



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2026) pp: 8597-8604

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Perancangan Model Bisnis "Kursus Membuat Kue XYZ"

Shofia Kauni

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Kebangsaan Indonesia

¹shofiakauni@gmail.com

Abstrak

Perkembangan tren membuat kue sangat berkembang pesat, terutama pada industri pembuatan kue dengan pola yang lebih sehat dan kreatif. Menurut hasil survei, melakukan kegiatan memanggang atau membuat kue tidak hanya mengasah keahlian. Namun, kegiatan ini dapat meringankan stres sebesar 80%. Tidak hanya untuk menghilangkan stres tetapi kebiasaan ini juga dapat mengasah kreatifitas dengan cara mengeksplorasi berbagai resep kue dari berbagai negara. Sementara itu, industri kuliner semakin berkembang secara baik dari sisi kreasi dan inovasi. Seiring berkembangnya pola pikir masyarakat, kuliner adalah salah satu tren industri yang banyak diminati masyarakat dan sukses membuat masyarakat merubah pola hidup. Penelitian ini bertujuan untuk merancang model bisnis kursus membuat kue dan menganalisis kelayakan bisnis secara finansial. Metode yang digunakan adalah mix method dan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan survei. Data yang diperoleh digunakan sebagai acuan pembuatan konsep model bisnis kursus membuat kue. Hasil pengumpulan data dijelaskan melalui peta empati pelanggan potensial, analisis kompetitor, analisis sumber daya kunci dan canvas model bisnis. Hasil kelayakan finansial bisnis kursus membuat kue berdasarkan perhitungan NPV (Net Present Value) sebesar Rp1.251.783.501, IRR (Internal Rate of Return) sebesar 58%, dan PP (Payback Period) selama 1 Tahun 2 Bulan. Nilai positif dari kelayakan finansial, menyimpulkan bahwa rencana bisnis kursus membuat kue XYZ layak dijalankan secara finansial.

Kata Kunci : Canvas Model Bisnis, Kursus Membuat Kue, Rencana Bisnis, Kuliner

1. Latar Belakang

Perkembangan tren membuat kue sangat berkembang pesat hingga saat ini, terutama membuat kue dengan pola yang lebih sehat. Survei mengatakan bahawa satu dari tiga orang yang mengatakan bahawa setelah melakukan kegiatan memanggang atau membuat kue dapat meringankan stres sebesar 80%. Tidak hanya untuk menghilangkan stres tetapi kebiasaan ini juga dapat mengasah kreatifitas dengan cara mengeksplorasi berbagai resep kue dari berbagai negara. cara mengeksplorasi berbagai resep kue dari berbagai negara.

Dapat dilihat pada laman website resmi kementerian koordinator bidang perekonomian Republik Indonesia, Menyatakan bahwa perkembangan industri kreatif di Indonesia saat ini sudah berkembang pesat, terdapat sekitar 8,2 juta usaha kreatif yang didominasi oleh usaha dibidang kuliner yang mencakup sub sektor pembuatan, produksi hingga distribusi, fashion dan kriya[1]. Pemerintah mendukung konsistensi industri kreatif yang terus berkembang dikarenakan menjadi salah satu penopang pertumbuhan ekonomi nasional. Pada saat bersaing pada industri kreatif, inovasi sangat dibutuhkan karena semakin persaingan antar lini bisnis yang ada. Dilihat dari banyaknya usaha creativepreneur yang menginovasi produk makanan dan minuman, mulai dari yang menjual pengalaman, jasa hingga menjual produknya[2]. Hal tersebut dapat membuat industri kuliner semakin berkembang secara baik dari sisi kreasi dan inovasi. Seiring berkembangnya pola pikir masyarakat, kuliner adalah salah satu tren industri yang banyak diminati masyarakat dan sukses membuat masyarakat merubah pola hidup mereka.

Penelitian ini mengobservasi singkat tiga tempat kursus yang berbeda-beda melalui laman sosial media mereka, yang pertama Fourty four baking studio yaitu @ Fourtyfourbakingstudio. Kursus ini berlokasi di Yogyakarta yang memiliki ompetitive advantage beberapa jenis kursus offline dan online yang menawarkan beberapa menu kue mulai dari basic sampai dengan professional class. Adapun target fokus dari Fourty four baking studio adalah Masyarakat 16- 40 tahun yang hobi membuat kue. Yang kedua Sugar head yang berlokasi di Bali dengan menawarkan beberapa jenis kursus seperti seperti private class, student class, kids class dan kelas untuk yang ingin memulai bisnis yang di tawarkan dengan sistem offline class kursus ini juga menyediakan café untuk mencicipi berbagai olahan kue dan target fokusnya adalah asyarakat yang hobi membuat kue pada semua usia dan menjadi konsultan bagi toko, café, dan pabrik yang serupa di bidangnya. 4 Selanjutnya, kompetitor Blanc Pastry yang berlokasi di Bandung dan menawarkan kelas dengan jenis private, semi private dan kelas untuk yang ingin

