

Analisis Jaringan Produksi Dan Inovasi Varian Rasa Pada Kue Sus Choux

Evi Ulviah

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Teknologi Digital Bandung

Email : evi10120774@digitechuniversity.ac.id

Resya Dwi Marselina

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Teknologi Digital Bandung

Email : resyadwi@digitechuniversity.ac.id

Korespondensi penulis : evi10120774@digitechuniversity.ac.id

ABSTRACT. *Building a business network is a crucial business strategy during the startup process. Business networking refers to relationships formed through various interactions among business players, professionals, and potential financial specialists (Ferira, 2023). While some studies have explored business networks, such as the analysis of TikTok as a platform for millennial business networking, there hasn't been specific research on production networks, which is a derivative of business networks. To address this gap and the literature void regarding production networks, the author proposes a scholarly title, "Analysis of Production Networks and Innovative Flavor Variants in Choux Pastry Puffs," with the goal of understanding production networks. Supply Chain Management (SCM) involves planning, management, and product activation, utilizing cost-effective strategies for controlled efficiency and increased profits (Hastari, 2023). According to Lukman (2021, p. 7), "Choux Pastry Puffs" fall into the moist cake category and are favored by sweet enthusiasts. Choosing it as a brand aims for easy recall and customer attraction, serving as a promotional strategy. The procurement of Choux Pastry Puffs' raw materials is simple, without signed contracts with suppliers; materials are directly purchased from a convenience store. While "Choux Pastry Puffs" is not native to Indonesia, innovation is expected to cater to diverse tastes. Analyzing production networks and innovative flavor variants in Choux Pastry Puffs aims not only to fulfill coursework requirements but also to open new business opportunities and attract public attention.*

Key words: *Business Network, Cox cakes, Production Network, Innovation.*

ABSTRAK. Membangun jaringan bisnis merupakan salah satu strategi bisnis yang penting dilakukan dalam proses merintis bisnis yang sedang dijalankan. Jaringan bisnis adalah suatu istilah yang mengacu pada hubungan yang terjalin melalui berbagai pertemuan antar pelaku bisnis, para profesional, hingga financial specialist potensial (Ferira, 2023) Beberapa penelitian juga telah mengangkat topik mengenai jaringan bisnis ini misalnya "Analisis aplikasi tiktok sebagai platform membangun jaringan bisnis generasi milenial" Namun belum ada yang secara spesifik meneliti tentang jaringan produksi yang merupakan salah satu turunan ilmu dari jaringan bisnis. Berdasarkan pada masalah di atas, dan kekosongan literatur yang membahas mengenai jaringan produksi maka penulis mengangkat sebuah judul karya ilmiah berupa "Analisis jaringan produksi dan inovasi varian rasa pada kue sus choux" dengan tujuan untuk memahami mengenai jaringan produksi. Supply chain management (SCM) adalah "serangkaian kegiatan yang meliputi perencanaan, pengelolaan, dan aktivasi produk. Dari setiap kegiatan yang telah dijalankan tentu saja menggunakan strategi biaya yang berbasis efisien terkontrol dan mampu meningkatkan keuntungan" (Hastari, 2023) Menurut (Lukman,2021, 7) "Kue sus choux" merupakan panganan yang masuk dalam kelas kue basah. Banyak penggemar panganan manis yang memilih kue sus sebagai makanan favorit. "Kue sus choux" diambil sebagai merek karena mudah diingat dan diharapkan mampu menarik perhatian pelanggan. Hal ini merupakan salah satu cara promosi produk kami. Pengadaan bahan baku Kue Sus Choux masih sangat sederhana dan belum menandatangani kontrak kerjasama dengan supplier manapun. Bahan baku Kue Sus Choux dibeli secara langsung di toko serba ada. Kue Sus choux memang bukan lah makanan asli Indonesia. Akan tetapi, dengan adanya inovasi diharapkan dapat memenuhi selera lidah masyarakat luas dan dengan adanya analisa terkait jaringan produksi dan inovasi varian rasa pada kue sus choux ini diharapkan selain untuk memenuhi tugas pada Mata Kuliah Jaringan Bisnis tetapi juga dapat membuka peluang usaha baru bagi kami dan dapat menarik banyak minat perhatian masyarakat umum.

