

# **BAB I**

## **EXECUTIVE SUMMARY**

### **1.1 Perkenalan**

Kewirausahaan atau entrepreneur merupakan kegiatan yang fokus pada penciptaan, pengembangan, dan produksi hal-hal baru dengan ide-ide inovatif untuk meningkatkan nilai. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah wirausaha berasal dari kata "wira" yang berarti pahlawan, gagah, atau pejuang, dan "usaha" yang merujuk pada kegiatan yang melibatkan tenaga dan pikiran untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, wirausaha menggambarkan individu yang berani mengambil risiko untuk mencapai tujuan melalui penerapan tenaga dan pikirannya, terutama dalam bisnis. Menurut Howard Stevenson, kewirausahaan adalah tindakan individu atau kelompok yang menciptakan hal baru, mengubah yang sudah ada, atau menemukan cara lebih efisien untuk memperoleh keuntungan (Arisena, 2017).

Seorang wirausahawan memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang dan mengembangkan bisnis berdasarkan peluang tersebut. Keahlian ini membutuhkan waktu, usaha, dan kreativitas untuk mengubah peluang menjadi kesempatan bisnis yang menguntungkan. Kewirausahaan juga didukung oleh ketersediaan waktu untuk menerapkan ide, serta motivasi untuk menguasai pasar (Afianto, 2012). Berdasarkan Peraturan Presiden No. 2 Tahun 2022, wirausaha terbagi menjadi dua kategori: pemula dan mapan. Wirausaha pemula adalah individu yang merintis usaha sendiri, seringkali dengan pekerja tidak tetap, dan terdaftar dalam sistem perizinan berusaha elektronik. Wirausaha mapan adalah individu yang menjalankan bisnis dengan pekerja tetap dan usahanya berkembang lebih dari 42 bulan sejak terdaftar dalam sistem perizinan.

Menurut data dari Databoks pada Agustus 2023, Indonesia memiliki sekitar 52 juta pengusaha pemula, dengan 32,2 juta menjalankan bisnis sendiri dan 19,8 juta dibantu pekerja tidak tetap. Sementara itu, sekitar 4,5 juta wirausahawan mapan menjalankan bisnis dengan pekerja tetap. Per Agustus 2023, rasio wirausaha pemula mencapai 35,21%, sementara wirausahawan mapan hanya 3,04% dari total angkatan kerja nasional. Data juga menunjukkan bahwa jumlah wirausaha pemula meningkat 31,8% dalam dekade terakhir, sementara jumlah wirausahawan mapan meningkat 8,7%.

## **1.2 Deskripsi Perusahaan**

Sweevories adalah bisnis makanan penutup dan camilan yang didirikan pada pertengahan 2023, dengan produk unggulan berupa Burnt Cheesecake dan Brownies Bites. Burnt Cheesecake memiliki permukaan karamelisasi khas dengan tekstur lembut di bagian dalam, sementara Brownies Bites adalah versi mini dari brownies yang praktis, dengan berbagai varian rasa.

Sweevories di kembangkan dari Program Wirausaha Muda Mandiri 2023, bagian dari kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), yang memberikan pelatihan kewirausahaan bagi mahasiswa. Selain itu, Sweevories mengikuti program inkubator Skystar Ventures dari Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan Kompas Gramedia Group, yang membantu mengembangkan bisnis tahap awal melalui edukasi, mentoring, dan fasilitas pendukung. Sweevories fokus pada inovasi produk, pemasaran yang kuat, dan pertumbuhan bisnis.

## **1.3 Analisis Industri**

Industri kuliner di Indonesia berkembang pesat dengan kontribusi besar terhadap ekonomi kreatif, menyumbang 34% PDB pada 2023. Ekspor makanan dan minuman juga meningkat signifikan, mencapai 829,66 juta dolar AS pada 2024.

Usaha di sektor ini didominasi oleh bisnis berskala menengah dan besar, terutama di wilayah DKI Jakarta dan Jawa Barat, dengan sektor waralaba menjadi pemimpin industri.