memulai bisnis yang diadakan offline. Kursus ini spesialis di bidang Pastry, cookies dan cake. Kursus ini spesialis di bidang roti, cake, cookies dan pastry dan berfokus pada masyarakat diatas 17 tahun yang hobi membuat kue serta yang ingin belajar memulai bisnis di bidang kue.

Berdasarkan analisis beberapa tempat yang telah disebutkan, diketahui mayoritas yang di tawarkan adalah masyarakat yang ingin belajar dan mengasah ilmu membuat kue dan yang memiliki hobi membuat kue untuk mengasah kreatifitas dan di kembangkan dalam bisnis. Selain itu, banyaknya para siswa dan masyarakat yang ingin memperdalam ilmu mereka melalui kursus membuat kue. Tidak hanya siswa tata boga dari SMK tersebut yang kesulitan tetapi terdapat anak remaja atau ibu rumah tangga yang ingin mengasah hobi mereka dalam bidang membuat kue merasa kesulitan untuk mencari kursus membuat kue di Wilayah Aceh dan harus mencari kursus keluar kota. Saat ini, daya tarik masyarakat terkait dengan kursus di Takengon, Aceh Tengah sudah cukup tinggi terbukti dari banyaknya kursus yang berdiri di kota Takengon. Adapun kursus yang sudah didirikan saat ini adalah kursus menjahit, kursus otomotif, kursus Bahasa Inggris, kursus matematika, fisika, komputer dan kursus mengaji.

Kursus membuat kue XYZ rencananya akan memiliki status kepemilikan berbentuk Commanditaire Vennotschap (CV). Kursus membuat kue XYZ nantinya akan berdiri dibawah naungan CV. Karya Amanah dan dijalankan oleh dua orang. Kursus ini memiliki 3 jenis kursus yaitukelas kerjasama, pemula atau profesional dan kelas yang berbasis modifikasi menu sehat. Bahan baku yang diperoleh melalui kerja sama dengan toko bahan kue. Lokasi kursus ini akan berada di Takengon tepatnya di pinggir danau dengan konsep semi outdoor. Sedangkan konsep pada bisnis iniadalah semi academy.

Tinjauan Pustaka

Industri kreatif terbagi menjadi 6 bagian yaitu : Produksi berasal dari seorang individu yang memiliki kreativitas yang berbeda tergantung lokasi mereka berada, Para prilaku industri kreatif memiliki semangat yang lebih penuh terhadap pekerjaannya dan cenderung menolak jika diperintah, produk yang dihasilkan para prilaku industri kreatif biasanya lebih ekspresif dibandingkan dengan yang bersifat fungsional[3], Nilai produk sulit di deskripsikan dari segi harga karena cenderung memiliki motif abstrak, permintaan pasar yang tidak pasti dapat mempengaruhi resiko kegagalan dalam fase promosi dan siklus hidup yang bergantung pada pasar dan Industri kreatif memiliki makna, dimana akan tergantung pada daerah geografisnya.

Di Indonesia terbagi menjadi dua bagian yang mana terdiri dari holistic yaitu memilih untuk menyajikan makanan yang berbasis lebih sehat dan bagian lainnya, terdiri dari berbagai jenis makanan mewah, ekstrim atau justru mencari kenikmatan kuliner dengan cara yang berbeda[4]. Namun terdapat pendapat lain yang justru mengatakan bahwa ruanglingkup kuliner terbagi menjadi dua ketegori utama yakni jasa kuliner (food service) yang mana dapat ditinjau dari beberapa bagian dalam kategori umum, yakni dalam kategori restoran dan jasa kuliner boga dan barang kuliner (speciality food) merupakan industri makanan yang berbentuk kemasan atau produk yang dibungkus menggunakan kemasan dan dapat bertahan dalam kurun waktu tertentu[5].

