

## Gambaran Deskriptif Usaha Modern J.CO Donuts Dengan Usaha Tradisional Donut Homemade Naurah Store Frozen Food

Nur Azizah May Astuti<sup>1</sup>, Kamila Rizka<sup>2</sup>, Eka Andriani<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Gizi

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Kesehatan

Universitas Singaperbangsa Karawang

Email : 1810631220016@student.unsika.ac.id<sup>1</sup>

### Abstrak

**Pendahuluan:** J.CO Donuts merupakan salah satu contoh waralaba lokal yang telah berhasil bertahan dalam persaingan bisnis restoran di Indonesia, khususnya pada sektor donat. Usaha rumahan adalah jenis bisnis apapun yang dimana lokasinya bertempat di rumah pemilik bisnis, contohnya seperti bisnis Naurah Store Frozen Food.

**Tujuan :** bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis letak perbedaan antara manajemen usaha modern di J.CO Donuts dengan usaha tradisional di Naurah Store Frozen Food.

**Metode:** Menggunakan analisa deskriptif.

**Hasil: Kesimpulan:** Menunjukkan bisnis usaha J.CO Donuts bergerak dalam bidang makanan di Indonesia khususnya pada sektor donat. J.CO Donuts memiliki topping dan isian bermacam-macam serta tampilannya yang menarik. Sedangkan usaha Naurah Store Frozen Food bergerak dalam usaha rumahan dalam bidang makanan produk yang ada pada usaha ini salah satunya adalah donat gula halus.

**Kata Kunci:** donat, homemade, j.co

### Abstract

**Introduction:** . J.CO Donuts is an example of a local franchise that has managed to survive the competitive restaurant business in Indonesia, particularly in the donut sector. A home business is any type of business that is located in the home of the business owner, for example, such as the Naurah Store Frozen Food business.

**Objective:** This study aims to describe and analyze the difference between modern business management at J.CO Donuts and traditional businesses at Naurah Store Frozen Food.

**Method:** The research method used is descriptive analysis

**Conclusion:** study indicate that J.CO Donuts' business is engaged in the food sector in Indonesia, especially in the donut sector. J.CO Donuts has various toppings and fillings as well as an attractive appearance. Meanwhile the Naurah Store Frozen Food business is engaged in a home business in the field of food products in  
**Keywords:** Donuts, Homemade, J.CO

### Pendahuluan

Donat (doughnuts atau donut) adalah pangan yang di goreng, dibuat dari adonan tepung terigu, gula, telur dan mentega. donat yang paling umum adalah donat bentuk cincin dengan lubang di tengah dan donat berbentuk bundar dengan isi yang rasanya manis, seperti berbagai jenis selai, jelly, krim dan custard (Marantina, 2015)<sup>1</sup>.

Donat merupakan salah satu makanan atau kue yang biasanya disukai oleh anak-anak. Namun sebenarnya jika cita rasa donat tersebut nikmat serta empuk pasti bukan hanya anak-anak yang menyukainya melainkan rema-

ja dan orang dewasa pun bisa menyukainya. cara membuat donat yang empuk dan nikmat tergolong mudah sekali. bahan-bahan yang diperlukan juga cukup mudah di temukan di pasar atau supermarket (Kusuma, 2013).

J.CO Donuts merupakan salah satu contoh waralaba lokal yang telah berhasil bertahan dalam persaingan bisnis restotan di Indonesia, khususnya pada sektor donat. J.CO Donuts merupakan grup perusahaan milik Johnny Andrian yang memiliki beberapa unit usaha lain seperi salon dan waralaba toko roti Bradtalk. J.CO Donuts mulai dikembangkan dari 2003 mulai dari mempelajari bisnis donat,

pengembangan dan eksplorasi resep, sampai dengan riset pasar dan sampling. J.CO resmi beroperasi pertama kali di Supermal Karawaci dan berhasil mengembangkan 232 gerai yang menjangkau wilayah di Indonesia, Malaysia, dan Singapura. Filipina, Arab Saudi, dan Tiongkok (Dwijayanto, 2017)<sup>2</sup>.

J.CO Donuts & Coffee adalah produk dalam negeri dengan menggunakan konsep dari luar negeri dan disempurnakan dengan modernisasi dan kualitas terbaik. Sesuai dengan namanya, J.CO Donuts & Coffee mempunyai produk makanan berupa donat yaitu camilan atau makanan selingan pengantar makan besar dan produk minuman berupa kopi serta teh yang panas maupun dingin. Produk unggul J.CO Donuts & Coffee adalah produk makanannya, yaitu donat.

