

Analisis Strategi Jaringan Bisnis, Pemasaran dan Produksi Pada Produk Roll Cake “On a Roll”

Resya Dwi Marselina¹, Amanda Cahya Nilamsari², Asep Nurjaman³, Dede Nurhasanah⁴, Farhan Nur Jamal⁵, Ilham Sandi Ferdiana⁶

¹⁻⁶ Universitas Teknologi Digital

Email: resyadwi@digitechuniversity.ac.id, amanda10220069@digitechuniversity.ac.id,

asep10220051@digitechuniversity.ac.id, dede10220083@digitechuniversity.ac.id,

farhan10220064@digitechuniversity.ac.id, ilham10220050@digitechuniversity.ac.id

Alamat: Jl. Cibogo No. Indah 3, Mekarjaya, Kec. Rancasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40000

Korespondensi penulis: amanda10220069@digitechuniversity.ac.id

Abstract. This research is motivated by an analysis of business networks, marketing and production in the business world which creates very tight competition. To respond to this, the author conducted business network analysis research, marketing and production carried out by the UMKM Roll Cake "On a Roll". The objectives that must be achieved in this research include: (1) to find out what products are produced by Roll Cake "On a Roll" (2) To find out which business networks are suitable for Roll Cake "On a Roll" products, (3) to find out the production process of Roll Cake "On a Roll", (4) to find out how the marketing process of Roll Cake "On a Roll", (5) to find out the financial reports of the Roll Cake "On a Roll" business. This research was conducted directly with the founder of Roll Cake "On a Roll". This research looks for business networks, marketing processes and production processes carried out by Roll Cake "On a Roll" entrepreneurs to make decisions regarding the development carried out from the product being marketed to the hands of consumers. This research uses qualitative methods, namely interviewing Roll Cake "On a Roll" entrepreneurs regarding business networks, marketing, production, sales and financial reports carried out to gain profits.

Keywords: Business Network, Marketing, Production, Business, Roll Cake.

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi dengan analisis jaringan bisnis, pemasaran serta produksi yang terhadap dunia usaha yang menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Untuk merespon hal itu penulis melakukan penelitian analisis jaringan bisnis, pemasaran serta produksi yang dilakukan oleh UMKM Roll Cake “On a Roll”. Tujuan yang harus dicapai dalam penelitian ini yaitu antara lain: (1) untuk mengetahui produk apa saja yang dihasilkan oleh Roll Cake “On a Roll” (2) Untuk mengetahui jaringan bisnis yang cocok pada produk Roll Cake “On a Roll”, (3) untuk mengetahui proses produksi dari Roll Cake “On a Roll”, (4) untuk mengetahui bagaimana proses pemasaran dari Roll Cake “On a Roll”, (5) untuk mengetahui laporan keuangan usaha Roll Cake “On a Roll”. Penelitian ini dilakukan langsung kepada pendiri Roll Cake “On a Roll”. Penelitian ini mencari jaringan bisnis, proses pemasaran serta proses produksi yang dilakukan oleh para pengusaha Roll Cake “On a Roll” untuk memutuskan sebuah keputusan atas pengembangan yang dilakukan dari produk yang dipasarkan sampai ke tangan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu salahsatunya mewawancarai pelaku usaha Roll Cake “On a Roll” mengenai jaringan bisnis, pemasaran, produksi, penjualan dan laporan keuangan yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan.

Kata kunci: Jaringan Bisnis, Pemasaran, Produksi, Bisnis, Roll Cake.

LATAR BELAKANG

Dessert merupakan hidangan penutup yang disajikan pada akhir waktu makan atau disajikan setelah selesai makan. Hidangan penutup atau dessert identik dengan makanan yang ringan, manis dan disajikan dalam keadaan dingin, sehingga memberikan kesan menyegarkan. *Dessert* pada saat ini tidak hanya dijadikan sebagai makanan penutup atau makanan pencuci mulut saja akan tetapi dapat dijadikan juga sebagai teman minum teh, snack, hantaran atau souvenir, dan lain sebagainya. Bentuk dan penampilan *dessert* yang semakin menarik

berpengaruh pada permintaan di masyarakat semakin meningkat. Umumnya mulai dari anak-anak hingga orang dewasa menyukai makanan manis yang dingin seperti cake, pie, es krim, dan lain-lain dipadukan dengan krim, saus, buah, atau sirup sehingga menciptakan *dessert* yang lezat dan menarik. Salah satu jenis *dessert* yang digemari masyarakat adalah *roll cake*.