Pendidikan kuliner termasuk kedalam salah satu prilaku keterampilan yang berbasis seni pada lingkungan sosial yang di pengaruhi oleh norma sosiokultural, kemudian pendidikan kuliner semakin populer dengan campur tangan antara promosi kesehatan dengan kursus memasak dengan tawaran biaya yang lebih rendah dan terukur sehingga dapat memanfaatkan minat konsumen dengan pendidikan kursus kuliner[6]. Sedangkan pendapat lain mengatakan pendidikan kuliner juga berdampak pada emosional berdasarkan oleh prilaku asosiasi yang dipengaruhi oleh seni kuliner yang mencakup beberapa topik seperti kimia pangan, keamanan pangan, budaya pangan, manajemen, pengendalian biaya dan praktik industri langsung sehingga pelangalaman terserbut dapat memiliki memori yang berbeda saat mengikuti pendidikan kuliner yang menimbulkan perbedaan antara kelompok kuliner dan non kuliner[7]. Pendidikan kuliner juga biasanya memiliki beragam konten yang di fokuskan pada bidang-bidang tertentu yang tujuannya agar ilmu yang diambil dapat menjadi suatu keahlian yang mendalam dibidangnya. Pendidikan kuliner biasanya muncul dari individu yang memiliki kepentingan untuk mengevaluasi secara jelas terkait dengan kepentingan pangan dan gizi sehingga meluangkan waktu, tenaga dan sumber dayanya pada pendidikan kuliner untuk meningkatkan faktor-faktor yang berkaitan dengan memasak atau membuat kue sehingga dapat diterapkan dilingkungan sekitar dalam waktu jangka panjang. Pendidikan Kuliner satu sarana untuk individu yang menyukai makanan dan akan menjadikannya sebuah profesi sehingga pendidikan kuliner akan mambantu para individu untuk mendapatkan karir yang professional di dunia kuliner dan dapat mempelajari keterampilan terkait dengan kuliner professional[8], Sedangkan pengertian lainnya adalah pendidikan kuliner merupakan salah satu pertimbangan yang unik dimana individu bisa belajar berdasarkan pengalaman dan dapat memberikan kesempatan kepada generasi muda untuk memperoleh pengetahuan dibidang kuliner berdasarkan pengalaman dan dapat memaksimalkan keterampilan kulinernya dengan cara mempelajari tahapan tertentu[9].

Baking adalah salah satu teknik memasak dengan cara memanggang yang umumnya digunakan untuk membuat makanan yang menghasilkan tekstur yang lebih baik seperti lebih renyah dan dari sisi warna yang lebih menarik[10]. Sedangkan yang dimaksud dengan course adalah sebuah program pembelajaran yang dirancang untuk membantu seseorang mengembangkan pengetahuan maupun keterampilan dari beberapa bidang tertentu yang ingin ditekuni[11]. Maka dari itu dapat di tarik garis kesimpulan bahwa baking course adalah sesuatu kursus non akademik yang bergerak dibidang memanggang kue dengan teknik-teknik tertentu yang menghasilkan makanan tanpa minyak seperti cookies dan pastry.

Model bisnis adalah suatu fondasi untuk memulai diskusi. Model bisnis yang dikembangkan oleh Osterwalder dan Pigneur secara spesifik menjadi kanvas model bisnis yang memiliki sembilan komponen utama yang disebut dengan nine building bloks[12]. Sembilan komponen- komponen tersebut terdiri dari aliran pemasukan, segmentasi konsumen, proporsi nilai, saluran, hubungan pelanggan, mitra utama, aktivitas utama, sumber daya utama dan struktur biaya. Adapun peta empati yang digunakan untuk membantu Perusahaan mendapartkan pemahaman yang lebih mendalam dibandingkan dengan sekedar karakteristik demografis konsumen, memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap lingkungan, perilaku, kebutuhan dan aspirasi calon pelanggan[13].

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang di dukung dengan metode kuantitatif. Dimana metode penelitian kualitatif deskriptif dirancang untuk mengetahui bagaimana dan mengapa suatu hal tersebut terjadi[14]. Penelitian kualitatif yang digunakan pada penelitian ini adalah dilakukan untuk mengetahui terkait dengan perasaan, motivasi, emosional, persepsi konsumen, maupun perilaku yang dilakukan diri sendiri serta digunakan untuk mendapatkan gambaran yang terkait dengan unit analisisnya yaitu bisnis kursus membuat kue menurut beberapa pelaku usaha yang sudah ada sebelumnya.