J.CO Donuts & Coffee menerapkan konsep open kitchen, donat ini memungkinkan pelanggan untuk menyaksikan langsung proses pembuatannya, sehingga donat yang dikonsumsi terasa lebih fresh dan baru. Donat yang lezat akan membuat ketagihan setiap orang yang memakannya. Donat yang disajikan J.CO Donuts & Coffee benar-benar “fresh from the oven”, lembut, topping dan isian bermacam-macam serta tampilannya yang menarik (Defintasari, E.Z., 2015)<sup>3</sup>.

Donat J.CO Donuts & Coffee dihasilkan dan diolah dari bahan-bahan berkualitas dan bermutu tinggi karena langsung di Import dari luar negeri. Bahan-bahan dasar, lebih dari 50% di impor dari luar negeri. Seperti coklat yang di impor dari Belgia dan susu dari Selandia baru. Juga untuk minuman, bahan-bahannya kebanyakan di impor pula. Sebagian kopi bubuk di impor dari

Italia dan Costa Rica. Berdasarkan semua inilah, J.CO Donuts diposisikan sebagai produk bermutu premium di pasaran donat Indonesia. (Adriani, N., dkk, 2013)<sup>4</sup>.

Keunggulan dari segi produk yang dimiliki oleh J.CO Donuts adalah donat basah, karena masyarakat Indonesia sendiri lebih menyukai makanan ringan yang lembek dan berminyak.

Usaha rumahan adalah jenis bisnis apapun yang dimana lokasinya bertempat di rumah pemilik bisnis. Pemilik bisnis tidak perlu menyewa tempat lain untuk dijadikan lokasi bisnis.

Usaha rumahan yang dilakukan oleh Nyai Susanti sudah digeluti sejak Oktober 2020. Nyai Susanti sebelumnya berjualan pakaian muslim yang hampir berjalan 4 tahun. Berjualan pakaian muslim ditutup sementara karena masa pandemi ini untuk keselamatan dan kesehatan bersama. Usaha ini dinamakan Naurah Store Frozen Food. Usaha ini dibangun karena pemiliknya terinspirasi oleh adiknya yang sudah membangun usaha lebih dahulu sudah 4 tahun lamanya. Pemiliknya berjualan juga untuk menambah pemasukan untuk setiap harinya walaupun hanya sedikit tetapi suatu saat bila dikumpulkan bisa menjadi bukit. Produk yang ada pada usaha ini salah satunya adalah donat gula halus. Produk ini sudah banyak dikenal oleh masyarakat luas, harga dan rasa pun sudah diterima oleh masyarakat luas.

Tujuan menganalisa untuk mengetahui letak perbedaan antara manajemen usaha modern di J.CO Donuts dengan usaha tradisional di Naurah Store Frozen Food.

kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2017 :

## Metode

Desain dilakukan dengan cara analisis deskriptif. Analisa dilakukan di Bekasi, 15 Desember 2020.

## Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2011 : 80)<sup>5</sup> Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan

85)6. Populasi yang digunakan adalah berupa usaha makanan modern dan tradisional.

Sampel usaha makanan modern penulis menggunakan sampel usaha makanan modern “J.CO Donuts” dan untuk usaha makanan tradisional penulis menggunakan sampel usaha makanan tradisional di “Naurah Store Frozen Food”.

**Jenis dan Teknik Pengambilan Data**

Data yang dikumpulkan berupa informasi yang diperoleh dari hasil penelusuran informasi mengenai usaha modern J.CO Donuts dan usaha tradisional di Naurah Store Frozen Food melalui penelusuran website <https://www.jcodonuts.com/> untuk J.CO Donuts dan hasil observasi di Naurah Store Frozen Food di Taman Tridaya Indah 1 Jl. Flamboyan 6 No.B8/8, RT.03/RW.09, Tridaya Sakti, Kec. Tambun Selatan, Bekasi, Jawa Barat 17510.

Data yang diambil adalah sebagai berikut:

1. Deskripsi dan logo usaha
2. Lokasi usaha
3. Pesaing usaha
4. Kemasan produk
5. Penilaian konsumen
6. Harga

**Prosedur**

Prosedur dilakukan dengan melakukan pembuatan kerangka acuan data yang akan diperoleh kemudian dilakukan pengumpulan data secara online melalui website J.CO Donuts dan pengamatan observasi langsung di Naurah Store Frozen Food.