Roll Cake adalah kreasi bolu gulung yang berasal dari negara Jepang dengan memodifikasi bagian kulit luar dan dalam *roll cake* dengan motif-motif menarik, sehingga keunikan gambar atau motif yang melekat pada *roll cake* menjadi daya tarik tersendiri yang menggugah selera. *Roll Cake* dikenal juga dengan nama "Swiss Roll", sedangkan di Indonesia dikenal dengan nama "Bolu Gulung". Kue jenis ini merupakan kue yang lazim dikonsumsi terutama pada acara-acara tertentu, menggunakan banyak krim beraneka rasa sebagai isinya seperti penambahan komponen tertentu. Maka dari itu, Roll Cake "On a Roll" berinovasi dengan produk yang mampu bersaing dengan kuliner lain namun tetap memperhatikan aspek kesehatan, kebersihan dan daya beli masyarakat. Konsep usaha yang diusung oleh Roll Cake "On a Roll" adalah usaha kuliner yang sehat, praktis dan efisien. Visi dari usaha tersebut adalah memberikan manfaat maksimal dengan pengorbanan minimal bagi konsumen. Manfaat maksimal tersebut diimplementasikan melalui produkan Roll Cake "On a Roll" yang sangat aman dan sehat untuk dikonsumsi, namun dapat diperoleh dengan harga yang sangat terjangkau. Misi dari usaha Roll Cake "On a Roll" yaitu pelayanan prima dan berkualitas.

KAJIAN TEORITIS

Menurut (Flynn, 2010) jaringan adalah suatu seni yang sangat diperlukan dalam membangun relasi timbal-balik jangka panjang dengan orang yang tepat. Menurut (Indarti dkk (Giawara, Pasaribu, & Pasaribu, 2021)) menyatakan bahwa seorang usahawan membutuhkan suatu jaringan sosial yang kuat selain informasi, modal, keterampilan, tenaga kerja untuk memulai usaha. Jaringan bisnis merupakan salah satu senjata yang cukup ampuh dalam mengembangkan bisnis karena dengan membentuk jaringan bisnis informasi dapat cepat menyebar. Dengan cepatnya sebaran informasi, maka aspek lainpun akan cepat pula meluas. Sedangkan menurut (Budianto, 2017) Jaringan bisnis merupakan salah satu senjata yang cukup ampuh dalam mengembangkan bisnis, karena dengan membentuk jaringan bisnis informasi dapat cepat menyebar. Dengan cepatnya sebaran informasi, maka aspek lainpun akan cepat pula meluas. Dari kondisi seperti ini bisnis akan mudah dikembangkan.

Menurut (Fiati & Zuliyanti, 2016) tujuan dari membangun jaringan bisnis ini adalah untuk meningkatkan pendapatan bisnis, ide, dan dukungan. Jaringan bisnis bertujuan untuk

mendukung dan memajukan tujuan bisnis perusahaan. Hal ini melibatkan pertemuan, komunikasi, dan kerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan bisnis.

Definisi pemasaran menurut William J. S (Swastha & Handoko, 2000), adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Tujuannya adalah untuk memahami dan memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan dengan cara yang menguntungkan bagi Perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Sunarso & Hartono, 2020) bauran pemasaran merupakan (*marketing mix*) merupakan sekumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Selain itu dalam pemasaran terdapat analisis SWOT. Analisis SWOT adalah teknik yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk bisnis atau bahkan proyek tertentu. Meskipun paling banyak digunakan oleh organisasi dari bisnis kecil dan nirlaba hingga perusahaan besar, analisis SWOT juga dapat digunakan untuk tujuan pribadi dan profesional (Raeburn, 2023).

