sweevories. *Mini burnt cheesecake* adalah *cheesecake* yang dipanggang dengan suhu tinggi sehingga menciptakan lapisan luar yang gelap dan sedikit gosong atau *burnt* namun tetap lembut di bagian dalamnya. Teknik ini memberikan tekstur yang unik pada *cheesecake*, yaitu kombinasi antara bagian luar yang sedikit renyah dengan bagian dalam yang lembut, serta rasa karamel yang khas dari proses pembakaran di permukaannya. *Mini burnt cheesecake* Sweevories dibuat dengan bahan berkualitas tinggi untuk mencapai keseimbangan sempurna antara rasa manis dan gurih. Produk *burnt cheesecake* Sweevories memiliki beberapa varian *topping*, yaitu:

- **Creamy Berry**

Topping Creamy Berry menawarkan selai stroberi yang dikombinasikan dengan potongan stroberi segar, dan disajikan di atas campuran *cream cheese* dan *whipped cream*. Kombinasi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik visual dengan warna merahnya yang cerah, tetapi juga menawarkan kontras rasa yang menarik. Selai stroberi yang manis dan sedikit asam melengkapi tekstur *cheesecake* yang lembut dan *creamy*, menghasilkan perpaduan rasa yang menarik. Penambahan potongan stroberi memberikan tekstur ekstra, membuat setiap gigitannya lebih menarik dan menggugah selera. Gabungan rasa asam dan manis dari selai dan stroberi segar menciptakan perpaduan rasa yang kompleks, sementara tekstur lembut dari

cream cheese dan *whipped cream* menambah cita rasa yang menyeluruh. *Topping* ini sangat cocok bagi pelanggan yang menyukai keseimbangan rasa manis dan asam yang saling melengkapi.

- **Lotus Biscoff**

Topping Lotus Biscoff memberikan pengalaman rasa yang khas, dengan selai dan biskuit Lotus Biscoff. Aromanya yang unik dan aroma rempah-rempah yang kuat membedakannya dari *topping* lainnya, dengan rasa karamel dan rempah-rempah yang kaya dari biskuit Lotus Biscoff dicampur ke dalam selai dan dioleskan di atas *cheesecake*. Kombinasi ini menciptakan perpaduan rasa gurih dan manis yang berbeda dari *topping* yang lainnya, sehingga meningkatkan cita rasa *cheesecake* secara keseluruhan. *Topping* ini sangat sesuai bagi para pencinta biskuit yang ingin merasakan cita rasa yang lebih kaya dan kompleks di setiap gigitannya.

- **Choco Berry**

Topping Choco Berry merupakan kombinasi dari potongan buah stroberi segar dan selai cokelat yang renyah dan manis. Potongan buah stroberi memberikan rasa segar dan asam, sementara selai cokelat yang padat dan lembut menambahkan rasa manis yang kuat. Rasa manis dari cokelat dan keasaman stroberi dikombinasikan untuk menghasilkan keseimbangan rasa yang menyenangkan yang membuat sensasi rasa yang berbeda dan menyeimbangkan rasa di setiap gigitannya. *Topping* ini sangat cocok bagi pelanggan yang menyukai rasa cokelat klasik namun tetap menginginkan perpaduan yang lebih segar dari buah-buahan

Sweevories tidak hanya berinovasi pada produknya, tetapi juga menyediakan solusi dan pilihan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Sweevories menawarkan penawaran khusus, seperti membuat hampers atau kemasan edisi spesial. Dengan kemasannya yang menarik dan berbagai rasa, *Burnt Cheesecake* dapat berfungsi sebagai hadiah yang kreatif dan menarik untuk beragam acara, sehingga meningkatkan daya tarik produk. Selain itu, dengan

mengutamakan kemasan produk dalam kualitas yang baik dengan harga yang kompetitif, perusahaan dapat memastikan bahwa pelanggan mendapatkan nilai lebih dengan harga yang terjangkau.

Selain *burnt cheesecake*, Sweevories juga menawarkan produk lain dengan rasa dan tekstur serupa, yaitu brownies bites. *Brownies bites* berukuran kecil dan praktis, sehingga cocok untuk dijadikan camilan di berbagai kegiatan. Berikut adalah dua varian rasa yang tersedia:

- **The Original (Coklat)**

Varian Original merupakan rasa klasik yang menarik bagi para penggemar coklat. Brownies ini dibuat dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi, termasuk coklat premium, yang memberikan rasa coklat yang kuat dan kaya. Teksturnya yang lembut dan fudgy menciptakan pengalaman yang menyenangkan di setiap gigitannya, memberikan kepuasan yang mendalam bagi para konsumen. Kombinasi rasa yang kuat dan tekstur yang memuaskan dapat memberikan pengalaman yang berbeda bagi para penikmatnya untuk merasakan cita rasa coklat yang khas dan kaya. Dengan demikian, varian The Original tidak hanya memberikan kenikmatan, tetapi juga mengedepankan kualitas bahan dan proses pembuatan yang tepat, sehingga menjadi pilihan yang sesuai dengan selera konsumen yang mengutamakan kualitas..