**Analisis Data**

Analisa data dilakukan dengan cara deskriptif terhadap beberapa variabel yang diamati. dan dikelompokan secara deskriptif. Kemudian data diolah dan dianalisa secara tabulasi dan grafik.



**Hasil dan Pembahasan**

Hasil dari penelusuran website <https://www.jcodonuts.com/> untuk J.CO

Donuts dan observasi Naurah Store Frozen Food maka diperoleh beberapa hasil sebagai berikut ini:

**Deskripsi dan Logo Usaha**

Tabel 1. Deskripsi dan logo usaha

Usaha	Logo	Makna
J.CO Donuts		J.CO Donuts memiliki desain yang mendekati logo Starbucks dan Dunkin Donuts. Dari batas melingkar logo yang sama dengan starbucks dari ukuran dan bentuk, simbol merak dalam logo yang secara tatanan hampir menyerupai putri duyung yang sedang memegang dua ekornya milik Starbuks, warna dominan oranye pada background logo yang menyerupai warna dominan Dunkin Donuts. Logo merak sendiri dipilih untuk melambangkan unsur keindahan, kelembutan, dan keabadian, dari rasa dan bentuk donat yang mereka jual, dan kesetiaan pelanggan yang rela mengantri di setiap gerai-gerai J.CO.
Naurah Store Frozen Food		Nama Naurah diberikan karena nama tersebut adalah nama dari anak bungsu si pemilik usaha. Alasannya karena nama “Naurah” memiliki arti yaitu “bunga”. Pemilik usaha berharap usahanya pasti akan selalu berkembang seperti bunga.

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa logo usaha J.CO Donuts memiliki makna logo merak sendiri dipilih untuk melambangkan unsur keindahan, kelembutan, dan keabadian, dari rasa dan bentuk donat yang mereka jual, dan kesetiaan pelanggan yang rela mengantri di setiap gerai-gerai J.CO. dan logo Naurah Store Frozen Food memiliki makna bunga dimana si pemilik usaha berharap usahanya itu pasti akan berkembang. Berdasarkan teori Nugraha, A. R., 20157 Logo merupakan sebuah identitas, baik berupa gambar maupun stilisasi huruf, yang memuat filosofi, visi dan aspirasi perusahaan. Melalui logo pula, sebuah perusahaan ataupun organisasi berusaha menggambarkan atau menunjukkan karakteristik, kepribadian maupun budaya perusahaannya. Umumnya logo akan menjadi senjata bisnis sangat efektif untuk meraih sasaran dan tujuan tertentu. Atau dengan kata lain melalui logo, perusahaan ingin dikenal oleh publik yang pada akhirnya mampu menciptakan citra positif atas jati dirinya.

### Lokasi Usaha

Lokasi usaha J.CO Donuts yang diamati beralamat di Jl. Bulever Ahmad Yani, RT.001/RW.011, Marga Mulya, Kec. Tambun Utara, Kota Bekasi, Jawa Barat 17143 dan Naurah Store Frozen Food beralamat di Taman Tridaya Indah 1 Jl. Flamboyan 6 No.B8/8, RT.03/RW.09, Tridaya Sakti, Kec. Tambun Selatan, Bekasi, Jawa Barat 17510. Lokasi usaha adalah pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha memiliki kekuatan untuk membuat atau menghancurkan strategi bisnis sebuah usaha. Disaat pemilik usaha memutuskan lokasi usahanya dan beroperasi di satu lokasi tertentu, banyak biaya akan menjadi tetap dan sulit untuk dikurangi. Pemilihan lokasi usaha mempertimbangkan antara strategi pemasaran jasa dan preferensi pemilik (Fitriyani, S., dkk, 2019)<sup>8</sup>. Lokasi J.CO Donuts yang dijadikan sampel sangat strategis karena menurut Fu'ad, N.E., 20159, lokasi yang strategis merupakan faktor yang menduduki prioritas utama jika dibandingkan dengan faktor – faktor lain. Hal tersebut

berimplikasi terhadap kesediaan para pengusaha untuk membayar biaya yang lebih tinggi demi mendapatkan lokasi usaha yang strategis dengan harapan memperoleh pendapatan yang lebih besar.

