

PRAKTIK BISNIS DJADJANAN SI NENG



LAPORAN PRAKTIK BISNIS

**Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat
Untuk memperoleh gelar Ahli Madya**

Oleh :

Ardewina Sukma Julia

2016910017

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERUSAHAAN
Terakreditasi berdasarkan Keputusan BAN-PT
No. 1120/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/X/2015
BANDUNG
2019**

DJADJANAN SI NENG BUSINESS PRACTICE



BUSINESS PRACTICE REPORT

This report is made to fulfill the requirement of the Diplome III Business Management Program

Oleh :

Ardewina Sukma Julia

2016910017

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
DIPLOME III BUSINESS MANAGEMENT PROGRAM
Accredited based on the decree of BAN-PT
No. 1120/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/X/2015
BANDUNG
2019**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERUSAHAAN**



LAPORAN PRAKTIK BISNIS DJADJANAN SI NENG

Nama : Ardewina Sukma Julia

NPM : 2016910017

PERSETUJUAN LAPORAN PRAKTIK BISNIS

Bandung, 20 Juni 2019

Ketua Program Studi DIII Manajemen Perusahaan

(Nina Septina, S.P., MM., M.Phil.)

Dosen Pembimbing,

(Lilian Danil, SE.,MM.)

Dosen Penguji,

(Nina Septina, S.P., MM., M.Phil.)

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama (sesuai akte lahir) : Ardewina Sukma Julia
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 11 Juli 1994
Nomor Pokok Mahasiswa : 2016910017
Program Studi : DIII Manajemen Perusahaan
Jenis Naskah*) : ~~Skripsi/ Makalah / Artikel /~~ Laporan Praktik Bisnis

JUDUL

PRAKTIK BISNIS DJADJANAN SI NENG

Dengan,
Pembimbing : Lilian Danil, SE.,MM.

SAYA NYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis sendiri:

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut diatas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak manapun.

Pasal 25 Ayat (2) UU.No.20 Tahun 2003:
Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademi, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70 : Lulusan perguruan tinggi yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.200 Juta.

Dinyatakan tanggal : 20 Juni 2019

Pembuat pernyataan : Ardewina S Julia

A 5000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERA TEMPEL', '5000', and 'RUPIAH BERSUBSIDI'. The signature is written in black ink over the stamp.

(Ardewina Sukma Julia)

ABSTRAK

Masakan Indonesia memiliki ciri khas Indonesia dengan kekayaan cita rasa yang sangat kuat dan yang paling kaya di seluruh dunia. Dengan cita rasa yang kuat inilah Indonesia mendapatkan Negara paling unggul dalam bidang kuliner / masakan Indonesia. Hal ini ditunjukkan dari istilah 'bakso' berasal dari kata Bak-So, dalam Bahasa *Hokkien* yang secara harfiah berarti 'daging giling'. Karena kebanyakan penduduk Indonesia adalah muslim, maka bakso lebih umum terbuat dari daging halal seperti daging sapi, ikan, atau ayam. Pada saat ini, sudah setahun ke belakang di kota Bandung sedang ramai dengan beberapa pengusaha yang menjual “Baso Aci” yang konsepnya adalah menjual bakso dengan porsi yang tanggung dan memang untuk makanan selingan saja. Salah satu contoh Baso Aci Mas Jay yang sedang ramai, banyak orang yang sudah membeli dan terkenal di kota Bandung.