Saluran distribusi menurut Kotler dalam (Setiyarti & Wardhana, 2018) adalah sekelompok perusahaan dan perorangan yang memiliki hak pemilikan atas produk, atau membantu memindahkan hak pemilikan produk atau jasa ketika dipindahkan dari produsen ke konsumen.

Menurut (Hartono, 2022), *Segmenting, targeting, dan positioning* atau STP adalah salah satu strategi pemasaran untuk menentukan di area manakah sebuah bisnis akan dioperasikan. Sesuai namanya, strategi ini didasarkan oleh tiga langkah, yaitu mengidentifikasi segmen, menganalisis target pasar, serta menentukan posisi yang tepat untuk menjalankan bisnis.

Segmenting atau segmentasi pasar merupakan langkah pertama untuk membuat strategi dalam STP. Pada langkah *segmenting* harus membagi target pasar atau kategori menjadi kelompok konsumen potensial. Dalam *Segmenting* ada beberapa kategori segmentasi pasar yang bisa digunakan sebagai tolak ukur *segmenting*, yaitu demografis, geografis, psikografis, dan perilaku. Menurut (Hartono, 2022) *Targeting* merupakan Analisis penempatan target mengharuskan untuk menentukan salah satu hasil *segmenting* dengan kualitas yang paling sesuai. (Hartono, 2022) *Positioning* merupakan cara untuk menempatkan iklan atau promosi produk di segmen yang telah dipilih dengan target yang telah disusun.

Produksi merupakan suatu kegiatan yang mengubah input menjadi output. Kegiatan produksi tersebut di dalam ekonomi biasa dinyatakan dalam fungsi produksi, dimana fungsi

produksi ini menunjukkan jumlah maksimum output yang dihasilkan dari pemakaian sejumlah input dengan menggunakan teknologi tertentu (Sugiarto, Herlambang, Brastoro, & Sudjana, 2002).

Menurut (Sukirno, 2003) fungsi produksi adalah kaitan diantara faktor-faktor produksi dan tingkat produksi yang diciptakan. Faktor-faktor produksi dikenal sebagai input dan jumlah produksi sebagai output.

Laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu (Kasmir, 2019). Sedangkan menurut (Prihadi, 2020) laporan keuangan adalah hasil dari kegiatan pencatatan seluruh transaksi keuangan di perusahaan. Laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi yang relevan, andal, dan berguna kepada pemangku kepentingan perusahaan untuk mengetahui laporan keuangan mengenai kondisi perusahaan.

Menurut (Diana & Sekawati, 2017) tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas (perusahaan) yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan keuangan untuk membuat keputusan ekonomi. Selain itu, laporan keuangan juga menunjukkan hasil pertanggungjawaban atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Menurut (Maelong (Salsabila Ananda), 2023), Metode Kualitatif adalah sebuah penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam kontak sosial secara alami dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang ingin dibahas.

Menurut (Rusandi & Dinas Pendidikan Luwu Timur, 2021), Penelitian deskriptif kualitatif adalah salah satu dari jenis penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan strategi penelitian dimana di dalamnya peneliti menyelidiki kejadian, fenomena kehidupan individu-individu dan meminta seorang atau sekelompok individu untuk menceritakan kehidupan mereka. Informasi ini kemudian diceritakan kembali oleh peneliti dalam kronologi deskriptif. Karakteristik dari deskriptif sendiri adalah data yang diperoleh berupa kata- kata, gambar, dan bukan angka-angka seperti penelitian kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena data dalam penelitian ini dibatasi agar data-data yang diambil dapat digali sebanyak mungkin serta agar dalam penelitian

ini tidak dimungkinkan adanya pelebaran objek penelitian. Dalam sebuah penelitian diperlukan sebuah analisis atau penggambaran data yang sesuai dengan realita yang terjadi.