### Peluang Usaha

Pesaing dalam usaha yaitu menerapkan strategi bersaing dengan para competitor untuk merebut pasar perusahaan melakukan berbagai strategi pemasaran yang bertugas mencapai target pemasaran dan penjualan perusahaan. Perusahaan memiliki pesaing utama yang juga agresif melakukan penetrasi pasar. Strategi bersaing perusahaan dalam merebut pasar antara lain melakukan positioning dan rebranding merek perusahaan agar terus menjadi market leader (Pito, C.V., dkk, 2016)<sup>10</sup>. Jenis pesaing dalam usaha ada 4 menurut Kotler (1997 : 203-204)<sup>11</sup> yaitu, (1) persaingan merek, terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah perusahaan lain yang menawarkan produk dan jasa yang serupa pada pelanggan yang sama dengan harga yang sama. (2) persaingan industri, terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang membuat produk atau kelas produk yang sama. (3) persaingan bentuk, terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang memproduksi produk yang memberikan jasa yang sama. (4) persaingan genetik, terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan dolar konsumen yang sama. Pesaing dari usaha J.CO Donuts dan donut homemade dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Pesaing

Usaha	Pesaing	Lokasi
J.CO Donuts	Dunkin Donuts	La Terazza Sumarecon Kota Bekasi, Marga Mulya, Bekasi Utara, RT.002/RW.003, Marga Mulya, Kec. Bekasi Utara, Kota

		Bekasi, Jawa Barat 17143
Naurah Store Frozen Food	Famira Food Mart	Pondok Melati, Kota Bekasi, 17414



Gambar 1. Kemasan JCO Donuts.

### Kemasan Produk

Kemasan berfungsi untuk melindungi produk yang bersangkutan terhadap kerusakan – kerusakan dari saat produk tersebut di produksi sampai produk tersebut di konsumsi, memudahkan pengerjaan dan penyimpanan produk – produk tersebut oleh produsen, perantara maupun konsumen, menarik konsumen bila mereka berbelanja di supermarket (Susetyarsi Th, 2012)<sup>12</sup>. Kemasan yang baik memerlukan banyak pertimbangan, karena sebagian besar digunakan untuk produk makanan yaitu kemasan harus menyediakan sifat – sifat perlindungan yang optimal untuk melindungi produk dari penyebab kerusakan dari luar seperti cahaya, oksigen, kelembaban, mikroba atau serangga dan juga untuk mempertahankan mutu nilai gizi serta memperpanjang umur simpan, pengemasan harus di desain dengan bentuk dan ukuran yang cocok, dan desain grafisnya harus mampu menarik pembeli, di sisi lain, perkembangan teknologi sangatlah pesat kemasan tidak hanya di tuntut untuk memenuhi fungsi – fungsi dasar sebagai wadah, perlindungan dalam pengawetan, media komunikasi, serta kemudahan dalam penggunaannya, tetapi saat ini suatu kemasan juga dituntut untuk ramah lingkungan dan turut aktif dalam memberikan perlindungan produk (*active packaging*) serta cerdas dalam memberikan informasi produk yang dikemasnya (*intelligent packaging*) (Sucipto, I.N., 2017)<sup>13</sup>. Kemasan dari hasil penelusuran penulis untuk usaha makanan modern J.CO Donuts adalah seperti gambar berikut:

Desain kemasan J.CO Donuts yang unik berfungsi untuk melindungi produk agar bentuk donat dan topping tidak rusak. Kemasan terbagi menjadi beberapa macam diantaranya, kemasan satu lusin dengan ukuran 3x4 donat yang ditempatkan secara normal. Kemasan setengah lusin, dengan ukuran 2x3 donat posisi normal (horizontal). Selain itu, ada kemasan *paper bag* untuk pembelian donat dibawah setengah lusin. Kemasan J.CO Donuts mempunyai telinga dibagian atas yang membuat kemasan lebih praktis dibawa kemana-mana dan lebih praktis jika dibandingkan kemasan produk lain. Sedangkan untuk usaha makanan tradisional di Naurah Store Frozen Food menggunakan kemasan plastik sekali pakai yang aman dan tidak mudah robek. Gambar kemasan usaha makanan tradisional donut homemade di Naurah Store Frozen Food adalah sebagai berikut:



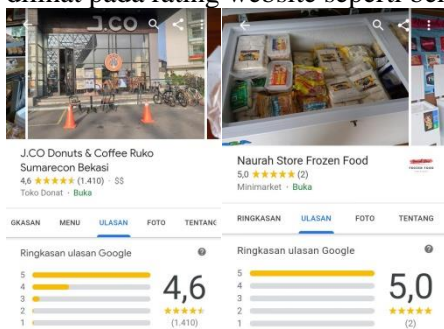
Gambar 2. Kemasan Donat Homemade di Naurah Store Frozen Food

### Penilaian Konsumen

Zeithaml dan Bitner (1996)<sup>14</sup> mendefinisikan persepsi penilaian sebagai penilaian konsumen secara keseluruhan

terhadap kegunaan suatu produk atau jasa berdasarkan persepsi atas apa yang telah di dapat. Menurut Sweeny, dkk dalam Tjiptono (2011), persepsi nilai pelanggan terdiri dari tiga dimensi, yaitu (1) *emotional value*, (2) *social value*, dan (3) *quality/performance value*.

Penilaian konsumen J.CO Donuts yang beralamat di Jl. Bulever Ahmad Yani, RT.001/RW.011, Marga Mulya, Kec. Tambun Utara, Kota Bekasi, Jawa Barat 17143 dan Naurah store frozen food yang beralamat di Taman Tridaya Indah 1 Jl. Flamboyan 6 No.B8/8, RT.03/RW.09, Tridaya Sakti, Kec. Tambun Selatan, Bekasi, Jawa Barat 17510 dapat dilihat pada rating website seperti berikut ini:



Gambar 3. Penilaian Konsumen

Penilaian konsumen terhadap usaha makanan modern J.CO Donuts yang beralamat di Jl. Bulever Ahmad Yani, RT.001/RW.011, Marga Mulya, Kec. Tambun Utara, Kota Bekasi, Jawa Barat 17143 mendapatkan penilaian bintang 4,6 sedangkan donut homemade di Naurah Store Frozen Food mendapatkan rating penilaian 5 dari konsumen. Hal ini menunjukkan jika donut homemade di Naurah Store Frozen Food memiliki nilai rating lebih tinggi dibandingkan J.CO Donuts.

**Harga**

Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan keputusan pembelian terhadap suatu produk atau jasa. Apabila produk atau jasa yang akan dibeli tersebut merupakan kebutuhan sehari – hari seperti makanan, minuman dan kebutuhan pokok lainnya, konsumen akan sangat

memperhatikan harganya. Pengusaha perlu memperhatikan hal ini, karena dalam persaingan usaha, harga yang ditawarkan oleh pesaing bisa lebih rendah dengan kualitas yang sama atau bahkan dengan kualitas yang lebih baik. Sehingga dalam penentuan harga produk atau jasa yang akan dijual, baik perusahaan besar maupun usaha kecil sekalipun harus memperhatikan konsumen dan para pesaingnya (Winarso, W., dkk. 2018)<sup>15</sup>.

Harga dari usaha J.CO Donuts dan donut homemade di Naurah Store Frozen Food dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Harga

Usaha	Produk	Harga
J.CO Donuts (delivery)	Donuts ½ lusin	Rp 48.000
	Donust 1 lusin	Rp 86.000
	Donuts 2 lusin	Rp 135.000
	J.Pops 2 lusin	Rp 49.000
Naurah Store Frozen Food	Jumbo isi 10 plus gula halus	Rp 11.500/bks
	Mini isi 10 plus gula halus	Rp 8.500/bks
	Mini isi coklat 12 pcs plus gula halus	Rp 8.500/bks

**Dampak konsumsi donat manis dalam segi kesehatan**

Menurut Darwin (2013)<sup>17</sup> menyebutkan gula adalah karbohidrat sederhana memiliki sifat larut dalam air dan mudah diserap oleh tubuh sebagai bahan bakar energi. Secara umum gula sederhana dibagi menjadi dua, yaitu monosakarida (glukosa, fruktosa, & galaktosa). Gula pasir termasuk ke dalam golongan disakarida yaitu sukrosa (glukosa dan fruktosa). Kandungan gula juga terdapat pada makanan yang mengandung karbohidrat sederhana seperti tepung dan roti.