- **Matcha**

Varian Matcha merupakan pilihan yang tepat bagi para penggemar teh hijau. Brownies ini memadukan rasa manis dari brownies dengan rasa unik dari matcha yang dikenal memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. Dengan warna hijau yang khas, brownies ini menawarkan rasa yang lebih ringan dan sedikit pahit, seimbang dengan rasa manis dari adonan brownies. Matcha yang digunakan pada varian ini merupakan bubuk teh hijau berkualitas, memberikan aroma yang harum dan rasa yang menyenangkan. Varian ini cocok untuk pelanggan yang ingin mencoba kombinasi rasa yang berbeda,

serta bagi pelanggan yang mencari pilihan yang lebih sehat namun tetap sesuai dengan selera.

2.6 Status Bisnis Saat Ini

Saat ini, Sweevories berada dalam tahap pengembangan sebagai bisnis kuliner yang menawarkan produk *dessert* inovatif dengan perpaduan rasa manis (*sweet*) dan gurih (*savory*). Beragam menu andalan seperti *Burnt Cheesecake* dengan varian rasa *Creamyberry*, *Chocoberry*, *Lotus Biscoff*, *Original*, serta tambahan produk terbaru *Brownies Bites*, telah dikembangkan dengan cita rasa khas.

Sweevories juga telah melalui proses validasi pasar, di mana produk - produk ini telah diuji coba kepada target konsumen untuk memastikan kesesuaian dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Hasil validasi menunjukkan potensi pasar yang menjanjikan, dengan banyak konsumen memberikan *feedback* positif terkait kualitas rasa, inovasi, dan pengalaman kuliner yang ditawarkan. Dengan fondasi ini, Sweevories kini fokus memperkuat merek, mengoptimalkan strategi pemasaran, dan mempersiapkan ekspansi untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

2.7 Tujuan Pembuatan Business Plan

Wirausaha pemula memulai perjalanan bisnis dengan membawa visi dan misi yang kuat serta semangat besar untuk menciptakan dan mengembangkan usaha. Pembuatan business plan memainkan peran penting dalam merancang strategi untuk mewujudkan visi tersebut menjadi langkah-langkah konkret yang terstruktur. Business plan tidak hanya menjadi panduan praktis dalam memahami pasar, kebutuhan pelanggan, dan perencanaan sumber daya, tetapi juga membantu wirausaha melakukan analisis mendalam sehingga keputusan bisnis dapat diambil dengan lebih tepat, mengurangi risiko, dan memaksimalkan peluang. Adapun maksud dan tujuan penulis dalam pembuatan business plan sebagai berikut:

- 1) Memenuhi syarat kelulusan Pendidikan Strata 1 Program Studi Manajemen.

- 2) Mendapatkan pengalaman praktis dalam lingkungan bisnis nyata dan professional.
- 3) Membantu dalam mengembangkan keterampilan yang relevan dalam bisnis yang dibangun, baik soft skill maupun hard skill.
- 4) Mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang industri bisnis yang dijalankan, tren pasar, dan praktik dalam mengelola bisnis.
- 5) Meningkatkan kreativitas dan inovatif, hal ini bertujuan untuk menyelesaikan masalah dan menemukan peluang baru dalam bisnis.
- 6) Pemahaman mengenai berbagai aspek bisnis, termasuk perencanaan strategis, pengembangan produk, manajemen operasional, dan strategi pemasaran

2.8 Status Hukum dan Kepemilikan Usaha

Pesatnya pertumbuhan bisnis dan perusahaan di Indonesia mendorong pentingnya legalitas perusahaan sebagai sumber informasi resmi. Dengan adanya legalitas perusahaan memberikan pengakuan dari masyarakat dan harus sesuai dengan peraturan perundang-undangan serta dilengkapi dengan dokumen-dokumen yang diperlukan. Keberlangsungan suatu usaha juga dipengaruhi oleh kepemilikan izin usaha yang merupakan izin resmi yang harus dimiliki oleh perusahaan agar dapat beroperasi secara legal di Indonesia. Izin usaha ini memberikan jaminan dan perlindungan hukum kepada perusahaan dan menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan (Fitriani, 2017). Berdasarkan hukum di Indonesia, hanya perseroan terbatas (PT) dan koperasi yang diatur berdasarkan undang-undang. Jenis badan usaha persekutuan lainnya seperti Maatschap, Firma dan CV masih diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Kitab Undang-Undang Hukum Dagang.

Saat ini, Sweevories belum memiliki badan usaha formal seperti CV atau PT. Struktur bisnis dikelola oleh empat orang mahasiswa, di mana terdapat penanggung jawab utama, dan didukung oleh tiga rekan lain yang masing-masing mengelola bidang pemasaran, keuangan, dan operasional. Dengan pembagian peran ini, setiap anggota memiliki tanggung jawab di bidangnya masing-masing. Dalam

rencana dua tahun ke depan, Sweevories berencana membentuk badan usaha berbentuk CV atau firma untuk mendapatkan status hukum yang lebih formal dan mendukung kerja sama dengan pihak eksternal. Jika bisnis ini berkembang, akan dipertimbangkan untuk membentuk Perseroan Terbatas (PT) guna mendukung ekspansi usaha dan membuka peluang investasi. Terkait PIRT dan NIB, untuk saat ini kelompok Sweevories masih dalam tahapan proses yang mana hal ini membutuhkan cukup banyak waktu dan persiapan, oleh karena itu belum bisa kami tunjukkan dan sedang dalam tahap pemrosesan.