Data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang diperoleh secara langsung tanpa adanya perantara dari pihak lain[15]. Data primer pada kursus membuat kue XYZ ini dilakukan dengan tiga metode pengumpulan data yakni menggunakan observasi, survei dan wawancara. Observasi dilakukan secara langsung dan online, pada tiga tempat kursus, untuk mengobservasi terkait dengan suasana kelas, kondisi ruang kelas, fasilitas layanan yang tersedia serta kesesuaian presentasi materi dengan yang diajarkan oleh tempat tersebut serta melakukan observasi melalui Instagram dan website. Kemudian Survei dilakukan dengan Self-Administered Survey yang disebarakan dengan google formulir dengan target responden sebanyak 50 responden. Selanjutnya wawancara yang akan dilakukan dengan cara semi-terstruktur yang akan dilakukan menggunakan purposive sampling yaitu dengan guru jurusan tata boga SMKN 1 Takengon. Kemudian, Wawancara dengan kompetitor dilakukan dengan pelaku usaha bisnis yang serupa dengan Kursus Membuat Kue XYZ. Metode wawancara yang digunakan pada penelitian ini juga menggunakan purposive sampling. Dimana purposive sampling adalah teknik wawancara yang sudah memiliki target yang teliti atau diwawancarai secara jelas latar belakang maupun karakteristik yang sesuai dengan penelitian[16].

Pada analisis data terbagi menjadi dua metode yaitu metode analisis konten kualitatif ini mampu membantu peneliti untuk menganalisis suatu salinan dari hasil observasi dan mampu menarik kesimpulan dari data yang sudah dilakukan penelitian tersebut. Pada analisis ini, nantinya akan digunakan untuk salinan hasil observasi pada tempat-tempat kursus yang nantinya akan digunakan untuk Menyusun kanvas model bisnis. Pada hasil salinan survei, nantinya akan digunakan untuk Menyusun peta empati guna untuk mendapatkan suatu gambaran mengenai keinginan pelanggan terkait Kursus Membuat Kue XYZ. selanjutnya, analisis statistik deskriptif akan menganalisis terkait dengan gambaran umum pada data yang sudah dikumpulkan mulai dari karakteristik dari masing-masing variabel yang dapat dilihat berdasarkan nilai rata-rata, nilai maksimum dan minimum. Data yang digunakan untuk melakukan analisis statistic deskriptif yang ada pada penelitian ini menggunakan analisis NVP (Net Preset Value), IRR (Internal Rate of Return), dan payback Period, dimana analisis tersebut digunakan untuk mendapatkan gambaran mengenai kinerja keuangan pada bisnis dan dapat melihat apakah kursus membuat ini layak untuk dijalankan.

3. Hasil dan Diskusi

Analisis Peta Empati

Peta empati dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui terkait dengan kebutuhan dan keinginan calon pelanggan dalam industri membuat kue. Analisa peta empati ditulis berdasarkan dari hasil wawancara terhadap sumber daya kunci serta wawancara terhadap 3 kompetitor yang kemudian di validasi menggunakan survei berupa kuesioner. Hasil dari wawancara dan pertanyaan berdasarkan peta empati tersebut akan divalidasi berdasarkan

kuesioner melalui survei. Pertanyaan survei tersebut dibagi menjadi dua bagian yaitu individu yang sudah pernah mengikuti kursus dan yang belum pernah mengikuti kursus. Selain itu, pilihan jawaban pada kuesioner calon pelanggan yang sudah pernah mengikuti kursus membuat kue memiliki opsi jawaban bebas agar calon konsumen bebas mengutarakan pendapatnya yang mungkin dapat menjadi pertimbangan penulis untuk pertimbangan rencana bisnis ini dan untuk kuesioner calon pelanggan yang belum pernah mengikuti kursus membuat kue mendapatkan opsi pertanyaan ya atau tidak ehingga penulis mendapatkan sudut pandang yang berbeda.

Analisis peta empati ditulis berdasarkan Hasil yang sudah terkumpul berjumlah 73 data. Namun, tidak semua data tersebut dapat digunakan karena pada kuisisioner ini terdapat pertanyaan sc reening guna untuk mendapatkan kriteria responden yang sesuai dengan penelitian ini yaitu sudah memiliki umur 16 tahun. Berdasarkan kriteria tersebut, maka data yang di dapatkan berjumlah 65 responden yang sesuai terhadap kriteria responden pada penelitian ini. Responden laki-laki berjumlah 21 dan responden perempuan berjumlah 44. Responden yang sudah pernah mengikuti kursus membuat kue berjumlah 22 orang dan yang belum pernah mengikuti kursus berjumlah 43 orang. Bagi konsumen yang sudah pernah mengikuti kursus mereka dominan memikirkan dan merasakan apa yang dilakukan pada saat kursus berdasarkan pada peta empatinya. Sedangkan, bagi mereka yang belum pernah mengikuti kursus hasil analisis peta empati menunjukkan bahwa banyak kekhawatiran yang mereka takutkan sebelum mengikuti kursus.

Berikut Adalah hasil analisis peta empati kursus membuat kue XYZ berdasarkan calon pelanggan.