Djadjanan Si Neng mempunyai arti yang spesial bagi penulis. Pemilihan nama Djadjanan Si Neng didasari oleh 2 (dua) hal, yaitu memberikan identitas bahwa si pemilik usaha adalah perempuan dengan orang Sunda asli dan menjelaskan bahwa *brand* ini suatu jajanan yang disenangi oleh para perempuan biasanya. Djadjanan merupakan nama dari Jajanan yang ditulis dengan kata tempo dulu yang mengartikan bahwa usaha ini suatu jajanan dan Si Neng adalah bahasa Sunda yang mengartikannya si perempuan, dengan kata lain adalah menjelaskan si perempuan ini penjual dan suatu jajanan yang sering disukai oleh para perempuan dengan ciri khasnya pedas asin manis. Djadjanan Si Neng memiliki suatu visi menjadi bisnis *online* yang dapat menjangkau masyarakat secara luas serta dapat menjadi suatu bisnis masakan rumahan yang Halal, Enak, Bermutu dan dapat memberikan suatu perbedaan. Djadjanan Si Neng mempunyai target di mulai Juni 2019 Rp. 500.000 hingga Mei 2020 Rp. 6.000.000 yang di setiap bulannya selisih Rp. 500.000. Target yang dibuat menjadi patokan untuk penulis sehingga produk dapat terjual dengan baik dan target tercapai.

Peningkatan pendapatan yang didapat pada bulan Januari hingga Juni cukup meningkat dan peningkatan yang cukup tinggi ada di bulan Mei 112 dan Juni 128, karena peningkatan 2 (dua) bulan terakhir ini disebabkan adanya bulan Ramadhan dan hari raya Idul Fitri yang dimana banyak konsumen yang membeli dengan jumlah banyak. Data konsumen tersebut dapat menjadi patokan untuk melakukan peningkatan baik pemasaran maupun melakukan perubahan pada harga jual. Selain itu, data konsumen tersebut memberitahukan bahwa masih banyak masyarakat yang ingin lebih banyak lagi varian-varian menunya. Dari hasil laba rugi yang dibuat penulis merasa kurang puas dikarenakan masih ada di beberapa bulan yang tidak terjual sehingga penulis melakukan evaluasi ulang agar laporan laba rugi menjadi lebih baik lagi di tahun-tahun berikutnya.

Djadjanan Si Neng merupakan bisnis kuliner secara *online* yang menjual produknya dengan cara *frozen* atau *dine in*. Evaluasi dan pengembangan masih perlu dilakukan agar bisnis dapat berjalan optimal dan dapat bertahan lama. Perlunya penambahan strategi-strategi baru guna mempertahankan dan meningkatkan bisnis agar dapat lebih baik. Djadjanan Si Neng harus dapat menjadi menjadi yang berbeda karena mempunyai varian kuah yang berbeda dengan pesaing

lainnya dan mempertahankan kualitas bakso yang lebih baik lagi agar bakso yang aman dan *NO MSG* ini bisa tetap menjadi *focus* utama penulis.

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa menyertai, memberkati dan melindungi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan praktik kerja ini. Penyelesaian laporan praktik kerja ini ditujukan untuk mendapat gelar Ahli Madya pada program studi DIII Manajemen Perusahaan Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Selama melaksanakan praktik bisnis, banyak sekali pengalaman dan juga kesulitan yang penulis dapatkan selama menyelesaikan praktik bisnis. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua penulis, yaitu ayahanda Ade Makmur Kartawina, yang sudah memberikan dukungan moril maupun materil yang tidak bisa diungkapkan, begitu banyak pengorbanannya untuk putrinya dan ibunda Artini, yang tidak pernah putus mendoakan disetiap langkah putrinya untuk dapat berjuang kuliah dan memberikan perhatian, kasih sayang dan juga semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan praktik bisnis ini juga pada Dea Prima Yulianti dan Adra Meizha Armanita selaku kakak dan adik penulis. Serta Suami penulis yaitu Reza Ardianto yang sudah memberikan semangat dan membantu di setiap penulis merasakan kesullitan dan seluruh keluarga penulis yang memberikan dukungan dalam bentuk apapun kepada penulis untuk dapat menyelesaikan laporan ini.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak di Unpar yang telah memberi dukungan kepada penulis sebagai berikut.

