

BAB II

DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1 Pendahuluan

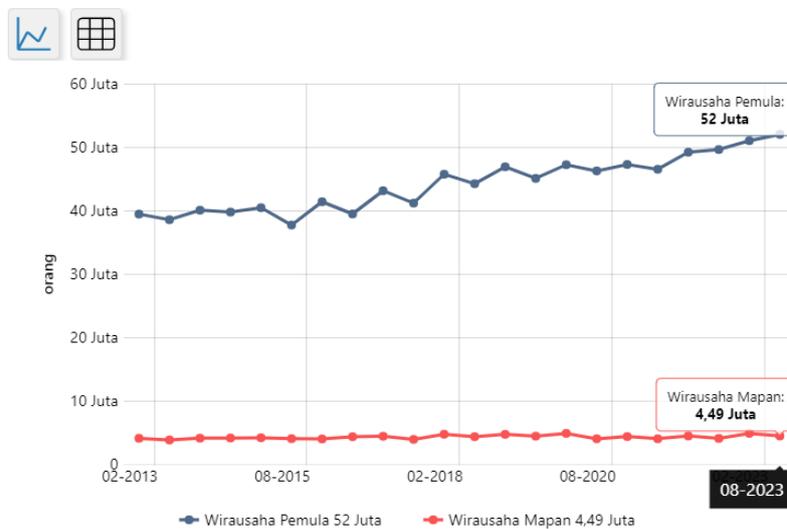
Kewirausahaan, atau yang sering disebut entrepreneurship, adalah kegiatan yang berfokus pada menciptakan, mengembangkan, dan menghasilkan sesuatu yang baru dengan memanfaatkan ide-ide kreatif dan inovatif untuk memberikan nilai tambah. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah wirausaha berasal dari kata wira, yang berarti pahlawan, gagah, berani, atau pejuang, dan usaha, yang mengacu pada upaya yang melibatkan tenaga dan pikiran untuk mencapai tujuan tertentu. Berdasarkan penggabungan makna tersebut, wirausaha menggambarkan seseorang yang berani mengambil risiko demi mencapai tujuan, terutama dalam dunia bisnis. Howard Stevenson mendefinisikan kewirausahaan sebagai upaya individu atau kelompok untuk menciptakan sesuatu yang baru, mengubah sesuatu yang sudah ada, atau mencari cara yang lebih efisien untuk mencapai hasil, dengan tujuan akhir menghasilkan keuntungan (Arisena, 2017).

Seorang wirausahawan adalah individu yang memiliki kemampuan dalam melihat peluang dan memanfaatkan peluang tersebut dengan membangun bisnis. Namun, membangun usaha tidak cukup hanya dengan melihat peluang. Butuh waktu, kerja keras, dan usaha yang konsisten untuk mengubah ide menjadi kenyataan. Selain itu, kemampuan dalam berwirausaha sangat bergantung pada kreativitas dan motivasi untuk tetap kompetitif di pasar (Afianto, 2012). Berdasarkan Peraturan Presiden No. 2 Tahun 2022, wirausaha dibagi menjadi dua kategori Wirausaha pemula, yaitu mereka yang menjalankan usaha secara mandiri atau dengan bantuan pekerja tidak tetap. Kelompok ini mencakup individu yang masih dalam tahap awal membangun usahanya, dengan bisnis yang sudah terdaftar di sistem perizinan elektronik.

Wirausaha mapan, yaitu mereka yang sedang menjalankan sebuah usaha dengan bantuan pekerja tetap dan memiliki bisnis yang sudah beroperasi lebih

dari 42 bulan sejak terdaftar di sistem perizinan elektronik, dengan bukti perkembangan yang jelas.

Menurut portal Databoks, hingga Agustus 2023, terdapat sekitar 52 juta wirausaha pemula di Indonesia. Dari jumlah tersebut, 32,2 juta orang menjalankan usaha mereka sendiri, sementara 19,8 juta dibantu oleh pekerja tidak tetap. Di sisi lain, jumlah wirausaha mapan mencapai 4,5 juta orang, yang menjalankan bisnis dengan pekerja tetap.