Penelitian kualitatif yang dilakukan penulis menggunakan empat metode untuk mengumpulkan data antara lain yaitu metode wawancara, observasi, dokumen, dan diskusi. Wawancara merupakan suatu metode penelitian yang digunakan untuk membuktikan informasi atau data yang diperoleh sebelumnya. Metode kedua adalah observasi. Artinya, kita mengamati benda, tempat, pelaku, aktivitas, peristiwa atau kejadian, dan waktu. Metode ke tiga yaitu memeriksa dokumen dari narasumber yang berhubungan dengan tema penelitian. Diskusi kelompok terfokus yaitu melakukan penelitian dengan kelompok tertentu seperti yang dilakukan penulis yaitu melakukan diskusi kelompok yang terfokus pada pelaku usaha Roll Cake “On a Roll” yang berada di Bandung raya. Penelitian dilakukan sekitar tiga minggu dan dilaksanakan di tempat usaha Roll Cake “On a Roll” Jl. Cikoneng Bojongsoang Bandung. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dimana data yang diperoleh langsung dari lapangan dan dari orang yang bersangkutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Roll Cake “On a Roll” merupakan usaha pada bidang makanan penutup atau *Dessert*. Roll Cake “On a Roll” baru mempunyai satu produk yaitu Towel Roll Cake. Towel Roll cake atau bisa disebut kue handuk merupakan inovasi baru dari kue gulung. Di dalam gulungan tersebut terdapat whippecream dan irisan buah yang segar. Pada saat ini Towel Roll Cake baru menyediakan satu varian rasa yaitu stroberi. Sedangkan untuk buah mangga dan buah lainnya masih dalam tahap proses. Setiap gulungan pada towel cake mewakili elemen yang berbeda dalam bisnis dimulai dari bahan baku, kreatifitas dalam desain hingga kerja tim yang solid. Kesuksesan roll cake terletak pada keselarasan dan harmoni antara setiap lapisan, begitu pula dengan perusahaan Roll Cake ‘On a Roll’ yang sukses, dimana kolaborasi, inovasi, dan fokus pada kualitas merupakan kunci untuk menciptakan produk yang luar biasa dan memuaskan untuk pelanggan.



Gambar 1. Logo produk Roll Cake “On a Roll”

Keterangan: Logo Roll Cake “On a Roll” untuk kemasan pada produk

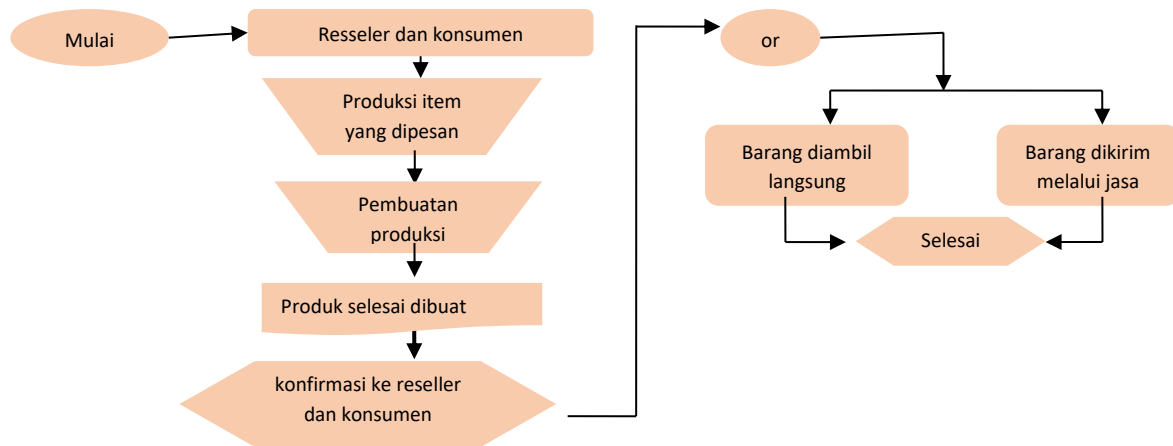
Sumber: Roll Cake “On a Roll”

Logo perusahaan Roll Cake “On a Roll” mencerminkan semangat perjalanan dan pergerakan yang merupakan simbol keberanian untuk terus berkembang dan menghadapi tantangan. Dalam logo ini, gulungan kue yang berputar mengekspresikan dinamika perusahaan yang selalu bergerak maju. Kesederhanaan desainnya menggambarkan kesan kebersamaan dan kesederhanaan produk. Sementara penggunaan warna yang cerah menambahkan unsur keceriaan dan nikmat dalam setiap gulungan kue yang kami produksi. Logo ini menciptakan kesan bahwa setiap gulungan kue adalah petualangan yang nikmat dan menggugah selera, mencerminkan semangat “on a roll” dalam setiap kreasi.