1. Yth. Bapak Prof. Dr. Hamfri Djajadikerta, Drs., Ak., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
2. Yth. Ibu dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
3. Yth. Ibu Nina Septina SP., MM., M.Phil. selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Perusahaan serta selaku dosen dalam mata kuliah pemasaran yang telah mengarahkan serta memberi semangat selama proses pembuatan laporan praktis bisnis.

4. Yth. Ibu Lilian Danil, SE., MM., selaku dosen pembimbing yang telah sabar serta banyak meluangkan waktu, tenaga, kesabaran serta senantiasa memberikan masukan positif selama proses bimbingan.
5. Yth. Ibu Dr. Elvy Maria Manurung SE., Ak. MT., Ibu Lilian Danil, SE., MM., Ibu Dr. Rr. Ida Nuraida, SE., MM., Bapak Ronny Trian Subakti, S.IP., MM., Bapak Dianta Hasri Natalius Barus, ST., MM., Ibu Elok Dewi Candrawati, Ir., M.Si, ibu Kurweni ukar, SE., Ak., M.Kom, serta Bapak Novandy Adhitya, S.Pd., M.Pd. selaku dosen yang telah memberikan doa, semangat dan membantu memberikan semangat penulis.
6. Ibu Leoni Anastasia dan Bapak Asep selaku petugas administrasi yang membantu penulis dalam proses administrasi.
7. Seluruh teman-teman angkatan 2016 yang telah memberikan semangat serta dukungan bagi penulis.
8. Kepada Margaretha Mitsi selaku teman seperjuangan dari awal kuliah hingga saat ini yang selalu membantu, memberikan semangat kepada penulis dan tempat bertukar pikiran.
9. Kepada Yeni, Lita, Alma, Ronal yang menjadi penyemangat penulis dan saling membantu satu sama lain.
10. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu per satu yang telah terlihat banyak membantu sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.

Penulis sangat menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan pengetahuan, wawasan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Untuk itu, mohon maaf atas segala kekurangan yang ada penulis mengharapkan kritik maupun saran yang bersifat membangun bagi penulis.

Akhir kata penulis berharap laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi institusi pendidikan dan semua pembaca.

Bandung, 20 Juni 2019

Penulis,

Ardewina Sukma Julia

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB 1 LATAR BELAKANG.....	1
1.1 Peluang dan Kesempatan.....	1
1.2 Motivasi.....	2
1.3 <i>Problem Solving</i>	3
1.4 Ide Bisnis.....	4
BAB II KEGIATAN BISNIS.....	7
2.1 Profil Lengkap Bisnis.....	7
2.2 Alur Bisnis.....	11
2.3 Lingkungan Internal dan Eksternal.....	14
2.3.1 Analisa Metode <i>Strengths, Weakness, Opportunities, and Threath (S.W.O.T)</i>	14
2.3.2 Analisa Bisnis Model Kanvas.....	16
2.3.3 Analisa Strategi Pemasaran.....	17
2.3.4 <i>Segementing, Targeting, dan Positioning (STP)</i>	19
2.4 Target Jangka Pendek dan Jangka Panjang.....	20
BAB III EVALUASI BISNIS.....	23
3.1 Pencapaian Bisnis.....	23
3.2 Laporan Keuangan.....	24
3.3 Penjualan.....	26
BAB IV KESIMPULAN.....	27
4.1 Kesimpulan Bisnis.....	27
4.2 Strategi Bisnis.....	27
4.3 Evaluasi Bisnis.....	28
DAFTAR PUSTAKA.....	30
LAMPIRAN.....	31
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh Produk Djadjanan Si Neng.....	5
Gambar 1.2 Packaging Baso Aci Mas Jay.....	6
Gambar 2.1 Logo Djadjanan Si Neng.....	7
Gambar 2.2 Tampilan <i>Instagram</i> Djadjanan Si Neng.....	9
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Djadjanan Si Neng.....	10
Gambar 2.4 Alur Barang Djadjanan Si Neng.....	12
Gambar 2.5 Alur Transaksi Djadjanan Si Neng.....	13
Gambar 2.6 Target Penjualan Djadjanan Si Neng.....	20
Gambar 3.1 Data Pertumbuhan Pendapatan Djadjanan Si Neng.....	23
Gambar 3.2 Data Konsumen Djadjanan Si Neng.....	26