Gambar 1. Hasil Analisis Peta Empati Kursus Membuat Kue XYZ



Sumber : Penulis 2025

Analisis Kompetitor

Pada analisis kompetitor yang sudah di lakukan terhadap tiga bisnis kompetitor serupa yaitu blanc pastry, sugar head bakehouse & Academic dan Forty-four baking studio.

Pertama, analisis kompetitor dilakukan pada blanc pastry terkait layanan dan fasilitas yang sediakan adalah ketersediaan mentor yang profesional, layanan tanya jawab dan edukasi menu yang ditawarkan, resep berbentuk pdf, apron tapi tidak menyediakan headcap, Lokasi mudah di jangkau dan mendapatkan fasilitas dokumentasi namun, Peserta belum bisa mengikuti kelas online dan peserta harus menyesuaikan jadwal dan menu yang ditawarkan dan kelas tidak berlangsung jika memiliki kurang dari 4 orang. Harga yang ditawarkan berkisar Rp.316.000 – Rp. 1.300.000. Selanjutnya terkait dengan ruangan kursus blanc pastry memiliki pencahayaan yang cukup terang, tata letak yang starategis dan suhu ruang yang stabil. Namun, ukuran ruangan kelas kurang luas dan belum memiliki prosedur darurat. Terkait dengan media sosial, blanc pastry memiliki pengikut yang aktif ,konten yang konsisten, admin online, pricelist online, jenis kelas dan website. Namun, belum memiliki formulir pendaftaran online. Selanjutnya, terkait dengan pendukung pada bisnis pada blanc pastry seperti Proporsi nilai yang dimiliki adalah kegiatan kursus dengan sistem 100% hands on, dan fokusnya bukan hanya fun activity tetapi penjelasan materi dan sesi tanya jawab yang lebih di tonjolkan. Aktivitas utama yang dilakukan adalah kursus dengan sistem tatap muka, mengembangkan menu dan layanan baru seperti akan mengadakan kursus dengan sistem offline dan online. Selain itu, kursus ini juga melakukan penjualan produk dengan sistem PO dan kerjasama

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4668>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

dengan catrting dengan jenis per periode. Mitra bisnis untuk saat ini adalah toko bahan baku walaupun belum menjadi supplier dan sistem pemasaran yang dilakukan pada bisnis ini yaitu WMO (word of mouth) dan pemasangan iklan melalui sosial media.

Pada analisis kompetitor yang kedua adalah Sugarhead Bakehouse and Academy. Terkait dengan layanan dan fasilitas yang ditawarkan kompetitor ini memiliki layanan konsultasi offline dan online, menawarkan fasilitas profesional, edukasi peralatan, bahan dan menu yang diajarkan, dapat memilih menu, waktu dan kelas sesuai dengan kebutuhan peserta, menyediakan buku resep fisik, apron dan headcap, peserta tetap dapat mengikuti kursus walau hanya 1 peserta dan Harga yang di tawarkan Rp.1.265.000 – Rp. 13.455.000. Selanjutnya analisis ruangan kursus pada Sugarhead Bakehouse and Academy Memiliki pencahayaan yang cukup terang, tata letak yang strategis dan Suhu ruang yang stabil dan ruangan kelas kurang luas dan sudah memiliki prosedur darurat. Pada sosial mediana, bisnis ini sudah memiliki admin online, pricelist online, jenis kelas dan website, memiliki pengikut yang aktif dan konten yang konsisten dan memiliki formulir pendaftaran online. Selanjutnya, terkait dengan pendukung pada bisnis pada Sugarhead barkedhouse and academy seperti proporsi nilai yang dimiliki adalah Konsep yang kita tawarkan berbentuk “bakedhouse & Academic” dengan background mentor dari chef yang sudah berpengalaman. Trial dan eror resep juga sendiri dan dibantu oleh rekan chef. Konsep yang ditawarkan juga berbeda dari yang lainnya karena barkedhouse sudah banyak tetapi tempat pendidikan sangat jarang ditemukan. Aktivitas utama yang dilakukan adalah masih menyediakan kursus offline tapi menu dan kelas yang pilih bisa sesuai dengan kebutuhan dari peserta kita serta melakukan supply roti-rotian ke beberapa kopi shop di Bali. Mitra utama untuk kerjasama dengan toko bahan baku dengan sistem supplier dan minimarket untuk fresh fruit dan alat serta bahan baku. Jika baking demo dan kita perlu alat bisanya kerja sama juga dengan supplier alat berat untuk baking atau cooking dan untuk sistem pemasaran yang dilakukan pada bisnis ini yaitu pemasangan iklan melalui sosial media dan Email Marketing.