Jaringan Bisnis pada Usaha Roll Cake “On a Roll”

Jaringan Bisnis yang dibangun oleh Roll cake ‘on a roll’ dimulai dari pemasok bahan utama. Bahan utama dari Roll cake ‘on a roll’ yaitu telur. Kami membeli bahan utama dari grosir terdekat rumah produksi. Selain telur kami membeli bahan-bahan yang lain di grosir tersebut.

Jaringan Bisnis merupakan poin yang sangat penting untuk berbisnis, karena dengan jaringan bisnis bisa mendapatkan banyak relasi, jaringan usaha dan bisa bekerja sama dengan pihak lain. Sesuai menurut (Suharsono & Nabila, 2023), jaringan bisnis adalah salah satu sumber daya penting strategis yang dapat diandalkan bagi suatu usaha untuk dapat tumbuh. Berikut jaringan bisnis yang terdapat pada Roll Cake “On a Roll”.



Gambar 2. Flowchart Jaringan Bisnis Roll Cake “On a Roll”

Keterangan: Alur jaringan bisnis Roll Cake “On a Roll”

Sumber: Roll Cake “On a Roll”

Pihak pertama merupakan pemasok bahan baku yaitu jaringan produksi, bahan baku utama kue gulung ini adalah telur. Pihak kedua merupakan *reseller* dan konsumen. Sistem pemesanan Roll Cake “On a Roll” yaitu *pre order* maka dengan itu dibuka untuk para *reseller* yang mau ikut serta menjual kue gulung, langkah ini bisa menjadi jaringan bisnis dan pemasaran karena semakin banyak promosi yang dilakukan dan lebih banyak informasi mengenai jaringan untuk berbisnis. Pihak ketiga merupakan jasa ekspedisi yaitu jaringan pelayanan. Pelayanan yang kami berikan kepada pelanggan yang pertama harus sopan, memiliki tutur kata yang baik, sehingga para pelanggan bisa semakin tertarik untuk membeli produk Roll Cake “On a Roll”.

Produksi pada Usaha Roll Cake “On a Roll”

Proses pembuatan kue gulung meliputi beberapa tahapan diantaranya pembuatan kue gulung diawali dengan membuat gulungan kue, lalu menyiapkan alat dan bahan untuk membuat adonan. Selanjutnya siapkan pisau, mixer, wadah kecil, dan kompor untuk memasak gulungan kue. Lalu siapkan sendok, pencampuran 1 butir telur dan 2 sendok makan gula pasir dengan mixer kecepatan sedang. Kemudian masukan 4 sendok makan tepung terigu, $\frac{1}{4}$ sendok teh garam, 4 tetes pewarna makanan dengan teknik aduk balik hingga tercampur rata, 1 sendok makan minyak goreng dan susu cair. Dan terakhir panaskan wajan dengan api sedang dan masukan adonan sampai matang.

Produksi kue gulung ini ada beberapa tahap seperti, pemasok bahan baku, perusahaan harus mendapatkan bahan baku seperti tepung, gula, telur, dan bahan lainnya dari pemasok terpercaya. Pusat produksi harus mencari tempat produksi dengan fasilitas untuk memanggang, mencampur dan mengemas produk. Distributor regional menyalurkan *roll cake* untuk mencakup area lebih luas. Menyediakan *roll cake* ke toko grosir dan ritel untuk di jual kepada

konsumen akhir. Memasok *roll cake* ke restoran dan kafe sebagai produk tambahan untuk menu mereka. Menggunakan strategi pemasaran online dan offline untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan. Menerima unpan balik dari pelanggan untuk meningkatkan kualitas dan menciptakan pelanggan setia. Dalam jaringan ini, *roll cake* dapat mencapai pasar yang lebih luas dan memastikan kualitas dan konsisten produk di setiap tahap produksi.