Tren utama mencakup inovasi produk, digitalisasi melalui e-commerce, serta keberlanjutan dengan pengurangan limbah dan penggunaan kemasan ramah lingkungan. Permintaan konsumen kian beragam, termasuk produk sehat, organik, dan berbahan dasar nabati. Kompetisi yang tinggi dalam industri ini mendorong perusahaan untuk menawarkan nilai lebih melalui kualitas, branding, dan pengalaman pelanggan.

Teknologi memainkan peran besar dalam mendukung promosi dan pemasaran, terutama melalui media sosial, yang memperluas jangkauan pasar. Digitalisasi juga mengubah cara perusahaan menjangkau konsumen, memberikan kemudahan melalui platform daring. Kesadaran lingkungan dan preferensi konsumen terhadap makanan yang sehat serta unik semakin mendorong inovasi dan diversifikasi produk, menjadikan sektor ini strategis untuk investasi dan pengembangan.

#### **1.4 Analisis Pasar**

Berikut merupakan analisis segmen pasar dengan menggunakan metode Kotler dan Armstrong:

Segmentasi pasar adalah pengelompokan konsumen ke dalam kelompok yang lebih spesifik berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku berbeda. Menurut Kotler dan Armstrong, ada empat variabel utama dalam segmentasi pasar:

- a. Segmentasi Geografis: dilakukan dengan cara membagi pasar berdasarkan wilayah seperti negara, kota, atau lingkungan.
- b. Segmentasi Demografis: segmen ini di kelompokkan suatu pasar berdasarkan faktor seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, dan pendidikan.
- c. Segmentasi Psikografis: Berdasarkan gaya hidup dan kepribadian.

- d. Segmentasi Perilaku: segmen ini di dasari berdasarkan pengetahuan, perilaku, atau respons terhadap produk.

Sweevories menargetkan konsumen laki-laki dan perempuan di Tangerang dan Tangerang Selatan, terutama dari kalangan pelajar, mahasiswa, dan pekerja Generasi Milenial dan Z dengan anggaran untuk makanan manis antara Rp 20.000 hingga Rp 50.000.

Sweevories menciptakan proposisi nilai dengan fokus pada kebutuhan fungsional (rasa, porsi) dan emosional (meningkatkan suasana hati) pelanggan. Mengatasi masalah konsumen seperti rasa mual atau kurangnya variasi, Sweevories menawarkan produk dengan rasa konsisten, variasi menarik, dan tampilan estetik yang "eye-catching". Kemasan menarik dan paket khusus untuk acara menambah fleksibilitas bagi pelanggan. Proposisi nilai ini meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan daya saing Sweevories di pasar makanan manis.

## **1.5 Analisis Pemasaran**

Berikut merupakan analisis pemasaran dengan menggunakan metode Kloter dan Armstrong:

- a. Diferensiasi Produk

Sweevories membedakan dirinya dari kompetitor dengan menawarkan harga terjangkau, kualitas rasa yang konsisten, dan desain produk yang menarik. Produk juga dilengkapi dengan elemen segar seperti buah untuk keseimbangan rasa, serta fleksibilitas ukuran dan rasa dalam satu porsi. Sweevories juga menonjol dengan kemasan menarik, menjadikannya pilihan praktis untuk hampers atau hadiah.

b. Strategi Harga

Menurut Kotler dalam (Usli, 2022) kebijakan harga adalah teknik atau pendekatan yang digunakan oleh bisnis untuk menentukan harga, yang dapat mempengaruhi pembelian pelanggan atas apa yang ditawarkan dan menentukan besarnya pendapatan. Sweevories menggunakan strategi cost-based pricing, menetapkan harga dengan menambahkan margin keuntungan di atas biaya produksi. Ini memungkinkan mereka untuk menawarkan harga terjangkau sambil tetap menjaga kualitas dan keuntungan.

c. Positioning

Pemosisian produk atau *positioning* mengacu pada tindakan mengembangkan strategi pemosisian produk yang kompetitif dan menghasilkan bauran pemasaran yang tepat. Pada dasarnya, pemosisian produk adalah aktivitas produk dan bauran pemasaran untuk meninggalkan kesan yang mendalam bagi pelanggan (Pulungan et al., 2023).

## 1.6 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan

Tim manajemen Sweevories terbagi menjadi empat orang yang masing-masing terdiri dari Anya Octavia sebagai ketua, Justin Kurniawan sebagai penanggung jawab operasional, Gita Candra sebagai penanggung jawab keuangan dan Fitria Zahra sebagai penanggung jawab pemasaran.