Kata Kunci: Jarinagn Bisnis, Kue Sus Choux, Jaringan Produksi, Inovasi

LATAR BELAKANG

Membangun jaringan bisnis merupakan salah satu strategi bisnis yang penting dilakukan dalam proses merintis bisnis yang sedang dijalankan. Jaringan bisnis adalah suatu istilah yang mengacu pada hubungan yang terjalin melalui berbagai pertemuan antar pelaku bisnis, para professional hingga financial specialist potensial (Fiera, 2023)

Beberapa penelitian juga telah mengangkat topik mengenai jaringan bisnis ini misalnya “Analisis aplikasi tiktok sebagai platform membangun jaringan bisnis generasi milenial” Namun belum ada yang secara spesifik meneliti tentang jaringan produksi yang merupakan salah satu turunan ilmu dari jaringan bisnis.

Berdasarkan pada masalah di atas, dan kekosongan literatur yang membahas mengenai jaringan produksi maka penulis mengangkat sebuah judul karya ilmiah berupa “**Analisis jaringan produksi dan inovasi varian rasa pada kue sus choux**” dengan tujuan untuk memahami mengenai jaringan produksi.

TINJAUAN PUSTAKA

1. *Supply Chain Managemant*

a. *Pengertian Supply Chain management*

Supply chain management (SCM) adalah “serangkaian kegiatan yang meliputi perencanaan, pengelolaan, dan aktivasi produk. Dari setiap kegiatan yang telah dijalankan tentu saja menggunakan strategi biaya yang berbasis efisien terkontrol dan mampu meningkatkan keuntungan” (Hastari, 2023)

b. *Ruang Lingkup Supply Chain management*

Menurut (Lukman,2021, 7) ruang lingkup SCM adalah “melaksanakan kegiatan aliran barang yang meliputi perencanaan, pengadaan, produksi, penyimpanan, transportasi, dan distribusi, mulai dari titik awal bahan baku (hulu) sampai ke titik pemakaian (hilir)”. sedangkankan SCM Link terdiri dari 7 (tujuh) mata rantai yang merupakan pelangi SCM yaitu *Supplier, Manufacturer, Warehouse, Transportation, Distributor, Retailer*, dan *Customer* dengan elemen pendukung berupa elemen yang meliputi *procurement*, logistik (transportasi, pergudangan, distribusi), *inventory* (persediaan), *Demand Forecasting, Supplier, Production, Information, Quality* dan *Customer.*”

c. *Komponen Supply Chain Management*

1) *Upstream Supply Chain*

Menurut (Lukman, 2021, 15) “*Upstream supply chain manajemen* mengurus hubungan antara perusahaan dengan vendor atau pihak lain dalam hal transfer barang. Jadi barang-barang yang diproduksi oleh perusahaan tidak langsung sampai ke tangan konsumen tapi disalurkan ke perusahaan penyalur lainnya”

2) *Downstream Supply Chain*

Downstream supply chain management adalah manajemen yang mengurus transfer barang dari perusahaan langsung ke konsumen. Jadi kalau *upstream supply chain* harus lewat supplier dulu, kalau *downstream* langsung bisa dibeli oleh konsumen. sedangkan menurut Binus (2020) “*Downstream (arah muara) supply chain* meliputi semua aktivitas yang melibatkan pengiriman produk kepada pelanggan akhir. Di dalam *downstream supply chain*, perhatian diarahkan pada distribusi, pergudangan, transportasi, dan *after-sale service*.”

3) *Internal Supply Chain*

Menurut (Lukman, 2021, 16) *Internal supply chain management* berkaitan dengan aktivitas pemasukan barang. Dalam hal ini yang kerap diperhatikan yaitu manajemen produksi, pabrikasi, dan juga kontrol ketersediaan bahan baku.

2. *Supply Chain Network*

Menurut (Lukman, 2021, 9) *Supply Chain Network (SCN)* merupakan kegiatan yang menyangkut padaperencanaan, pengadaan, produksi, pengiriman dan pengembalian.