Pada analisis kompetitor yang ketiga adalah Forty four baking studio. Layanan dan fasilitas yang ditawarkan sudah memiliki layanan konsultasi offline dan online, menyediakan kelas offline dan online, Peserta hanya dapat mengikuti kelas yang ditawarkan oleh tim kursus, menyediakan mentor memiliki latar belakang yang profesional, kelas diadakan dengan sistem 50% hands on, menyediakan buku resep fisik dan apron serta alat yang digunakan sudah cukup lengkap. Namun, ketersediaan bahan baku kurang memadai saat kursus. Harga yang ditawarkan Rp.350.000 – Rp.550.000. Untuk ruangan kursus yang disediakan sudah memiliki pencahayaan dan sirkulasi udara yang baik, ruangan oven dan rest roti dipisahkan, luas dan tata letak bahan baku mudah di jangkau namun sedikit kurang luas dan sudah menyediakan pintu darurat. Tekait dengan media sosialnya, forty four baking studio memiliki admin online yang responsive, pricelist online, jenis kelas dan website dan Instagram dan promosi yang aktif. Namun, Belum memiliki formulir pendaftan online. Selanjutnya, terkait dengan pendukung pada bisnis forty four baking studio seperti Proporsi nilai yang dimiliki adalah kegiatan baking dilakukan oleh chef dan peserta 50% mengamati kegiatan tersebut dan 50% praktek. Biasanya menu yang kami tawarkan juga sebagian besar merupakan menu-menu yang sedang hype. Aktivitas utama yang dilakukan kegiatan kursus membuat kue dan produksi. Mitra utama pada bisnis ini adalah toko bahan baku dan kerjasama dengan beberapa toko kue. Sistem pemasaran yang dilakukan pada bisnis ini yaitu pemasangan iklan melalui sosial media.

Analisis Sumber Daya Kunci

Analisis sumber daya kunci yang dilakukan pada penelitian ini adalah Wawancara yang dilakukan dengan tenaga pengajar yang bertujuan untuk mengetahui terkait peluang kelas kerjasama dan roadmap kelas kursus membuat kue agar model bisnis yang disusun oleh peneliti dapat dilakukan. Selain itu, wawancara ini juga dilakukan untuk mengetahui biaya yang harus dikeluarkan dari tenaga pengajar untuk per-sesi untuk menjalankan model bisnis kelas kursus membuat kue berbasis kerjasama. Jumlah peserta per-satu pertemuan berkisar sekitar 7 orang sampai 10 orang dengan ketentuan besaran ruangan kursus kelas kerja sama sesuai dengan kapasitas yang dibutuhkan serta alat yang dapat memfasilitasi setiap. pesertanya. Untuk durasi yang ideal pada satu sesi kursus membuat kue berkisar dari 2,5 sampai 5 jam. Biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan jasa dari chef atau tenaga pengajar profesional dalam sekali pertemuan berkisar dari Rp.300.000 – 500.000 dan setiap satu bulan sebaiknya dilakukan sekali karena biasanya biaya kursus tambahan dibayarkan diambil dari iuran yang dibayarkan oleh para siswa.

Model Bisnis Kursus Membuat Kue XYZ

Berdasarkan hasil observasi fasilitas dan layanan, ruangan kursus dan media sosial kompetitor, wawancara kepada kompetitor terkait dengan model bisnis mereka dan tenaga pengajar serta survei kepada calon pelanggan yang sudah pernah mengikuti dan yang belum pernah mengikuti kursus membuat kue yang disusun menjadi model bisnis Kursus Membuat Kue XYZ berpedoman pada Sembilan blok yang sudah dianalisis pada model bisnis kanvas. Berikut model bisnis kanvas dari rencana bisnis Membuat Kue XYZ:

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4668>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Gambar 2. Kanvas Model Bisnis Kursus Membuat Kue XYZ

Key Partner <ul style="list-style-type: none"> • Supplier bahan baku • Toko kemasan • Sekolah kejuruan (<i>Partnership</i>) • Digital marketing platform 	Key Activity <ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan program dan produk • Kursus dengan metode 100% <i>hands on</i> • Edukasi dan workshop • Pemasaran 	Value proposition <ul style="list-style-type: none"> • Fleksibilitas waktu kursus • Menyediakan kelas kursus sesuai dengan kebutuhan peserta • menawarkan kelas offline dan online yang berbasis video 	Customer Relationship <ul style="list-style-type: none"> • Evaluasi dan meminta <i>feedback</i> setelah kursus selesai. • Paket bundling • Layanan membership 	Customer segments <ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat usia produktif • Pekerja • Masyarakat yang peduli dengan kesehatan • Siswa sekolah kejuruan
	Key Resources <ul style="list-style-type: none"> • Peralatan, perlengkapan dan bahan baku • Instruktur profesional • Staff Marketing, Customer Service, Manajer • Studio baking 		Channels <ul style="list-style-type: none"> • Whatsapp • social media (instagram, Tiktok, dan facebook) • WMO 	
Cost structure <ul style="list-style-type: none"> • Gaji dan upah karyawan • Biaya bahan baku • Biaya Operasional • Biaya modal pendirian usaha • Biaya pemasaran • Biaya Maintenance 			Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> • Tiga jenis kelas kursus • Membership 	