Struktur organisasi bisnis Sweevories didasarkan pada pembagian tanggung jawab yang jelas di setiap bidang. Masing-masing anggota tim memiliki peran yang spesifik untuk memastikan operasional bisnis berjalan efektif. Berikut adalah bagan struktur organisasi Sweevories:

- a. Anya Octavia sebagai Ketua yang bertanggung jawab untuk memimpin dan merumuskan strategi perusahaan serta memastikan tercapainya visi dan misi.
- b. Justin Kurniawan sebagai Penanggung Jawab Operasional, yang mengelola produksi, distribusi, dan kualitas produk.

- c. Gita Candra sebagai Penanggung Jawab Keuangan, yang mengelola anggaran, pembukuan, dan arus kas perusahaan.
- d. Fitria Zahra sebagai Penanggung Jawab Pemasaran, yang merancang strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan kesadaran merek.

Masing-masing anggota tim bertanggung jawab langsung kepada Ketua dan bekerja secara kolaboratif untuk mencapai tujuan bisnis, menjaga kualitas produk, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

### **1.7 Rencana Operasional dan Pengembangan Produk**

Proses pengadaan bahan baku dimulai dengan identifikasi kebutuhan bahan yang diperlukan untuk produksi. Setelah itu, dilakukan pencarian pemasok yang dapat menyediakan bahan baku berkualitas sesuai standar, dengan mempertimbangkan faktor harga, reputasi, ketepatan pengiriman, dan layanan pelanggan. Tim Sweevories melakukan analisis untuk memilih pemasok melalui toko fisik dan online, membandingkan harga dan kualitas bahan. Mereka melakukan survei di toko fisik seperti Indogrosir dan berbelanja secara online melalui Shopee, memilih pemasok seperti Baking Store yang menawarkan harga kompetitif dan produk berkualitas.

lokasi bisnis yang gunakan Sweevories adalah Cloud kitchen, model bisnis kuliner yang tidak memerlukan ruang makan fisik, melainkan fokus pada produksi makanan siap antar dengan menggunakan platform digital. Model ini efisien dalam biaya operasional, memungkinkan fleksibilitas dalam pengelolaan menu, serta mendukung pengusaha kuliner dengan modal lebih kecil. Cloud kitchen memanfaatkan teknologi untuk pemesanan dan pengiriman makanan melalui aplikasi seperti GoFood atau GrabFood, meningkatkan skalabilitas dan memungkinkan ekspansi dengan biaya rendah. Namun, model ini memerlukan branding yang kuat untuk membangun kepercayaan pelanggan.

Sweevories memiliki dua produk utama yaitu *burnt cheesecake* dan *brownies bites*. Pengembangan produk dimulai dengan riset resep melalui

pencarian di Google dan YouTube, diikuti oleh percobaan trial and error untuk memperoleh tekstur dan rasa yang konsisten. Setelah menemukan formula yang tepat, tim fokus pada desain kemasan yang menarik dan informatif. Evaluasi produk dilakukan bersama mentor untuk melakukan perbaikan pada pemilihan bahan baku dan desain kemasan. Proses serupa juga diterapkan pada brownies bites, dengan percobaan yang dilakukan untuk mencapai tekstur fudgy dan rasa yang optimal.

### **1.8 Proyeksi Keuangan**

Proyeksi keuangan bisnis Sweevories Burnt Cheesecake untuk tiga bulan pertama mencerminkan tahap awal dari operasional usaha, dengan fokus pada peningkatan penjualan melalui pre-order dan acara spesial. Dalam proyeksi ini, diharapkan pendapatan bulanan akan meningkat secara bertahap seiring dengan meningkatnya kesadaran merek dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual.

### **1.9 Pendanaan**

Pada tahap awal, kami menginvestasikan modal sebesar 2 juta rupiah untuk mendukung operasional dan pengembangan produk, yang digunakan untuk pembelian peralatan produksi, bahan baku, dan kegiatan trial and error. Investasi ini bertujuan untuk memastikan kualitas produk sebelum diluncurkan ke pasar dan terus meningkatkan layanan kami.