Kebiasaan makan yang tidak baik seperti kelebihan makan makanan jajanan yang tinggi lemak, tinggi gula, dan tinggi kalori serta kurangnya aktivitas fisik dapat menyebabkan overweight atau obesitas (Wansink, et al., 2013)<sup>18</sup>. Frekuensi kon-

sumsi cemilan yang tinggi seringkali didukung oleh penggunaan gadget di waktu senggang. Remaja yang suka menonton televisi ataupun menggunakan alat elektronik lain memiliki kecenderungan mengonsumsi cemilan yang lebih tinggi dengan kandungan tinggi lemak dan gula. Kebiasaan ini seringkali dijumpai terutama oleh pada remaja putri. Semakin tinggi frekuensi konsumsi camilan maka asupan lemak juga akan meningkat (Keast et al., 2010)<sup>19</sup>. Data RISKESDAS (2013) menunjukkan bahwa prevalensi penduduk usia  $\geq 10$  tahun mengonsumsi makanan dan minuman berpemanis (53,1%) serta makanan berlemak (40,7%)<sup>20</sup>.

Pola makan yang berlebih dapat menjadi faktor terjadinya obesitas. Obesitas terjadi jika seseorang mengonsumsi kalori melebihi jumlah kalori yang dibakar. Pada hakikatnya, tubuh memerlukan asupan kalori untuk kelangsungan hidup dan aktiitas fisik, namun untuk menjaga berat badan perlu adanya keseimbangan antara energi yang masuk dengan energi yang keluar. Keseimbangan energi yang terjadi dapat mengarah pada kelebihan berat badan dan obesitas (Evan et al., 2017)<sup>21</sup>.

Obesitas adalah suatu kondisi dimana terjadi akumulasi lemak yang berlebih atau abnormal yang dapat menimbulkan efek buruk bagi kesehatan. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada tahun 2014 mencatat bahwa 1,9 miliar orang dewasa mengalami kelebihan berat badan dengan prevalensi 39% mengalami overweight dan 13% mengalami obesitas, serta 41 juta anak balita mengalami overweight dan obesitas. Obesitas paling banyak terjadi pada wanita dengan prevalensi 15% dan laki-laki 11%<sup>22</sup>.

## Kesimpulan

Penelitian ini telah membuktikan berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- Berdasarkan hasil analisa deskripsi J.CO Donuts merupakan usaha bisnis yang bergerak dalam bidang makanan di Indonesia khususnya pada sektor donat. J.CO Donuts memiliki topping dan isian bermacam-macam serta tampilannya yang menarik. sedangkan untuk usaha dari Naurah Store Frozen Food ini gerak dalam usaha rumahan dalam bidang makanan produk yang ada pada usaha ini salah satunya adalah donat gula halus. Logo usaha dari J.CO Donuts memiliki simbol merak yang melambangkan unsur keindahan, kelembutan, dan keabadian, dari rasa dan bentuk donat yang mereka jual, dan kesetiaan pelanggan yang rela mengantri di setiap gerai-gerai J.CO Donuts sedangkan untuk logo/nama dari Naurah Store Frozen Food sendiri di dapat diambil dari anak bungsu si pemilik usaha. Alasannya karena nama "Naurah" memiliki arti yaitu "bunga". Pemilik usaha berharap usahanya pasti akan selalu berkembang seperti bunga.
- Lokasi usaha J.CO Donuts sangat strategis karena lokasi usaha tersebut terletak pada daerah yang cukup dibidang tinggi biaya sewanya. Para pembeli bisa memesan lewat online dan bisa datang langsung ke tempat . Sedangkan untuk Naurah Store Frozen Food lokasinya kurang strategis karena berada di dalam gang, tetapi untuk penjualannya terbilang laris karena Naurah memasarkan produknya lewat online.
- Pesaing usaha yaitu menerapkan strategi bersaing dengan para competitor untuk merebut pasar perusahaan melakukan berbagai strategi pemasaran yang bertugas mencapai target pemasaran dan penjualan perusahaan.

Untuk pesaing dari J.CO Donuts adalah Dunkin Donut, sedangkan pesaing dari Naurah Store Frozen Food adalah Famira Food Mart.

- Kemasan produk pada J.CO Donuts memiliki desain yang unik, berfungsi untuk melindungi produk agar bentuk donat dan topping tidak rusak. Kemasan J.CO Donuts mempunyai telinga dibagian atas yang membuat kemasan lebih praktis dibawa kemana-mana dan lebih praktis jika dibandingkan kemasan produk lain (Irawan, 2008). Sedangkan untuk kemasan produk Naurah Store Frozen Food menggunakan kemasan plastik sekali pakai yang aman dan tidak mudah robek.
- Penilaian konsumen terhadap usaha J.CO Donuts mendapatkan penilaian bintang 4,6 sedangkan untuk penilaian konsumen terhadap usaha Naurah Store Frozen Food mendapatkan penilaian bintang 5 dari konsumen.