Gambar 2. 1Pertumbuhan Jumlah Wirausaha di Indonesia sampai 2023

Berdasarkan Gambar 1.1, proporsi wirausaha pemula mencapai 35,21%, sementara proporsi wirausaha yang sudah mapan adalah 3,04% dari total angkatan kerja nasional. Dalam sepuluh tahun terakhir, dari Februari 2013 hingga Agustus 2023, jumlah calon wirausaha meningkat sebesar 12,6 juta orang, dengan tingkat pertumbuhan 31,8%. Di sisi lain, jumlah wirausahawan mapan bertambah 360,9 ribu orang, dengan tingkat pertumbuhan 8,7% pada periode yang sama (Ahdiat, 2023).

Menurut data dari Badan Pusat Statistik Indonesia, yang dipublikasikan oleh GoodStats, pada Februari 2024 jumlah wirausaha di Indonesia tercatat mencapai 5,01 juta orang, mengalami kenaikan 2,04% dibandingkan Februari

2023. Ini adalah pertama kalinya jumlah wirausaha mapan di Indonesia menembus angka 5 juta, yang merupakan rekor tertinggi sejak 2013.



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

Sementara itu, jumlah wirausaha pemula mengalami penurunan, tercatat sebanyak 51,55 juta wirausaha pemula di Indonesia pada Februari 2024. Meskipun jumlah wirausaha pemula berkurang, angka ini masih jauh lebih besar dibandingkan jumlah wirausaha yang sudah berpengalaman. Dari total wirausaha pemula tersebut, 29,11 juta bekerja untuk diri mereka sendiri, sementara 22,44 juta mempekerjakan tenaga kerja tidak tetap atau tanpa bayaran. Jumlah wirausaha pemula menurun sebesar 0,9% dibandingkan Agustus 2023, namun mengalami kenaikan 1% dibandingkan Februari 2023 (Yonatan, 2024).



Gambar 2. 3 Jumlah wirausahawan pemula di Indonesia turun menjadi 51,55 juta pada tahun 2024

Kewirausahaan memiliki peran penting dalam perkembangan dan kemajuan suatu teknologi karena mendorong peningkatan pengetahuan, kreativitas, dan inovasi dalam dunia bisnis, serta memberikan kontribusi pada penciptaan lapangan kerja dan peningkatan daya saing. Kemunculan perusahaan-perusahaan rintisan yang menawarkan produk dan layanan baru yang bersaing dengan perusahaan mapan memperkuat proses persaingan, di mana hanya organisasi yang paling kompetitif yang mampu bertahan dan berkembang. Di tengah era globalisasi, kewirausahaan lebih dari sekadar aktivitas manajerial, melainkan juga melibatkan aspek produktivitas, investasi, penciptaan produk, dan pengembangan. Di zaman ini, inovasi yang dilakukan oleh wirausahawan menjadi landasan untuk keberlanjutan bisnis. Oleh karena itu, seorang wirausahawan adalah individu yang memiliki kreativitas untuk memanfaatkan berbagai sumber daya yang ada, baik itu sumber daya material, intelektual, maupun waktu, untuk menciptakan produk atau usaha yang bermanfaat bagi dirinya sendiri dan orang lain (Zamhari, Rasyiq, Yahya, Daniyasti, & Fitriani, 2023).

2.2 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang terus berubah telah memulai proses globalisasi di seluruh dunia. Globalisasi, menurut Robertson, melibatkan penyempitan dunia dan peningkatan kesadaran akan dunia melalui koneksi dan pemahaman yang lebih baik secara global (Warsani, Helminazora, & Nurfaizah, 2022). Fenomena ini memiliki dampak besar terhadap dunia bisnis, membuka peluang serta tantangan baru yang mengubah cara perusahaan beroperasi dan berkompetisi. Globalisasi telah mengurangi batas-batas antar negara, memungkinkan perusahaan untuk memperluas pasar mereka secara lebih luas.

Tren bisnis kuliner yang terus berkembang telah menciptakan persaingan yang semakin ketat, sehingga dapat menarik pelaku bisnis kuliner untuk terus berinovasi dan meningkatkan daya tarik produk yang diminati oleh konsumen. Oleh karena itu, pelaku bisnis kuliner perlu menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, contohnya yaitu preferensi rasa, penyajian, dan daya tarik visual yang mewakili citra produk. Inovasi menjadi kunci untuk tetap bersaing, dengan menciptakan produk yang tidak hanya lezat tetapi juga menarik secara visual, serta sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga kemudahan akses produk melalui saluran distribusi seperti pengantaran online dan platform digital menjadi faktor penting untuk menjangkau konsumen yang mengutamakan kenyamanan.

