

RINGKASAN EKSEKUTIF

Menurut Mondelez International, sebanyak 77% masyarakat Indonesia lebih banyak mengonsumsi camilan daripada makanan berat dalam sehari. Dengan banyaknya jenis camilan, masyarakat Indonesia lebih menyukai camilan manis yang dapat dikonsumsi sendiri atau dijadikan sebagai hadiah. Dari banyaknya kota di Indonesia, Kota Klaten adalah salah satu kota yang berperan penting dalam perkembangan Jawa Tengah. Selain karena perkembangannya, Kota Klaten juga dipilih karena adanya modal kewirausahaan dari salah satu *founder* asal Klaten.

Serangkaian penelitian awal dilakukan untuk memvalidasi masalah yang ditemui dan perilaku masyarakat Klaten. Dari hasil penelitian, konsumen mengonsumsi camilan manis untuk mengganjal rasa lapar atau pendamping ketika mengerjakan tugas. Mereka juga merasa camilan manis akan cocok dijadikan hadiah kepada kerabat. Namun, konsumen masih merasa kemasan produk camilan di Klaten tidak cocok untuk dijadikan hadiah. Dari masalah ini, bisnis melihat peluang untuk membuat produk camilan manis modern yang cocok untuk dijadikan *gift*. Dari berbagai jenis camilan manis modern, *soft cookies* adalah jenis *cookies* populer yang memiliki tekstur renyah di luar dan lembut di dalam dan berpotensi untuk dikembangkan sesuai dengan preferensi masyarakat Klaten. Pada penelitian tes alfa, ditemukan masyarakat Klaten tertarik dengan produk *soft cookies* dan merasa bahwa produk ini cocok dijadikan camilan harian dan *gift*. Mereka bersedia membayar produk ini seharga Rp10.000 hingga Rp13.000 per *soft cookie*. Oleh karena itu, bisnis ini menawarkan *soft cookies* yang berkualitas, tersedia dalam berbagai varian rasa dengan harga yang terjangkau.

Sebagai bisnis baru, BakeStory menggunakan *omni-channel* sebagai sarana untuk *market penetration strategy*. Dengan memanfaatkan media sosial, BakeStory dapat memberikan informasi mengenai produk kepada target konsumen. Untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, BakeStory juga memiliki mitra kerja sama, yaitu sebuah *coffee shop* di Klaten, sebagai lokasi penjualan *booth offline*. Kedepannya, BakeStory berpotensi untuk menjalin kerja sama dengan beberapa mitra, seperti *coffee shop* hingga instansi yang beragam. Bisnis ini berpotensi untuk

menjual sebanyak 30.000 pcs *soft cookies* dengan perolehan omzet sebesar Rp318.164.000 dalam satu tahun.

Hingga Juni 2024, BakeStory telah berhasil menjual 2.048 pcs *soft cookies*, dengan omzet Rp28.335.000, dari total target penjualan 3.230 pcs. Selama menjalankan bisnis, kegiatan pemasaran sudah berlangsung dengan cukup baik. Kegiatan utama di awal bisnis adalah memberikan *product awareness*. Meskipun penjualan di awal masih tergolong sedikit, tetapi sejak pembukaan *booth offline* pada Mei, penjualan sudah perlahan-lahan meningkat. Ke depannya, kegiatan pemasaran akan fokus menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen loyal. Bagian operasi juga bertanggung jawab untuk terus menyediakan produk dengan kualitas yang baik dan konsisten kepada konsumen. Seiring dengan perkembangan bisnis, proses produksi menjadi lebih efisien sehingga *defect rate* semakin rendah. Tujuan selanjutnya adalah melakukan otomatisasi sehingga proses produksi menjadi lebih efisien dan efektif. Aktivitas bisnis juga tidak lepas dari kinerja bagian sumber daya manusia. Divisi sumber daya manusia telah mempekerjakan pegawai di *booth* setelah melalui serangkaian wawancara dan pelatihan. Selain itu, BakeStory juga menggunakan *seasonal worker* untuk membantu kegiatan *offline*, seperti CFD. Ke depannya, divisi sumber daya manusia akan meningkatkan keterampilan dan kesejahteraan pegawai. Secara keuangan, kinerja bisnis dapat disimpulkan layak untuk dilanjutkan dengan keuntungan bisnis yang meningkat secara stabil. Hingga akhir Februari 2025, BakeStory memiliki potensi pertumbuhan penjualan hingga 12 kali dari total penjualan saat ini dan dapat memperoleh omzet hingga Rp283.365.000.