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Profil Bisnis Djadjanan Si Neng.....	8
Tabel 2.2 Analisa S.W.O.T.....	14
Tabel 2.3 Analisa Bisnis Kanvas Model.....	16
Tabel 3.1 Neraca Awal Djadjanan Si Neng.....	23
Tabel 3.2 Neraca Akhir Djadjanan Si Neng.....	24
Tabel 3.3 Laporan Laba Rugi Djadjanan Si Neng.....	24

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Peluang dan Kesempatan

Masakan Indonesia adalah ciri khas Indonesia dengan kekayaan cita rasa yang sangat kuat dan yang paling kaya di seluruh Dunia. Dengan cita rasa yang kuat inilah Indonesia mendapatkan Negara paling unggul dalam bidang kuliner / masakan Indonesia. Kekayaan jenis masakannya merupakan cermin keberagaman budaya dan tradisi Nusantara yang terdiri dari sekitar 6.000 pulau berpenghuni, dan menempati peran penting dalam budaya Nasional Indonesia secara umum. Hampir di seluruh masakan di Indonesia kaya dengan bumbu-bumbu rempah. Menurut sejarahnya dulu, jejak kuliner Indonesia telah didapati dalam sejumlah prasasti abad ke-8 sampai ke-10 Masehi. Ketika itu, istilah boga telah dikenal, yakni makanan yang berhubungan dengan dapur, dibuat dengan sentuhan seni dan memberikan kenikmatan. Hal itu banyak didapati pada prasasti Jawa dan Sumatera (diikuti dari *wikipedia.org/Masakan_Indonesia.2019*).

Unsur budaya masakan Cina dapat dicermati pada beberapa masakan Indonesia. Masakan seperti bakmi, bakso, dan lumpia telah terserap dalam seni masakan Indonesia. Bakso memiliki akar dari seni kuliner Tionghoa-Indonesia. Hal ini ditunjukkan dari istilah 'bakso' berasal dari kata Bak-So, dalam Bahasa *Hokkien* yang secara harfiah berarti 'daging giling'. Karena kebanyakan penduduk Indonesia adalah muslim, maka bakso lebih umum terbuat dari daging halal seperti daging sapi, ikan, atau ayam.

Bakso di Indonesia sudah sangat terkenal dan bakso adalah makanan yang menjadi wajib di masyarakat Indonesia. Bahkan bakso sudah terkenal ke seluruh Dunia, turis mancanegara pun yang datang ke Indonesia pasti akan mencoba Bakso / Mie Bakso. Karena bakso ini dapat kita temui dimana saja, di pulau jawa, pulau sumatera, pulau Kalimantan, dll semua ada yang menjual bakso, hanya mungkin terdapat beberapa perbedaan digunakan daerahnya dengan cara penyajiannya atau mungkin bumbu-bumbu yang digunakan. Masyarakat Indonesia menganggap

bahwa Bakso adalah makanan yang sangat wajib ada di setiap acara besar ataupun kecil. Dan saat ini bakso ada dalam urutan ke 7 dari 10 makanan Indonesia yang *go internasional*. Makanan sederhana tetapi semua orang pasti akan mencari disetiap waktu. Masyarakat Indonesia menganggap bakso adalah pengganti nasi, karena sekarang orang-orang apabila mencari makanan kalau tidak nasi atau bakso dan apabila sudah makan bakso tidak akan mencari nasi lagi. Sehingga saat ini banyak sekali yang memodifikasikan “Bakso” dengan berbagai macam ukuran, isian, rasa kuah, dll. Walaupun banyak sekali modifikasi dari bakso tetap saja banyak orang-orang yang membeli dan mencoba.