Sumber : Penulis 2025

Analisis Kelayakan Ekonomi

Pada September tahun 2025 kursus membuat kue XYZ akan menjual sebanyak 100 paket layanan kursus membuat kue dengan estimasi meningkat setiap bulannya. Pada setiap bulan desember, kursus ini akan menjual lebih banyak paket kursus karena terdapat libur tahun baru. Untuk tahun selanjutnya, proyeksi penjualan akan meningkat 10% dari tahun ke tahun sesuai dengan kenaikan populasi yang ada. Sesuai dengan analisis kelayakan investasi bisnis pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Hasil Analisis Kelayakan Finansial Kursus Membuat Kue XYZ

Skenario	Optimis	Normal	Pesimis
NVP	Rp1.685.987.997	Rp1.251.783.501	Rp.684,616,728
IRR	68%	58%	44%
<i>Payback Period</i>	1 Tahun 1 Bulan	1 Tahun 2 Bulan	2 tahun 1 Bulan
<i>Feasibility Project</i>	Layak	Layak	Layak

Sumber : Penulis 2025

Berdasarkan tabel diatas, Secara keseluruhan, skenario optimis, normal dan pesimis layak dijalankan karena memiliki NPV yang positif dan tingkat pengembalian bunga (IRR) melebihi tingkat suku bunga yang berlaku di Indonesia serta payback period kurang dari 5 tahun.

Rencana Kegiatan

Kegiatan terdapat tiga tahapan dalam model bisnis Kursus Membuat Kue XYZ yang terdiri dari tiga tahapan-tahapan persiapan, tahapan eksekusi dan tahapan evaluasi. Pada tahapan persiapan melaksanakan beberapa kegiatan yang akan menjadi tolak ukur awal berjalannya kegiatan oprasional perusahaan termasuk persediaan sarana prasarana, sumber daya manusia dan pengadaan bahan baku. Pada tahapan eksekusi kegiatan yang dilakukan termasuk riset dan pengembangan serta pemasaran dan promosi. Selanjutnya, tahapan evaluasi dilakukan terhadap seluruh kinerja oprasional dan bahan baku yang digunakan untuk kursus membuat kue. Selain itu, Penanggung jawab utama pada Kursus Membuat Kue XYZ pemilik bisnis yang terdiri dari dua orang.

Tugas pemilik bisnis adalah memantau seluruh rangkaian kegiatan yang ada pada kursus ini, sehingga pencarian mitra, recruitment karyawan, riset dan pengembangan produk hingga mengontrol dan mengevaluasi seluruh karyawan dan dibantu oleh staff termasuk manajer .

4. Kesimpulan

Kursus Membuat Kue XYZ dirancang untuk mengisi celah pasar kursus membuat kue di wilayah Aceh khususnya di Takengon. Dengan value proposition yang menonjolkan menu sehat, variasi kelas yang sesuai dengan tingkat kemampuan pelanggan, dokumentasi peserta, dan pengalaman semi-academy. Berdasarkan survei pelanggan, analisis pesaing, dan kelayakan finansial. Model bisnis ini layak dijalankan baik dari sisi pasar (minat dan willingness-to-pay) maupun dari sisi finansial (NPV positif, IRR tinggi, PP yang cepat). Tindak lanjut penting sebelum implementasi meliputi finalisasi pricing dan paket kursus yang ditawarkan, pengaturan operasional agar mengatasi kekhawatiran peserta seperti : kualitas materi, suhu/ventilasi, ketersediaan bahan bahan baku, dan penguatan kanal pemasaran digital Selain itu, Penelitian mengenai perancangan model bisnis kursus membuat kue ini masih memiliki ruang pengembangan yang dapat dijadikan dasar bagi penelitian berikutnya. Pertama, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sampel sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih representatif terhadap preferensi konsumen di wilayah yang lebih luas, tidak hanya di satu kabupaten atau kota. Hal ini penting untuk melihat variasi kebutuhan peserta berdasarkan karakteristik demografis, sosial, dan ekonomi yang berbeda. Kedua, studi lanjutan dapat menambahkan analisis perilaku konsumen secara lebih mendalam, misalnya melalui pendekatan customer journey mapping atau service blueprinting, yang bertujuan untuk memahami seluruh alur pengalaman peserta mulai dari pendaftaran hingga pasca kursus. Pendekatan ini dapat memberikan wawasan strategis untuk meningkatkan kualitas layanan dan retensi peserta. Secara keseluruhan, penelitian lanjutan diharapkan mampu memperkaya pemahaman mengenai dinamika industri kursus kuliner, memperdalam analisis kelayakan, serta memberikan rekomendasi inovatif agar model bisnis kursus membuat kue dapat terus beradaptasi dan berkembang secara berkelanjutan.