Pemasaran yang dilakukan oleh Usaha Roll Cake “On a Roll”

1. Segmenting

Produk kue gulung ini mengincar semua kalangan termasuk dari anak-anak hingga dewasa, karena dengan harga Rp 8.000,00 per pack sangat ekonomis untuk semua kalangan. Selain dari berbagai varian rasa buah yang menyukai rasa manis dan segar. Produk kue gulung ini dapat ditemukan di daerah Cikoneng Bojongsoang Kabupaten Bandung dan toko online di Instagram. Roll Cake “On a Roll” menargetkan pelanggan yang menyukai rasa manis dan menyukai buah-buahan segar.

2. Targeting

Target pasar Roll Cake “On a Roll” yang pertama yaitu para pecinta kue gulung dengan isian buah-buahan segar. Roll Cake “On a Roll” menyediakan beberapa varian rasa, seperti stroberi, mangga dan lain-lain. Tetapi pada saat ini Roll Cake “On a Roll” baru memproduksi rasa stroberi saja. Target yang kedua yaitu para remaja, orangtua dan keluarga. Produk Roll Cake “On a Roll” cocok untuk makanan apabila sedang ada pertemuan keluarga. Selain teksturnya yang lembut, kue gulung inipun mempunyai rasa manis dan segar sebagai makanan penutup.

3. Positioning

Roll Cake “On a Roll” adalah usaha yang menyajikan makanan penutup atau dessert produk olahan dari telur, terigu, susu dan buah-buahan. Dengan produk Roll Cake “On a Roll” yang berkualitas tinggi sehingga rasa yang ditawarkan dan kualitas produk sudah tidak bisa diragukan lagi. Roll Cake “On a Roll” adalah santapan yang sangat cocok sebagai penutup makanan.

4. Saluran Distribusi Pemasaran

Saluran distribusi ini merupakan aktifitas dari yang di lakukan atau kegiatan dari usaha untuk mendistribusikan produknya agar bisa dapat di salurkan ke tangan para konsumen. Sebagian besar produk yang di jual usaha Roll Cake “On a Roll” ini melalui dengan cara memesan lewat media sosial dan di antar langsung ke rumah melalui jasa ekspedisi atau membuka lapak disetiap *event* yang ada. Dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan upaya penjualan maka dari itu usaha Roll Cake “On a Roll” ini dengan cara selalu

mempromosikan produk sehingga bisa menambahkan kembali saluran distribusinya ke tempat-tempat yang belum dijangkau sehingga bisa menambah atau meningkatkan penjualannya.

5. Analisis Swot

a) Kekuatan

Kelebihan utama dari kue gulung adalah rasa autentiknya. Dengan cita rasa manis gula, whip cream dan susu yang digulung ditambahkan dengan buah-buahan segar, kue gulung ini merupakan perpaduan yang sempurna dari tekstur dan rasa. Variasi rasa dan tampilan juga salah satu kekuatan yang dimiliki oleh kue gulung. Selain isian stroberi, terdapat juga variasi isian seperti mangga, cokelat, atau bahkan campuran buah-buahan segar yang lainnya. Kombinasi warna dan isian yang beragam ini menjadikan kue gulung menarik di mata dan memberikan pilihan yang lezat bagi setiap penikmatnya.

b) Kelemahan

Salah satu kelemahan kue gulung adalah proses pembuatannya yang membutuhkan keahlian khusus. Membuat adonan whip cream yang lembut dan gulungan dadar yang elastis bukanlah hal yang mudah. Diperlukan waktu dan latihan yang terus-menerus agar dapat menghasilkan kue gulung yang sempurna. Keahlian ini masih belum banyak dimiliki oleh generasi muda saat ini yang lebih condong ke makanan cepat saji dan praktis.