Seperti yang kita ketahui *Pastry* yang dikenal juga sebagai patisserie, berfokus pada pembuatan dan penyajian berbagai jenis kue. Dalam penelitian oleh Putri & Mayasari (2020), disebutkan bahwa proses pembuatan pastry melibatkan pemilihan bahan yang tepat, pengukuran yang akurat, dan pemanggangan yang sempurna untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi. Sementara itu, produk *bakery* diolah dari bahan dasar seperti tepung, ragi, telur, dan gula, yang kemudian dipanggang dalam suhu tinggi (Pratiwi, et al., 2022)

Industri *pastry* dan *bakery* di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir, menjadikannya sektor yang

menjanjikan untuk investasi dan pengembangan. Pastry, terutama kue, menjadi pilihan makanan penutup yang digemari oleh berbagai kalangan, terutama generasi Milenial dan Gen Z yang mengutamakan rasa dan estetika. Permintaan yang terus meningkat didorong oleh budaya perayaan di Indonesia, di mana kue sering menjadi bagian penting dari acara-acara spesial. Peran media sosial juga sangat besar dalam mempengaruhi tren makanan, di mana konsumen sering berbagi pengalaman kuliner mereka, memberikan peluang besar bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan pemasaran digital.

Dalam artikel yang diterbitkan The Hershey Company (2018), terdapat penelitian yang dilakukan oleh The Hershey Company bersama Centre for Generational Kinetics menunjukkan bahwa Milenial dan Gen Z sangat menyukai makanan manis, seperti kue, biskuit, pie, dan es krim. Menurut studi tersebut, 87% dari mereka mempertimbangkan untuk mengonsumsi makanan penutup setiap hari, 47% memiliki restoran favorit yang menyajikan makanan penutup, dan tiga perempat percaya bahwa setiap acara spesial harus dilengkapi dengan makanan penutup. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa semakin muda generasi, semakin besar minat mereka terhadap produk baru. Khususnya, hampir separuh dari Gen Z lebih memilih makanan penutup daripada makan malam, dan makanan penutup menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial mereka. Bagi mereka, makanan manis tidak hanya sekadar kesenangan sesekali, tetapi juga menjadi cara untuk merayakan momen-momen spesial dan menentukan tempat makan mereka.

2.3 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan

Sweevories adalah usaha yang bergerak di bidang makanan penutup dan camilan, menawarkan beragam pilihan hidangan manis dan gurih untuk pelanggan. Produk unggulan Sweevories adalah *Burnt Cheesecake*, yang merupakan variasi unik dari *cheesecake* tradisional, dengan permukaan yang sedikit gosong untuk menambah rasa dan tekstur yang khas. Meskipun diberi

nama "gosong", kue ini dipanggang dengan suhu tinggi yang sengaja dipilih untuk menciptakan lapisan luar yang terkaramelisasi dan tampak gosong. Di sisi lain, bagian dalam burnt cheesecake tetap lembut dan creamy dengan perpaduan rasa keju yang gurih dan manis.

Didirikan pada pertengahan 2023, Sweevories terus berkembang dengan fokus pada inovasi produk dan kreativitas dalam berbisnis. Salah satu produk inovatif yang dikembangkan adalah Brownies Bites, yaitu porsi kecil dari brownies biasa. Brownies Bites, yang umumnya berbentuk persegi atau bulat dan berukuran kecil, dirancang untuk dimakan dalam sekali gigit, menjadikannya pilihan camilan atau makanan penutup yang praktis. Dengan tekstur yang lembut dan padat serta rasa cokelat yang kaya, produk ini banyak diminati karena kemudahannya. Brownies Bites sering hadir dalam berbagai variasi, seperti dengan tambahan kacang, karamel, atau taburan coklat, dan dapat dikemas dalam jar atau wadah lainnya, sehingga ideal untuk hadiah atau oleh-oleh.

Sweevories didirikan melalui Program Wirausaha Muda Mandiri 2023 yang diselenggarakan oleh pemerintah, sebagai bagian dari Program Kewirausahaan Merdeka dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbud Ristek). Program ini memberikan mahasiswa kesempatan untuk memperoleh pengalaman praktis dalam kewirausahaan melalui pelatihan, bimbingan, serta akses ke sumber daya dan jaringan bisnis. Dengan memanfaatkan kesempatan ini, *Sweevories* berfokus pada pengembangan bisnis pastry dan bakery dengan produk inovatif dan metode pemasaran yang kuat.