Pada saat ini, sudah setahun ke belakang di kota Bandung sedang ramai dengan beberapa pengusaha yang menjual “Baso Aci” yang konsepnya adalah menjual bakso dengan porsi yang nanggung dan memang untuk makanan selingan saja. Dengan isian yang sangat *simple* dan konsep bakso yang mereka jual bukanlah bakso daging seutuhnya, melainkan cilok yang mereka olah menjadi cilok kuah dengan taburan sukro cikur khas garut walaupun terdapat beberapa baso daging sapinya di beberapa porsi menunya.

Kota Bandung adalah kota yang mempunyai banyak sekali kuliner dan wisatawan yang akan ke Bandung pasti mempunyai *list* kuliner sendiri adapun yang secara tidak sengaja mencoba kuliner-kuliner baru.

1.2 Motivasi

Penulis memiliki motivasi terhadap usaha bakso, karena penulis mempunyai hobi mencoba kuliner baru di kota Bandung dan penggemar bakso. Maka dari itu penulis ingin membuat bakso sehat dengan memperhatikan komposisi yang cukup bagus di dalam adonan bakso. Dan penulis sangat yakin bahwa usaha / bisnis ini akan masuk ke setiap kalangan.

Penulis ingin membuat konsep bakso ini lebih ke makanan yang sederhana tapi bisa menjadi makanan utama walaupun dengan komposisi yang lebih sehat untuk di konsumsi.

1.3 *Problem Solving*

Harga dan kualitas produk merupakan masalah yang sering dihadapi saat melakukan bisnis. Harga menjadi salah satu nilai penting ketika seseorang ingin membeli suatu produk. Harga yang mahal membuat konsumen berpikir ulang untuk membeli produk tersebut. Sedangkan harga yang murah memberikan persepsi ketidakpercayaan kepada produk tersebut. Kualitas produk menjadi poin penting disamping dengan harga. Kualitas yang baik selalu dilihat oleh konsumen sedangkan kualitas yang buruk menjadi pilihan akhir bahkan tidak dipilih oleh konsumen.

Pertama masalah yang ada pada produk ini lebih ke harga bahan-bahan terutama bahan utama yaitu daging. Daging sewaktu-waktu bisa saja naik begitu pesat dan terkadang turunnya harga daging pun hanya berkurang beberapa rupiah saja. Permasalahan ini yang akan berubah-ubah di dalam HPP (harga pokok penjualan). Penulis ingin mempunyai HPP (harga pokok penjualan) yang sangat pas tetapi tidak menjadikan mahal untuk pelanggan dengan kualitas baik. Mungkin bakso yang saya jual ini bersaing dengan kompetitor yang lain, ada beberapa yang sama penjualannya seperti saya tetapi tidak memperhatikan komposisi yang aman bagi kesehatan, banyak yang memfokuskan lebih ke hal *packaging*, konsep, menu yang bervariasi.

Kedua masalah yang penulis alami adalah promosi, penulis merasakan bahwa kurangnya promosi di dalam produk ini sehingga hanya lingkungan sekitar saja dan termasuk masuk lingkaran kecil yang mengetahui. Belum memberanikan diri untuk memasukan ke pemesanan *online* dikarenakan masih kurangnya tenaga kerja yang membantu untuk mengolah bahan, sehingga penulis tidak dapat dengan konsisten di promosi yang menjadikan belum bisa terdaftar di pemesanan *online*.

Penulis masih membuat *planning* untuk promosi *brand* ini akan seperti apa. Dan penulis ingin membuat *brand* bakso yang konsepnya *simple* ini dapat dibuat penyajiannya dengan instan yang bisa dimasak sendiri oleh konsumen tetapi dengan tidak menggunakan bahan pengawet atau dengan penyajian yang siap untuk dimakan.

Banyak sekali tempat-tempat Bakso yang sudah terkenal di Kota Bandung ini. Sehingga sekian banyak penjual bakso di Bandung mungkin ada beberapa yang tidak memperhatikan dari segi komposisinya yang dimana itu akan baik di konsumsi oleh balita atau tidak.