c) Peluang

Kue gulung memiliki peluang besar untuk berkembang di pasaran. Misalnya, dengan memperluas variasi isian yang lebih inovatif, menyajikan kue gulung dalam bentuk mini atau *bite-size*. Dengan sentuhan kreativitas yang tepat, kue gulung dapat tetap relevan dan menarik bagi generasi muda yang berorientasi pada makanan cepat saji.

d) Ancaman

Ancaman terbesar bagi kue gulung adalah persaingan dalam industri kuliner yang semakin ketat. Munculnya berbagai makanan trend dan cepat saji membuat kue gulung harus terus berinovasi dan memperbarui strategi pemasarannya. Jika tidak mampu bersaing dengan *brand-brand* makanan modern yang lebih terkenal, kue gulung berpotensi tergusur dari pasar kuliner.

Laporan Keuangan

1. Sumber Modal

Sumber Modal Roll Cake “On a Roll” bersumber patungan pada pendirinya langsung. Berikut merupakan biaya modal awal pada Roll Cake “On a Roll”:

Tabel 1. Modal awal Roll Cake “On a Roll”

No	Bahan	Kebutuhan	Biaya Produksi	Satuan	Biaya Produksi
1	Tepung Terigu	750 gr	Rp. 9.750	15 gr	Rp. 195
2	Susu Cair	2.000 ml	Rp. 60.000	40 ml	Rp. 1.200

3	Gula	600 gr	Rp. 9.000	13 gr	Rp. 195
4	Garam	250 gr	Rp. 2000	7 gr	Rp. 56
5	Pewarna Makanan	1,75 ml	Rp. 200	0,05 ml	Rp. 1
6	Minyak	75 gr	Rp. 1.800	5 gr	Rp. 120
7	Telur	5 butir	Rp. 10.000	10 gr	Rp. 400
8	Buah-Buahan	1.250 gr	Rp. 30.000	25 gr	Rp. 600
9	Whipping Cream	500 ml	Rp.100.000	10 ml	Rp. 2.000
10.	Kotak Packaging	50 pcs	Rp. 34.500	1 pcs	Rp.690
11	Stiker	50 pcs	Rp. 7.000	1 pcs	140
12	Kertas Nasi	5 lembar (140cm x 190cm)	Rp. 1.000	8,5cm x 8,5cm	Rp 16,7
13	Garpu	2 pack	Rp. 10.000	1 pcs	Rp 200
		Total	Rp. 266.250		Rp 5.674

Sumber: Roll Cake "On a Roll"

2. Menentukan HPP dan Harga Jual

Modal yang penulis keluarkan dalam sekali produksi ialah sebesar Rp. 997.417

$$\begin{aligned} \text{Total Biaya} &= \text{bahan baku} + \text{biaya operasional} \\ &= \text{Rp } 266.250 + \text{Rp } 60.000 \\ &= \text{Rp } 326.250,00 \end{aligned}$$

Total pengeluaran yang digunakan dalam satu kali produksi yang menghasilkan 50 pcs dengan modal Rp. 1.747.417,00

Penentuan Harga Jual

$$\begin{aligned} \text{HPP} &= \text{Total Biaya} / \text{hasil Produksi} \\ &= \text{Rp } 326.250 / 50 = 6.525,00 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Harga Pokok} + \text{laba yang diinginkan} \\ &= \text{Rp } 6.525 + \text{Rp } 1.475 \\ &= \text{Rp } 8.000 / 1 \text{ pcs} \end{aligned}$$

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Roll Cake 'On a Roll' merupakan usaha pada bidang makanan penutup atau Dessert. Roll Cake 'On a Roll' baru mempunyai satu produk yaitu Towel Roll Cake. Strategi pemasaran dapat melibatkan promosi melalui media sosial, serta penyelenggaraan acara pameran atau pameran kuliner untuk meningkatkan visibilitas dan mencapai target pasar. Pemilihan bahan baku berkualitas dan keunikan dalam rasa atau desain roll cake juga dapat menjadi poin penjualan yang kuat.