Selain itu, Sweevories juga berpartisipasi dalam Skystar Ventures, sebuah inkubator bisnis yang dibentuk oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan Kompas Gramedia Group (KGG). Skystar Ventures berfokus pada pengembangan usaha tahap awal di berbagai industri, termasuk teknologi, dengan memberikan bimbingan menyeluruh, edukasi praktis, dan fasilitas

seperti co-working space serta jaringan mentor. Program Skystar Ventures berkontribusi pada percepatan pertumbuhan bisnis dengan menyediakan sumber daya, pengetahuan pasar, dan bimbingan yang berguna.

2.4 Tagline

Tagline adalah sebuah frasa singkat yang menyampaikan pesan yang jelas dan mudah diingat. Biasanya digunakan dalam promosi produk untuk menciptakan kesan yang kuat dan dapat diingat oleh konsumen. Ketika pesan promosi mudah diingat, kesadaran merek cenderung meningkat. Namun, jika tagline sulit diucapkan, terdengar aneh, atau sulit diingat meskipun relevan dengan produk, hal ini dapat membingungkan konsumen dan tidak efektif dalam menyampaikan pesan utama bisnis. Selain itu, tagline yang terlalu panjang bisa mengurangi daya ingat konsumen, sehingga mengurangi efektivitas pemasaran dalam membangun kesadaran merek (Saputri, Mulyatini, & Basari, 2020).

Tagline Sweevories, yaitu "*Your Sweet Treats*", mengandung makna yang mendalam dan strategis untuk promosi produk. Penggunaan kata "*Your*" menciptakan hubungan pribadi antara merek dan pelanggan, menunjukkan bahwa Sweevories bukan sekadar penjual makanan ringan, tetapi juga teman dalam berbagi momen manis dalam hidup. Ini menggambarkan bahwa setiap produk yang ditawarkan adalah pilihan terbaik untuk memenuhi selera dan keinginan pelanggan, serta memberikan kesan bahwa setiap pelanggan memiliki arti penting bagi perusahaan.

"*Sweet treats*" menggambarkan keseluruhan produk Sweevories, seperti burnt cheesecake mini dan brownies, yang dibuat dengan penuh dedikasi dan perhatian terhadap kualitas. Istilah ini tidak hanya menggambarkan rasa manis, tetapi juga pengalaman menyenangkan yang ingin dibawa oleh Sweevories.

Setiap produk dirancang dengan cita rasa yang menggugah dan tampilan yang menarik, menciptakan pengalaman yang memuaskan di setiap gigitan.

Tagline ini juga mencerminkan misi Sweevories untuk menjadi bagian dari momen-momen penting, seperti perayaan ulang tahun, berkumpul bersama keluarga, atau menikmati waktu santai dengan secangkir kopi. Sweevories ingin produknya menyempurnakan momen-momen tersebut, menjadikannya lebih manis dan berkesan. Secara keseluruhan, tagline "*Your Sweet Treats*" menyampaikan kesan hangat dan dekat, sambil menegaskan komitmen Sweevories terhadap suguhan berkualitas tinggi untuk semua orang.

2.5 Produk

Sweevories adalah bisnis makanan penutup dan camilan yang menawarkan berbagai pilihan hidangan manis dan gurih dengan kualitas premium, seperti mini burnt cheesecake dan brownies. Setiap produk dirancang dengan cita rasa khas dan tampilan yang menarik, mencerminkan komitmen *Sweevories* untuk memberikan pengalaman kuliner yang unik kepada setiap pelanggannya.

Mini *Burnt Cheesecake* adalah salah satu produk unggulan *Sweevories*. *Cheesecake* ini dipanggang dengan suhu tinggi, menghasilkan lapisan luar yang sedikit gosong dan karamelisasi, sementara bagian dalamnya tetap lembut dan creamy. Proses pemanggangan ini memberikan tekstur unik, dengan bagian luar yang sedikit renyah dan bagian dalam yang lembut, serta rasa karamel yang khas dari proses pembakaran di permukaannya. *Sweevories* menggunakan bahan berkualitas tinggi untuk menciptakan keseimbangan sempurna antara rasa manis dan gurih dalam produk ini. Mini *burnt cheesecake* *Sweevories* hadir dalam beberapa varian topping, yaitu:

- **Creamyberry**

Topping Creamy Berry memadukan selai stroberi dengan potongan stroberi segar, disajikan di atas campuran cream cheese dan whipped cream. Kombinasi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik visual dengan warna merah yang cerah, tetapi juga menawarkan perpaduan rasa manis dan asam yang menyegarkan. Potongan stroberi memberikan tekstur tambahan, menciptakan rasa yang seimbang dan menggugah selera, ideal bagi pelanggan yang menyukai keseimbangan rasa manis dan asam.