Melalui kegiatan bisnis ini, BakeStory belajar cara menjalin interaksi dan hubungan interpersonal dengan orang-orang baru. Selain itu, juga berusaha untuk memperkenalkan dan memasarkan sebuah produk yang belum umum di Klaten. BakeStory ingin menjadi “*the leading soft cookies company in Central Java*” dengan terus melakukan inovasi produk untuk memperluas jangkauan penjualan.

Kata Kunci	:	Camilan, Klaten, <i>Soft Cookies</i> , Hadiah, Modern
Bidang Usaha	:	Makanan dan Minuman

EXECUTIVE SUMMARY

According to Mondelez International, 77% of Indonesians consume more snacks than full meals daily. With a wide variety of snacks available, most Indonesians prefer sweet snacks that can be enjoyed alone or given as gifts. Among many cities in Indonesia, Klaten City plays a significant role in the development of Central Java. Klaten was chosen not only due to its growth but also because of the entrepreneurial capital provided by one of our founders.

Preliminary research was conducted to validate the identified problems and the behavior of Klaten people. The study revealed that consumers consume sweet snacks to satisfy hunger or as companions while doing tasks. They also believe that sweet snacks are suitable as gifts for relatives. However, consumers feel that the packaging design is not ideal for gifting. This issue presents a business opportunity to create modern sweet snacks that are ideal as gifts. Among various types of modern sweet snacks, soft cookies are popular due to its crispy texture on the outside and chewy on the inside. They are also potential to be developed according to the preferences of the people of Klaten. In alpha test research, it was found that the people of Klaten are interested in soft cookies and consider them suitable for daily snacks and gifts. Their willingness to pay is between Rp10,000 and Rp13,000 each. Therefore, this business offers high-quality soft cookies in various flavors at affordable prices.

As a new business, BakeStory employs an omnichannel strategy for market penetration. By leveraging social media, BakeStory can provide information about its products to target consumers. To reach a wider consumer, BakeStory has partnered with a coffee shop in Klaten as an offline sales booth location. In the future, BakeStory has the potential to collaborate with various partners, such as coffee shops and diverse institutions. This business can potentially sell 30,000 pieces of soft cookies, generating a revenue of Rp318,164,000 within one year.

As of June 2024, BakeStory has successfully sold 2,048 pieces of soft cookies, with a revenue of Rp28,335,000, out of the total sales target of 3,230 pieces. Marketing activities have been conducted effectively since the business

began, focusing primarily on product awareness. Although initial sales were relatively low, sales have gradually increased since the opening of the offline booth in May. In the future, marketing activities will focus on attracting new consumers and retaining loyal customers. The operations team is also responsible for consistently providing high-quality products to consumers. As the business grows, the production process becomes more efficient, reducing the defect rate. The next goal is to automate the production process to make it more efficient and effective. Business activities also depend on the performance of the human resources department. The division has hired employees for the booth after a series of interviews and training. Additionally, BakeStory also uses seasonal workers to assist offline activities, such as Car Free Day (CFD). In the future, the human resources division will focus on improving employee skills and welfare. Financially, the business performance is deemed viable for continuation, with profits increasing steadily. By the end of February 2025, BakeStory has the potential to achieve sales growth of up to 12 times the current total sales, generating a revenue of Rp283,365,000.

Through its business activities, BakeStory has learned how to establish interactions and interpersonal relationships with new people. Additionally, it strives to introduce and market a product that is still relatively new in Klaten. BakeStory aims to become "the leading soft cookies company in Central Java" by continually innovating its products to expand its sales reach.

Keywords	:	Snacking, Klaten, Soft Cookies, Gift, Modern
Field of Business	:	Food and Beverage