#### Daftar Pustaka

1. Siahaan, R.F. & Siti, W. 2017. Usaha Donat Bakar di Deli Serdang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 23 (2): 2502-7220
2. Juddi, M.F., & Setianti, Y. 2019. *Book Chapter Communication & Information Beyond Boundaries*. Aksel Media Akselerasi. Bandung.
3. Defintasari, E.Z., & Hendrawan, D. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen J-Co Donuts & Coffee Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2): 2
4. Adriani, N., dkk. 2013. Analisis Strategi Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada J.Co Donuts & Coffee Cabang Cambridge City Square Medan.
5. Pradana, M. & Reventiary, A. 2016. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi di Merek Dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 6(1): 4
6. Candra, V.A. & Kusmaningtyas, A. 2020. Pengaruh Kepuasan Kerja Karyawan Terhadap Turnover Intention PT.Prodia Widyahusada Tbk, Wilayah VI Divisi Pelayanan. *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEM17)*, 5(1): 77
7. Nugraha, A.R. 2015. Pengaruh Logo Desain Logo Baru BUMD Yang Berbasis Kearifan Lokal Terhadap Citra Perusahaan. *Jurnal Makna*, 5(1): 2
8. Fitriyani, S., dkk. 2019. Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro dan Kecil. *Management Insight*, 13(1): 49
9. Fu'ad, N.E. 2015. Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil Di Kompleks Shopping Centre Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 30 (1): 58
10. Pito, C.V. dkk. 2016. Analisa Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus Pada PT. Astragrahia, TBK Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. 16 (3): 311
11. Utomo, T.J. 2010. Lingkungan Bisnis dan Persaingan Bisnis Ritel. *Fokus Ekonomi*, 5 (1): 77
12. Susetyarsi Th. 2012. Kemasan Produk Ditinjau dari bahan Kemasan, Bentuk Kemasan dan pelabelan Pada kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 4 (3): 22
13. Sucipto, I.N. 2017. *Pengemasan Pangan Kajian Pengemasan Yang Aman, Nyaman, Efektik dan Efisien (garis miring)*. Denpasar : Udayana University Press.
14. Firdaus. 2020. Pengaruh persepsi dan kepuasan konsumen terhadap Minat Pembelian ulang Produk Private label Indomaret (Studi pada Konsumen Indomaret di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi). *Jurnal manajemen Terapan dan Keuangan (Menkeu)*, 9 (1) : 5
15. Winarso, W., dkk. 2018. Analisis Strategi Penetapan Harga Produk Usaha Kecil dan Menengah Terhadap Volume Penjualan. *Journal for Business and Entrepreneur*, 2(1): 2
16. J.CO Donuts & Coffee, 2020. Diakses 15 Desember 2020. (<https://www.jcodonuts.com/>)
17. Adwinda, M.D. & Mia, S. 2019. Hubungan Lingkar Perut, Konsumsi Gula dan Lemak dengan Kadar Glukosa Darah Pegawai Direktorat Poltekkes Kemenkes Jakarta II. *Nutrire Diaita*, 11(1): 9 – 10
18. Nisak, A.J. 2017. Pola Konsumsi Makanan Jajanan di Sekolah dapat meningkatkan resiko Overweight pada Anak. *Jurnal Berkala Epidemiologi*, 5(3): 312



- 
19. Irdianty, M.S, Toto, S., & Mohammad, H. 2015. AKtivitas Fisik dan Konsumsi Camilan pada Remaja Obesitas di Pedesaan dan Perkotaan Kabupaten Bantul. *Berita Kedokteran Masyarakat*, 32(7) : 220
  20. Swamilaksita, P.D. 2017. Keragaman Konsumsi Pangan dan Densitas Gizi pada Remaja Obesitas dan Non Obesitas. *Nutrire Diaita*, 9(2) : 45
  21. Evan, Joko W, & Erlisa C. 2017. Hubungan antara pola makan dengan kejadian obesitas pada mahasiswa di universitas tribhuwana tunggadewi Malang. *Nursing News*, 2(3) : 710
  22. Kandinasti, S. & Farapti. 2018. Obesitas: Pentingkah Memperhatikan Konsumsi Makanan di Akhir Pekan?. *Literature Review*: 307 - 316