“SCN atau Rantai pasokan terdiri dari berbagai pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam memenuhi permintaan konsumen. Di dalam suatu organisasi, misalnya dalam suatu pabrik manufaktur, rantai pasokan meliputi fungsi-fungsi yang menerima dan memenuhi permintaan konsumen. Fungsi tersebut meliputi pengembangan produk baru, pemasaran, operasi, distribusi, keuangan, dan layanan pelanggan” (Chopra dan Meindl, 2016 dalam Hastari, 2023, 3)

3. *Pengertian Inovasi*

Inovasi adalah sesuatu yang baru, yang dikenalkan dan dilakukan praktik atau proses baru (baik barang ataupun layanan) atau bisa juga sesuatu yang baru namun hasil adopsi dari organisasi lain. (Nurdin, 2016 dalam Nandy 2021)

4. Varian Rasa

Menurut KBBI varian adalah “bentuk yang berbeda atau menyimpang dari yang asli atau dari yang baku dan sebagainya atau bentuk yang dapat dipakai sebagai alternatif (Inovasi adalah sesuatu yang baru, yang dikenalkan dan dilakukan praktik atau proses baru (baik barang ataupun layanan) atau bisa juga sesuatu yang baru namun hasil adopsi dari organisasi lain. (Nurdin, 2016 dalam Nandy 2021)

5. Kue Sus

Kue sus (bahasa Belanda: soes) adalah kue berbentuk bundar dengan rongga berisi fla (vla), custard, atau daging. Kue sus dengan isi vla atau custard disajikan setelah didinginkan di lemari es, karena vla atau custard yang berbahan baku susu mudah menjadi basi. Kue sus dalam bahasa Prancis.

PEMBAHASAN

1. Perencanaan Kue Sus Choux

Perencanaan adalah “proses penyeimbangan antara permintaan dan pasokan untuk menentukan tindakan terbaik dalam memenuhi kebutuhan”. (Lukman, 2021, 10)

a. Gambaran Umum Kue Sus Choux

“Kue sus *choux*” merupakan panganan yang masuk dalam kelas kue basah. Banyak penggemar panganan manis yang memilih kue sus sebagai makanan favorit. “Kue sus *choux*” diambil sebagai merek karena mudah diingat dan diharapkan mampu menarik perhatian pelanggan. Hal ini merupakan salah satu cara promosi produk kami.

b. Benchmark

Table 1 Benchmark

Kriteria Penilaian	Kue Sus Coux	Baso Tahu Ujang	Cimol Mania	Sempol Ayam Cinta	Warung Jujur
Fitur	1. Kulit sus 2. Fla 3. Buah-Buahan	1. Koi rebus 2. Kentang rebus 3. Somay rebus 4. Saus kacang 5. Saus sambal	1. Cimol 2. Bumbu kering 3. Bumbu basah	1. Sempol 2. Bumbu basah	1. Air minum 2. Gorengan 3. Mie 4. Basreng kering 5. Cemilan
Keunggulan	1. Cita rasa yang enak 2. Kualitas bahan baku yang baik	1. Bumbu enak 2. Terasa ikannya 3. Pelayanan yang baik	1. Bumbu enak 2. Inovasi bumbu	1. Rasa sempol enak 2. Bumbunya enak 3. Pelayanan yang cepat	1. Harga terjangkau 2. Lokasi strategis
Kekurangan	1. Tidak tahan lama 2. Ketersediaan produk terbatas 3. Harga yang relative tinggi	1. Banyak yang menjual produk yang sama	1. Proses pelayan anan lama 2. Banyak yang menjual produk yang sama	1. Ukuran sempol kecil 2. Kurang telur 3. Tidak terasa ayamnya	1. Produk yang dijual berubah-ubah
Harga	5000	5000	5000	5000	4000-10.000

c. Desain Model Bisnis

1) Model Canvas

Table 2 Model Canvas

Key Partners	Key activities	Value propositions	Customer relationship	Customer segments
1. Supplier bahan baku 2. Supplier kemasan 3. Kemitraan	1. Stok bahan 2. Produksi 3. Promosi 4. Penjualan Key resources 1. Peralatan produksi 2. Karyawan 3. Bahan-Bahan 4. Lapak usaha	1. Inovasi produk 2. Menggunakan bahan pilihan	1. Aktif disosial media 2. Memberikan diskon 3. Handling Comp lain yang baik Channels 1. Supplirs bahan baku 2. Pembeli	1. Mahasiswa Digitech Univercity 2. Penikmatan kuliner
Cost Structure 1. Biaya Produksi 2. Biaya Kemasan 3. Biaya Pemasaran 4. SDM			Revenue Streams Penjualan "Kue sus choux"	

2) Slogan

“Renyah dan segarnya dalam setiap gigitan” Merupakan slogan pada bisnis kami yang dimana Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) slogan adalah perkataan atau kalimat pendek yang menarik, mencolok dan mudah untuk diingat.