- **Lotus**

Topping Lotus Biscoff memberikan pengalaman rasa yang khas dengan selai dan biskuit Lotus Biscoff, yang memiliki aroma rempah dan karamel yang kaya. Kombinasi ini menciptakan rasa gurih dan manis yang unik, meningkatkan cita rasa cheesecake secara keseluruhan. Topping ini cocok untuk para penggemar biskuit yang mencari rasa lebih kaya dan kompleks.

- **Chocoberry**

Topping Choco Berry menggabungkan potongan stroberi segar dengan selai coklat yang manis dan renyah. Rasa segar dan asam dari stroberi berpadu dengan manisnya selai coklat, menciptakan keseimbangan rasa yang menyenangkan. Topping ini ideal bagi pelanggan yang menyukai rasa coklat klasik namun ingin tambahan kesegaran dari buah.

Sweevories juga menawarkan berbagai solusi yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, seperti hampers atau kemasan edisi spesial. Dengan kemasan yang menarik dan pilihan rasa yang bervariasi, mini burnt *cheesecake* dapat dijadikan hadiah yang kreatif untuk berbagai acara, meningkatkan daya tarik produk. Dengan mengutamakan

kualitas kemasan dan harga yang kompetitif, Sweevories memastikan pelanggan mendapatkan nilai lebih dengan harga yang terjangkau.



Gambar 2. 4 Packaging Burnt Cheesecake

Selain mini burnt cheesecake, Sweevories juga menawarkan produk lain yang memiliki rasa dan tekstur serupa, yaitu brownies bites. Brownies bites hadir dalam ukuran kecil dan praktis, cocok untuk dijadikan camilan di berbagai kesempatan. Berikut adalah dua varian rasa yang tersedia:

- The Original (Coklat)

Varian Original menawarkan rasa coklat klasik yang kuat dan kaya, cocok bagi para penggemar coklat. Brownies ini terbuat dari bahan berkualitas tinggi, termasuk cokelat premium, yang memberikan rasa coklat yang mendalam. Teksturnya yang lembut dan fudgy memberikan pengalaman yang memuaskan, menjadikannya pilihan tepat untuk konsumen yang mengutamakan kualitas.

- Matcha

Varian Matcha adalah pilihan sempurna bagi para penggemar teh hijau. Brownies ini menggabungkan rasa manis dari brownies dengan rasa khas matcha yang sedikit pahit, memberikan keseimbangan yang pas. Matcha yang digunakan dalam varian ini adalah bubuk teh hijau

berkualitas, memberikan aroma dan rasa yang menyenangkan. Varian ini cocok untuk pelanggan yang ingin mencoba kombinasi rasa yang lebih sehat namun tetap enak.



Gambar 2. 5 Packaging Brownies Bites

2.6 Status Bisnis Saat Ini

Sweevories saat ini sedang mengembangkan bisnisnya dengan struktur organisasi yang telah terorganisir dengan baik. Bisnis ini dikelola oleh tim manajemen yang 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. Sweevories telah berhasil mengembangkan *Burnt Cheesecake* sebagai produk unggulan, melalui serangkaian riset, percobaan, dan evaluasi untuk memastikan kualitas produk yang optimal. Setelah menemukan formula yang tepat, tim mulai fokus pada pengembangan merek dan strategi pemasaran untuk meningkatkan eksposur produk di pasar lokal, terutama di kalangan konsumen yang menyukai dessert berkualitas.