Jaringan Bisnis yang dibangun oleh Roll cake 'on a roll' dimulai dari pemasok bahan utama. Bahan utama dari Roll cake 'on a roll' yaitu telur. Kami membeli bahan utama dari grosir terdekat rumah produksi. Selain telur kami membeli bahan-bahan yang lain di grosir tersebut.

Distribusi ini merupakan aktifitas dari yang di lakukan atau kegiatan dari usaha untuk mendistribusikan produknya agar bisa dapat di salurkan ke tangan para konsumen. Sebagian besar produk yang di jual usaha Roll Cake “On a Roll” ini melalui dengan cara memesan lewat media sosial dan di antar langsung ke rumah melalui jasa ekspedisi atau membuka lapak disetiap *event* yang ada.

Saran

1. Selalu mengembangkan produk usahanya agar terus dapat meningkatkan penjualannya agar tidak kalah dalam bersaing di pangsa pasar dengan produk-produk pendatang baru.
2. Selalu mempertahankan kepercayaan konsumen dengan kualitasnya serta kehygienisannya agar konsumen tetap percaya dan puas dengan produk Roll Cake “On a Roll”.
3. Selalu berusaha untuk memperluas pangsa pasar agar mendapatkan keuntungan serta omzet penjualan yang maksimal di dalam usaha ini.

DAFTAR REFERENSI

- Budianto, E. (2017). <http://repository.iainkudus.ac.id/1697/4/FILE%204%20BAB%20I.pdf>. Dipetik Desember 2023, dari <http://repository.iainkudus.ac.id/http://repository.iainkudus.ac.id/1697/4/FILE%204%20BAB%20I.pdf>
- Diana, A., & Sekawati, L. (2017). *Akuntansi Menengah Menurut SAK terbaru*. Yogyakarta : Andi.
- Fiati, R., & Zuliyanti. (2016). STRATEGI PENGEMBANGAN JARINGAN USAHA UMKM FIGURA KALIGRAFI MEMASUKI PASAR EKSPOR. *JURNAL DIANMAS*, 57.
- Flynn, N. (2010). *Mencapai Sukses Dengan Networking Seni Membangun Kontak Personal*. Jakarta: Indeks.
- Giawara, V., Pasaribu, R. M., & Pasaribu, H. D. (2021). KINERJA USAHA SEBAGAI MODERISASI JARINGAN USAHA TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA (STUDI MITRA BINAAN PEGADAIAN MEDAN). *Journal Of Economic and Business*, 3.
- Hartono, T. (2022, September 2). <https://www.dewaweb.com/blog/stp-marketing-adalah/>. Diambil kembali dari Demaweb: <https://www.dewaweb.com/blog/stp-marketing-adalah/>
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Maelong, & (Salsabila Ananda). (2023, Agustus). <https://www.brainacademy.id/blog/metode-penelitian-kualitatif>. Dipetik Desember 2023, dari <https://www.brainacademy.id/https://www.brainacademy.id/blog/metode-penelitian-kualitatif>
- Prihadi. (2020). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Raeburn, A. (2023, November 6). <https://asana.com/id/>. Diambil kembali dari asana: <https://asana.com/id/resources/swot-analysis>

- Rusandi, M. R., & Dinas Pendidikan Luwu Timur. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *STAIDDI MAKASSAR*, 2.
- Setiyarti, T., & Wardhana, W. W. (2018). Saluran Distribusi Pemasaran dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Sebuah Hotel. *Riset Ekonomi Manajemen*, 40.
- Sugiarto, S. K., Herlambang, T., Brastoro, & Sudjana, R. (2002). *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Suharsono, & Nabila. (2023). Pengaruh Jaringan Bisnis dan Karakteristik Wirausahawan Terhadap Keberhasilan Usaha dengan Minat Usaha Sebagai Variabel Intervening . *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 947.
- Sukirno. (2003). *Mikroekonomi Teori Pengantar* . Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sunarso, & Hartono, N. (2020). *Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Di Kabupaten Blitar*. Translitera.
- Swastha, B., & Handoko, T. (2000). *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE UGM.