3) Strategi Promosi

Kue sus *choux* yang merupakan panganan baru memerlukan promosi yang gencar untuk bisa dikenal oleh khalayak, apalagi peluncuran produk ini yang masih berskala rumahan. Oleh karena itu Little sandwich gencar melakukan promosi di media sosial serta dari mulut ke mulut. Kami juga mempromosikan diskon dengan sistem coret untuk menarik perhatian pelanggan.

2. Pengadaan Kue Sus Choux

Pengadaan bahan baku Kue Sus Choux masih sangat sederhana dan belum menandatangani kontrak kerjasama dengan supplier manapun. Bahan baku Kue Sus Choux dibeli secara langsung di toko serba ada yang beralamatkan di Cipatik, kecamatan Cihampelas, Kab Bandung Barat.

3. Produksi kue Susu Choux

a. Bahan Pembuatan Kue Sus Choux

1) Bahan Kulit

a) Terigu 260 gram

- b) Mentega 200 gram
- c) Telur ayam 3 butir
- d) Air/Air susu 500 ml
- e) Baking powder 1 sendok teh
- f) Garam sejung sendok

2) Bahan Fla

- a) Susu murni/UHT 1 liter
- b) Gula pasir 200 gram
- c) Vanili 3 bungkus
- d) Maizena 100 gram
- e) Kuning telur 2 butir (bila selera)
- f) Garam dapur 1 sendok teh
- g) Mentega/margarine 2 sendok makan

b. Cara Pembuatan

1) Cara Membuat Kulit Kue Sus Choux

- a) Rebus air mentega dan garam sampai mendidih dan larut
- b) Masukkan terigu aduk sampai merata masak dan keris angkat dan diinginkan
- c) Apabila sudah dingin masukkan telur dan baking powder kemudian dimixer sampai halus
- d) Cetak dan cetakan Sprite sesuai ukuran yang diinginkan
- e) Panggang atau bakar sampai masak dan kering
- f) Angkat dari pembakaran kemudian belah sedikit untuk memasukkan fla

2) Cara Pembuat Fla

- a) Campurkan air susu maizena gula vanili garam dan telur
- b) Aduk sampai merata kemudian panaskan sesuai masak
- c) Angkat dari api kompor kemudian masukkan campuran dengan buah yang sudah dipotong lalu masukan ke dalam kulit sus yang sudah dibelah sedikit
- d) Siap dikonsumsi atau dikemas ke dalam kantong plastik

c. Penetapan Harga

Menurut Effendi M Guntur (2010), harga adalah sejumlah uang tertentu akan dikenakan biaya untuk produk atau layanan atau nilai yang dipertukarkan pelanggan mendapat manfaat dari kepemilikan atau penggunaan produk untuk layanan. Harganya satu - elemen campuran pemasaran yang menghasilkan income atau pendapatan bagi sebuah bisnis dan fleksibel.

1) Bahan baku

Table 3 Bahan baku

No	Bahan Baku	Harga
1	Terigu ½ kg	4500
2	Mentega 400 gr	10000
3	Telur 4 butir	12000
4	Air 1000 ml	5000
5	Baking powder 2 sdt	5000
6	Garam sejumput	3000
7	Susu UHT 500 ml	17000
8	Gula pasir 200 gr	4000
9	Vaneli 3 bungkus	3000
10	Maizena 100 gr	8000
11	Kuning telur 2 butir	4000
11	Mangga 1 kg	10000
12	Anggur 1 pak	10000
	Jumlah	Rp109500

2) Kemasan

Table 4 Kemasan

No	Kemasan	Harga
1.	Plastik corong	8000
2.	Kantong kresek	5000
3.	Mika	17.000
	Jumlah	30.000