Referensi

- [1] H. Airlangga, "Pemerintah Dorong Optimalisasi Pertumbuhan Industri Kreatif Indonesia," 2022, *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*.
- [2] R. M. Merdeka, "Industri Kreatif dan Kontribusinya dalam Perekonomian Indonesia," 2021. [Online]. Available: <https://greatdayhr.com/id-id/blog/industri-kreatif/>
- [3] B. R. Purnomo and S. Kristiansen, "Economic reasoning and creative industries progress," *Creative Industries Journal*, vol. 11, no. 1, pp. 3–21, 2018, doi: 10.1080/17510694.2017.1403206.
- [4] I. B. Raharjo, H. Tannady, I. Adinugroho, and K. Kraugusteeliana, "Industry Players In DKI Jakarta Province Analisis Peran Motivasi Dan Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Pelaku Industri Kuliner," *MSEJ, Management Studies and Entrepreneurship Journal*, vol. 4, no. December 2022, pp. 616–623, 2023.
- [5] F. A. Sudirman, F. T. Susilawaty, and A. F. Adam, "Peluang dan Tantangan Pengembangan Industri Kreatif Kuliner dalam Pencapaian SDGs," *Societas : Jurnal Ilmu Administrasi dan Sosial*, vol. 9, no. 1, pp. 12–24, 2020, doi: 10.35724/sjias.v9i1.2804.
- [6] M. Raber, I. Villarreal, M. Vazquez, and D. Thompson, "Designing a Digital Culinary Education Intervention for Parents With Low Income," *J Nutr Educ Behav*, vol. 55, no. 9, pp. 667–676, 2023, doi: 10.1016/j.jneb.2023.06.002.
- [7] S. Ozilgen, "Tasting ancient Greek modes: Does culinary arts education make a difference?," *Int J Gastron Food Sci*, vol. 26, no. August, p. 100419, 2021, doi: 10.1016/j.ijgfs.2021.100419.
- [8] N. et al 2023, *Pengantar Bisnis Kuliner*, vol. 32, no. 3, 2021.
- [9] S. A. Nelson, M. A. Corbin, and S. M. Nickols-Richardson, "A call for culinary skills education in childhood obesity-prevention interventions: Current status and peer influences," *J Acad Nutr Diet*, vol. 113, no. 8, pp. 1031–1036, 2013, doi: 10.1016/j.jand.2013.05.002.
- [10] L. Tysara, "Baking adalah Memanggang, Begini Teknik yang Benar," 2022.
- [11] M. N. 2023, "Apa Itu Course Ini Definisi, Manfaat, Jenis, dan Tips Memilih – Malang News."
- [12] Suhairi, "PERSEPSI MODEL BISNIS PERKEMBANGAN KOLABORASI MASA DEPAN," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 9, no. 1, pp. 44–48, 2022.
- [13] A. T. Salma Amaliani Putri, Dewi Intan Sari, Khoirul Marzuki, "Penerapan Design Thinking Eco-Boba dalam Pemanfaatan Limbah Cacahan Plastik dan Kemasan Paket E-commerce," vol. 1, no. 1, pp. 58–68, 2022.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4668>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

- [14] R. Anisya Dwi Septiani and D. Wardana, "Implementasi Program Literasi Membaca 15 Menit Sebelum Belajar Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Minat Membaca, JURNAL PERSEDA VOL. V, NO. 2, Agustus 2022," *Agustus*, vol. V, no. 2, pp. 130–137, 2022.
- [15] P. Schindler, *BUSINESS RESEARCH METHODS, THIRTEEN EDITION*, 13th ed. 2019.
- [16] Ms. Jailani, F. Jeka, and U. Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, "Pengertian Populasi (Kuantitatif) Menurut Ahli," vol. 7, pp. 26320–26332, 2022.