1.4 Ide Bisnis

Djajanan si neng adalah nama *brand* dari “Bakso” yang penulis jual. Djajanan si neng ini ingin memberikan suatu yang baru di dunia kuliner terutama di Bandung. Djajanan si neng ingin membuat bakso tidak harus selalu berpasangan dengan mie atau bihun tetapi bisa di gabungkan dengan makanan ringan yang menjadikan bakso ini tidak terlihat makanan yang berat dan konsumen dapat mengkonsumsi atau menikmati bakso ini tanpa rasa takut dengan rasa atau pun komposisi. Karena penulis ingin menonjolkan bahwa bakso ini aman untuk segala usia dari balita pun bisa dikonsumsi, karena penulis *focus* ingin membuat bakso ini TIDAK ada MSG, TIDAK ada BAHAN PENGAWET, TIDAK ADA TEPUNG semuanya *FULL* DAGING 100% maka dari itu produk ini aman. Penulis membuat 2 versi produk ini untuk sekarang, yaitu :

1. Bakso dengan 2 ukuran (Besar dan Kecil) dengan 3 tekstur (Urat, Halus dan Cincang)
2. Bakso Kuah dengan isian Batagor kering, Pangsit kering, Ceker/Sayap, Sayur, dan Sukro Cikur.

Untuk Bakso dengan 2 ukuran dijual tanpa ada keringannya, hanya bakso saja dan dengan keadaan *fresh*, tidak dapat bertahan lama dikarenakan tidak ada bahan pengawet dan tidak memakai tepung sehingga bakso ini hanya bertahan 1 bulan maksimal ditaruh di kulkas dan 3 bulan di dalam *freezer* dan bakso ini dijual secara *ready stock*.

Sebagai Bakso Kuah dijual berdasarkan pesanan dengan sehari sebelumnya dan akan dikirim pada hari dan jam yang konsumen inginkan, dengan sajian yang hangat dan *fresh*.

Produk Djadjanan Si Neng dapat dilihat pada Gambar 1.1.

GAMBAR 1.1
CONTOH PRODUK DJADJANAN SI NENG



Sumber : Djadjanan si neng,2019

Penulis mempunyai ide bisnis membuat bakso karena penulis merasa bakso ini adalah menu utama bagi masyarakat Indonesia saat ini, karena sebelum mereka makan nasi pasti bakso adalah menu utama yang akan dicari dan disantap terlebih dahulu. Penulis ingin bakso yang dijual ini dapat memberikan suatu yang baru, dan penulis akan menambahkan menu baru, yaitu : “ Bakso Goreng” dengan bahan-bahan yang berkualitas dan rasa yang dijamin enak.

Penulis mencari keunggulan dari pesaing, produk apa dan apa yang dijual oleh pesaing sehingga pesaing cukup ramai oleh konsumen. Salah satu contoh pesaing yaitu Bakso Aci Mas Jay yang sudah terkenal dan banyak konsumen yang membeli. Informasi yang di dapat oleh penulis bahwa keunggulan dari Bakso Aci Mas Jay adalah “Bakso Aci Mas Jay ini juga punya beragam menu seperti Kuah Jawa, Kuah Merah dan Kuah Nusantara, dengan tingkat kepedasan yang bisa dipilih sendiri oleh konsumennya dan memberikan pengalaman berbeda yang unik dan seru kepada

pelanggan dengan *packaging* yang berbeda dengan yang lainnya” (diikuti dari <https://kumparan.com/bandungkiwari/bakso-aci-mas-jay-si-kenyal-yang-pedas> 2019).

Berikut ini adalah *packaging* dari Bakso Aci Mas Jay yang akan digambarkan pada gambar 1.2

GAMBAR 1.2
PACKAGING BAKSO ACI MAS JAY

2. Bakso Aci Mas Jay



Sumber: foody