3) Biaya lainnya

Tabel 5 Biaya Lain – lain

No	Biaya Lain-Lain	Harga
1	Distribusi bahan	20000
2	Biaya operasional	10000
	Jumlah	30000

4) Perhitungan HPP

Table 6 Total Biaya

No	Biaya	Jumlah
1	Biaya Bahan Baku	109500
2	Biaya Kemasan	30000
3	Biaya Lain-Lain	30000
	Jumlah	169.500

a) Total Biaya

b) Rumus HPP

$$\text{HPP} = \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Jumlah unit yang dihasilkan}}$$

$$\text{HPP} = 169.500/50 : \text{Rp } 3.900$$

4. Pengiriman Kue Sus Choux

Pengiriman adalah “Pengaturan pengiriman pesanan pelanggan, jaringan pergudangandan distribusi, pemilihan distributor dan sistem ekspedisi.” (Lukman, 2021, 10)

Pengiriman Kue sus Choux dilakukan langsung oleh karyawan untuk menghemat biaya transportasi serta untuk menjaga kualitas barang agar sampai dengan sempurna pada konsumen.

5. Pengembalian Kue Sus Choux

Pengadaan adalah “mengidentifikasi kondisi produk dan menangani proses pengembalian barang dari konsumen karena kesalahan pengiriman dan cacat atau rusak” (Lukman, 2021, 10)

Kue sus Choux menerima pengembalian produk dengan beberapa kondisi, yaitu pesanan tidak sesuai, pesanan kadaluarsa saat diterima konsumen, cacat produk saat pengiriman.

KESIMPULAN

Kue Sus choux memang bukan lah makanan asli Indonesia. Akan tetapi, dengan adanya inovasi diharapkan dapat memenuhi selera lidah masyarakat luas dan dengan adanya analisa terkait jaringan produksi dan inovasi varian rasa pada kue sus choux ini diharapkan selain untuk memenuhi tugas pada Mata Kuliah Jaringan Bisnis tetapi juga dapat membuka peluang usaha baru bagi kami dan dapat menarik banyak minat perhatian masyarakat umum.

SARAN

Semoga kedepannya terdapat inovasi baru juga lebih berkembang lagi dan dapat menambah produksi menu lainnya untuk menambah minat masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ferira, R. (2023). *Analisis aplikasi titok sebagai platform membangun jaringan bisnis generasimilenial*.
- Guritno, A. D., & Harsasi, M. (n.d.). *Pengantar Manajemen Rantai Pasokan*. Universitas Terbuka.
- Hastari, I. R. (2023, September 6). *Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasok)*. Retrieved November 25, 2023, from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknltangerang1/baca-artikel/16407/Supply-Chain-Management-Manajemen-Rantai-Pasok.html>
- Kurniawan, S. (2023, November 5). *Bawa Semangat Pemerataan, CIMB Niaga Beri Kesempatan UMKM untuk Pamer Produk dan Perluas Jaringan Bisnis*. Radar Solo. Retrieved November 25, 2023, from <https://radarsolo.jawapos.com/ekonomi/843224899/bawa-semangat-pemerataan-cimb-niaga-beri-kesempatan-umkm-untuk-pamer-produk-dan-perluas-jaringan-bisnis>
- Lukman. (2021). *Suplly Chain Management*. CV Cahya Bintang Cemerlang.
- Nandy. (2021). *Pengertian Inovasi: Manfaat, Bentuk dan Contoh-contohnya*. Gramedia. Retrieved November 25, 2023, from <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-inovasi/>
- Pemkot Pekalongan ajak UMKM bangun jaringan bisnis dan berinovasi*. (2023, November 23). Antaranews.com. Retrieved November 25, 2023, from <https://www.antaranews.com/berita/3837705/pemkot-pekalongan-ajak-umkm-bangun-jaringan-bisnis-dan-berinovasi>
- Sadono, S. (2022). *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Raja Grafindo Persada.
- Upstream Supply Chain dan Downstream Supply Chain – School of Information Systems*. (2020, July 20). School of Information Systems. Retrieved November 25, 2023, from <https://sis.binus.ac.id/2020/07/20/upstream-supply-chain-dan-downstream-supply-chain>