Sweevories berusaha untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan melalui sistem pre-order, acara spesial, serta pemanfaatan platform digital untuk pemasaran. Dengan produk yang siap dipasarkan, fokus utama sekarang adalah memperkenalkan merek dan mempertahankan kualitas produk, dengan tujuan membangun loyalitas pelanggan dan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

2.7 Tujuan Pembuatan Business Plan

Wirausaha pemula memulai perjalanan bisnis dengan visi dan misi yang jelas serta semangat yang tinggi untuk menciptakan dan mengembangkan usaha. Penyusunan business plan memiliki peran penting dalam merancang strategi yang mengubah visi tersebut menjadi langkah-langkah nyata yang terstruktur. Business plan tidak hanya berfungsi sebagai panduan dalam memahami pasar, kebutuhan pelanggan, dan perencanaan sumber daya, tetapi juga membantu wirausahawan melakukan analisis mendalam untuk membuat keputusan bisnis yang lebih tepat, mengurangi risiko, dan memaksimalkan peluang. Adapun tujuan penulis dalam membuat business plan adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi persyaratan kelulusan Pendidikan Strata 1 Program Studi Manajemen.
2. Mendapatkan pengalaman praktis dalam lingkungan bisnis yang nyata dan profesional.
3. Mengembangkan keterampilan yang relevan dalam bisnis yang dijalankan, baik soft skills maupun hard skills.
4. Memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai industri bisnis yang digeluti, tren pasar, dan praktik dalam mengelola bisnis.
5. Meningkatkan kreativitas dan inovasi, yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah dan menemukan peluang baru dalam bisnis.

6. Memahami berbagai aspek bisnis, termasuk perencanaan strategis, pengembangan produk, manajemen operasional, dan strategi pemasaran.

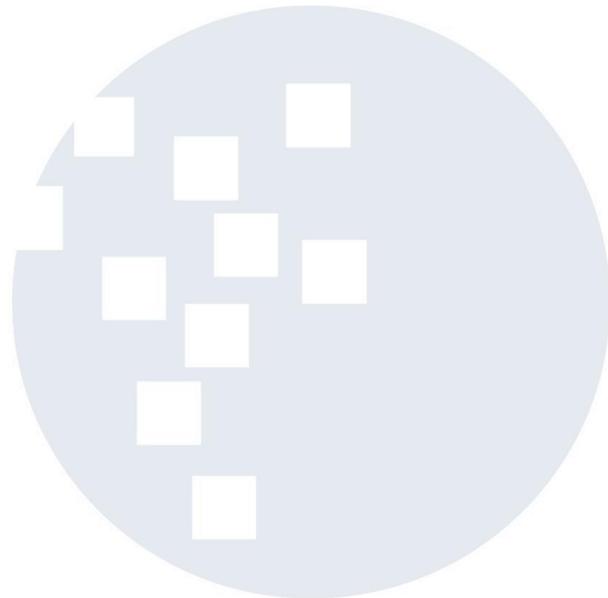
2.8 Status Hukum dan Kepemilikan Usaha

Pertumbuhan bisnis saat ini mengingkat pesat. Perusahaan di Indonesia semakin menekankan pentingnya legalitas perusahaan sebagai sumber informasi resmi. Memiliki legalitas perusahaan memberikan pengakuan dari masyarakat dan memastikan bahwa perusahaan tersebut mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta dilengkapi dengan dokumen-dokumen yang diperlukan. Keberlangsungan sebuah usaha juga sangat bergantung pada kepemilikan izin usaha, yang merupakan izin resmi yang harus dimiliki oleh perusahaan agar dapat beroperasi secara sah di Indonesia. Izin usaha ini memberikan perlindungan hukum kepada perusahaan dan membangun kepercayaan publik terhadapnya (Fitriani, 2017). Berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia, hanya perseroan terbatas (PT) dan koperasi yang diatur melalui undang-undang, sementara 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. Bisnis ini dikelola oleh empat orang mahasiswa, dengan penulis sebagai penanggung jawab utama, serta tiga rekan yang masing-masing mengelola bidang pemasaran, keuangan, dan operasional. Dengan pembagian peran tersebut, penulis bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan strategis dan pengawasan operasional secara keseluruhan, sementara anggota lainnya bertanggung jawab di bidang masing-masing.

Dalam rencana satu tahun ke depan, Sweevories berencana untuk membentuk badan usaha berbentuk CV atau firma guna mendapatkan status hukum yang lebih formal dan mempermudah kerja sama dengan pihak

eksternal. Jika bisnis ini berkembang, pembentukan Perseroan Terbatas (PT) akan dipertimbangkan untuk mendukung ekspansi usaha dan membuka peluang investasi lebih lanjut.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA