**RENCANA BISNIS KRIPIK SINGKONG “SWASTY"**

**Supangat, M.Kom., ITIL.,COBIT**

**E-BISNIS (R)**



**Oleh :**

**Egjis sowa Buana**

**(1211800007)**

**Program studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas 17 Agustus 1945 Sidoarjo**

**Tahun 2021**

# KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkatnya saya dapat menyelesaikan tugas *business plan* yang diberikan oleh bapak Supangat,M.kom,ITIL.COBIT. sebagai dosen pengampu mata kuliah E-Bisnis. *Business Plan* merupakan salah satu faktor pengukur bagi mahasiswa dalam memenuhi mata kuliah Kewirausahaan, dimana dari rencana bisnis yang dibuat bisa menjadi jembatan bagi seseorang untuk memulai suatu usaha.

Saya menyadari bahwa makalah ini masih jauh dari sempurna, baik dari teknik penulisan maupun materi mengingat kemampuan yang kami miliki. oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu saya harapkan demi kesempurnaan makalah ini.

Sebelumnya, saya mohon maaf jika terdapat kata-kata yang kurang berkenan. Semoga dengan penyusunan makalah ini memberikan manfaat bagi pembaca sehingga dapat menambah pengetahuan dan pemahaman diri. Akhir kata, saya sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan makalah ini. Semoga Allah SWT senantiasa meridhai segala usaha kita. Aamiin.

Sidoarjo, 21 Desember 2021

Penulis

# DAFTAR ISI

[KATA PENGANTAR 2](#_TOC_250031)

[DAFTAR ISI 3](#_TOC_250030)

RINGKASAN EKSEKUTIF (Executive Summary) 5

[BAB I PENDAHULUAN](#_TOC_250029)

* 1. Latar Belakang 6
  2. Visi dan Misi 7
  3. Tujuan dan Manfaat 8
  4. Data Perusahaan 8
  5. Data Pemilik 8
  6. Konsep Usaha 8

BAB II ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

* 1. [Aspek Pasar 10](#_TOC_250028)
     1. [Gambaran Umum Pasar dan Sasaran 10](#_TOC_250027)
     2. [Jenis Produk yang Dipasarkan 10](#_TOC_250026)
     3. [Target Pasar 10](#_TOC_250025)
     4. [Pesaing 10](#_TOC_250024)
     5. [Sasaran Pembeli 11](#_TOC_250023)
     6. Diferensiasi 11
     7. STP 11
  2. [Aspek Pemasaran 12](#_TOC_250022)
     1. [Promosi 12](#_TOC_250021)
     2. [Pengembangan Pasar 13](#_TOC_250020)
     3. [Pengembangan Produk 13](#_TOC_250019)
     4. [Langkah-langkah Promosi 13](#_TOC_250018)
  3. [Analisis SWOT… 13](#_TOC_250017)
  4. [Analisa 4P 15](#_TOC_250016)
  5. [Distribusi 16](#_TOC_250015)

[BAB III ASPEK PRODUKSI](#_TOC_250014)

* 1. [Deskripsi Produk 17](#_TOC_250013)
  2. [Jenis Produk 17](#_TOC_250012)
  3. [Kualitas Produk 18](#_TOC_250011)
  4. [Komposisi Produk 18](#_TOC_250010)
  5. Proses Pembuatan Produk 18
  6. [Pengemasan Produk 19](#_TOC_250009)

[BAB IV ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN](#_TOC_250008)

* 1. [Resiko/Hambatan 20](#_TOC_250007)
  2. [Tindakan Alternatif 24](#_TOC_250006)

BAB V ASPEK KEUANGAN

* 1. [Kebutuhan Modal Awal Untuk Memulai Usaha 26](#_TOC_250004)
  2. [Proyeksi Rugi/Laba 26](#_TOC_250003)
  3. Proyeksi BEP 26

[BAB VI PENUTUP](#_TOC_250002)

* 1. [Kesimpulan 28](#_TOC_250001)
  2. [Saran 28](#_TOC_250000)

**Abstrak**

Artikel ini bertujuan untuk memberikan gambaran bisnis singkat yang dapat dilakukan oleh siapa saja yang ingin terjun ke dunia bisnis, dan secara khusus untuk memperluas pengalaman wirausaha dalam menjalankan bisnis. Selain itu, artikel ini bertujuan untuk menciptakan bisnis yang baik dengan kualitas terbaik, yaitu bisnis Kripik singkong. Penawaran komersial ini menggunakan berbagai analisis termasuk: Analisis SWOT, Analisis Pasar dan Pemasaran, Strategi Bisnis, Analisis Operasi, Analisis Keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal awal adalah Rp. 3.727.000 akan menghasilkan laba bersih Rp. 2.175.000 per bulan. Dan menurut perhitungan kelayakan dengan metode payback period, bisnis ini akan untung hanya dalam waktu dua bulan.

## Abstrak

*This article aims to provide a brief business overview that can be done by anyone who wants to enter the business world, and specifically to expand the experience of entrepreneurs in running a business. In addition, this article aims to create a good business with the best quality, namely the cassava Kripik business. This commercial offering uses a variety of analyzes including: SWOT Analysis, Market and Marketing Analysis, Business Strategy, Operations Analysis, Financial Analysis. The results showed that the initial capital was Rp. 3,727,000 will generate a net profit of Rp. 2,175,000 per month. And according to the feasibility calculation with the payback period method, this business will profit in just two months.*

* 1. Latar Belakang

# BAB I PENDAHULUAN

Dengan dukungan keluarga yang memotivasi anak untuk berwirausaha, ia menjadi salah satu sponsor utama yang dianggap sebagai modal awal seorang anak untuk berwirausaha. Selain itu, mengingat situasi perekonomian Indonesia saat ini, masih banyak pengangguran karena kurangnya lapangan pekerjaan. Jumlah lapangan kerja tidak sebanding dengan pertambahan penduduk dari hari ke hari. Oleh karena itu, agar angka pengangguran di Indonesia berangsur-angsur berkurang, maka benih-benih wirausahawan yang dapat menciptakan lapangan kerja bagi orang lain sangat dibutuhkan.

Peluang untuk memulai usaha atau memulai usaha di bidang kuliner sangat terbuka karena setiap orang pasti membutuhkan makanan. Pengusaha perlu cerdas dan kreatif untuk memulai bisnis di bisnis makanan. Sebab, di zaman sekarang ini, semakin kreatif para pelaku bisnis, semakin menarik perhatian konsumen untuk mencoba. Keripik singkong merupakan salah satu makanan pengantar masyarakat Indonesia. Siapa yang tidak tahu camilan kripik singkong yang gurih dan renyah.

Oleh karena itu, dengan adanya peluang yang menjanjikan ini maka saya berencana untuk merancang usaha kuliner “Kripik singkong swasty” yang tentunya saya melakukan diferensiasi dalam bidang usaha ini agar para konsumen lebih tertarik untuk membeli

* 1. Visi dan Misi Visi

“Menciptakan produk makanan yang sederhana nan berkualitas serta banyak diminati atau disukai masyarakat dengan mengedepankan varian rasa yang unik dan menarik.”

Misi

* + - Terus melakukan inovasi – inovasi agar selalu menarik minat beli masyarakat.
    - Menjaga kualitas produk agar menjadi produk yang berkualitas.
    - Selalu membuat kesan yang baik kepada setiap pelanggan.
    - Menyediakan layanan bagi konsumen yang ingin memberikan saran.
  1. Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dan manfaat untuk menyusun proposal bisnis ini adalah sebagai berikut:

1. Menjadikan mahasiswa lebih kreatif dan inovatif tentang berwirausaha.
2. Melatih mahasiswa agar dapat berwirausaha dengan baik.
3. Untuk memenuhi tugas mata kuliah Kewirausahaan.
4. Untuk menambah pengalaman dan pengetahuan tentang berwirausaha.
5. Dapat belajar sendiri dan mangisi waktu luang dengan kegiatan yang bermanfaat dan berorientasi pada masa depan.
6. Untuk selalu berpikir aktif, kreatif dan inovatif serta mengasah kemampuan mahasiswa dalam berbisnis sehingga memunculkan banyak ide-ide baru yang dapat menjadi peluang usaha yang menguntungkan.
7. Untuk membantu berfikir kritis dan objektif atas bidang usaha yang dijalankan
   1. Data Perusahaan

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Nama Perusahaan | Keripik Singkong “swasty” |
| 2 | Bidang Usaha | Kuliner |
| 3 | Jenis Produk | Keripik singkong |
| 4 | Alamat Perusahaan | Jln Ahmad yani Sidoarjo No 55 |
| 5 | Nomor Telepon | 021-76409238 |
| 6 | Alamat Email | [Swasty22@gmail.com](mailto:%20Swasty22@gmail.com) |

* 1. Data Pemilik

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Nama | Egjis Sowa Buana |
| 2 | Jenis Kelamin | Laki-Laki |
| 3 | Tempat, Tanggal Lahir | Sidoarjo, 09 Juli 1996 |
| 4 | Alamat | Jl.Mangga 1 No 8 RT 05 RW 02 Seruni, Gedangan Sidoarjo |
| 5 | Telepon/HP | 08976409239 |
| 6 | E-mail | [egjissowa012@gmail.com](mailto:egjissowa012@gmail.com) |
| 7 | Peran Dalam Perusahaan | Owner |

* 1. Konsep Usaha

Keripik singkong “Swasty” yang merupakan suatu produk keripik singkong yang unik dari kebanyakan makanan lainya, karena memiliki rasa yang enak serta varian rasa yang banyak, yaitu balado, pedas, bbq, dan varian rasa lainnya. Rasa keripik Singkong ini bisa berasal dari bubuk rasa yang sehat, varian rasa dari keripik Singkong ini akan menarik para konsumen untuk menyicipi rasa keripik Singkong ini.

Outlet “SWASTY” keripik singkong ini juga terdapat di lokasi yang strategis yang dapat dijangkau oleh kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Suasana yang diciptakan outlet keripik Singkong ini pun bersih dan nyaman, sehingga para konsumen dapat menyantap langsung produk Keripik singkong “swasty” di outlet dan juga dapat langsung dibawa pulang. Selain keripik singkong dengan rasa yang menarik harga keripik singkong pun terjangkau dan dapat disantap dari usia anak – anak hingga dewasa. keripik singkong bisa memudahkan pelanggan untuk memesan makanan, tidak perlu datang atau mengantre di outlet, para pelanggan dapat memesan keripik singkong ini dengan order ke “Kripik singkong swasty” keripik Singkong. Selain itu, pelangi keripik singkong juga menyediakan jasa *cash on delivery* dan gratis antar bila pelanggan berada di kawasan daerah Gedangan.

**BAB II**

**ASPEK PASAR DAN PEMASARAN**

# Aspek Pasar

# Gambaran Umum Pasar dan Sasaran

Usaha penjualan Keripik singkong swasty ini merupakan usaha kecil yang dijalankan dari awal dengan membuka satu outlet yang berlokasi di rumah pemilik. Jika usaha ini berhasil atau sukses dan dapat mencapai tujuan yang diharapkan, maka pemilik akan memperbesar usaha ini dengan membuka cabang-cabang.

# 2.1.2 Jenis Produk yang Dipasarkan

Produk yang saya pasarkan merupakan keripik singkong dengan berbagai varian rasa yang menarik dan juga higenis.

# Target Pasar

Produk keripik Singkong bisa dinikmati oleh berbagai kalangan mulai dari anak sekolah, mahasiswa, pegawai kantoran, ibu rumah tangga, sampai dengan lansia sekalipun dapat menikmati produk ini karena menggunakan bahan-bahan yang alami dan berkualitas.

# Pesaing

Untuk saat ini kami mempunyai beberapa pesaing. Seperti pedagang cemilan keliling dan keripik Singkong yang dititipkan di beberapa warung. Walaupun keripik Singkong sudah sedikit demi sedikit menghilang saat ini. Namun, pengaruh pesaing terhadap penjualan keripik Singkong sedikit berpengaruh karena para pesaing sudah terlebih dahulu berjualan keripik Singkong dan juga tempat berjualannya yang cukup strategis sehingga banyak orang yang melakukan aktivitas disekitar ditempat tersebut dan sering membeli keripik Singkong di sana.

# Sasaran Pembeli

Sasaran dari keripik Singkong *swasty* ini adalah para penikmat cemilan ringan, dari semua kalangan mulai dari anak sekolah, pegawai kantoran, mahasiswa, ibu rumah tangga, dan lain-lain. Terutama yang sangat tertarik dengan keripik Singkong dengan aneka rasa.

# Differensiasi

Strategi diferensiasi yang dilakukan keripik singkong adalah diferensiasi produk yang mencakup pada tampilan yang menarik yaitu terdapat berbagai varian rasa dan kandungan gizi yang dihasilkan dari Singkong tersebut.

* + 1. **Strategi STP *(Segmentation ,Targeting ,Positioning)***

## Segmentation

* + - * 1. Demografis

Segmentasi ini dilakukan dengan membagi pasar ke dalam kelompok- kelompok berdasarkan variabel demografis seperti: Usia, jenis kelamin, besarnya keluarga, pendapatan, ras, pendidikan, pekerjaan.

Umur

Produk keripik Singkong ini dapat dikonsumsi oleh kaum anak-anak hingga dewasa.

Jenis Kelamin

Produk keripik Singkong dapat dikonsumsi oleh semua jenis kelamin.

Pendapatan

Produk Keripik Singkong *swasty* ini dapat dibeli dengan pendapatan konsumen, dimana pendapatan konsumen golongan menengah keatas dan golongan menengah kebawah. Karena Produk keripik Singkong memiliki harga yang terjangkau untuk golongan menengah keatas dan golongan menengah kebawah.

Segmentasi Demografik Multivariasi

Produk Keripik Singkong ini diarahkan pada segmentasi umur, jenis kelamin dan pendapatan sehingga produk dapat secara maksimal diterima oleh konsumen dan memberikan suatu kepuasan konsumen .

# Targeting

Setelah memetakan pasar, tahap targeting adalah membidik kelompok konsumen mana yang akan kita sasar atau strategi target market. Setiap perusahaan pasti mempunyai target penjualan produksinya, dalam hal ini target pemasaran keripik Singkong adalah anak – anak, remaja hingga dewasa. Hal ini disebabkan karena produk keripik Singkong swasty memiliki varian rasa yang menarik bagi anak – anak dan remaja dan juga rasa yang lezat dan bergizi juga akan menjadi hal yang menarik bagi konsumen dewasa. Terlebih untuk para remaja atau dewasa yang memiliki hobby mencari makanan-makanan yang unik, namun tidak menghilangkan ciri khas negara Indonesia.

# Positioning

Pada posisi pasar keripik Singkong merupakan makanan yang aman dan halal tanpa adanya bahan kimia berbahaya. Kami juga berinovasi pada rasa yang mempunyai berbagai varian rasa yang lezat dan memiliki kandungan yang bergizi dan mampu memberikan kesan enak, dan lezat agar konsumen lebih tertarik dan juga diimbangi oleh bahan dasar yang memberikan gizi baik.

# Aspek Pemasaran

# Promosi

Promosi yang akan kami lakukan dengan menyebarkan brosur tempat- tempat ramai dan menyebarkannya di sosial media seperti Blogger, Facebook, Twitter, BBM, dan lain-lain. Pada bulan-bulan pertama kami juga akan memberikan diskon maupun potongan harga kepada para konsumen, agar para konsumen tertarik terhadap produk kami dan dapat berkunjung kembali.

# Pengembangan Pasar

Setelah berhasil pada usaha pertama ini. Kami akan mencoba untuk membuka cabang “Keripik Singkong swasty” baik didalam kota maupun luar kota agar nantinya para konsumen bisa lebih mengenal keunikan dan citarasa dari makanan ini.

# Pengembangan Produk

Pengembangan produk kedepan untuk produk keripik Singkong ini hanya dikembangkan dengan cara penyajian ataupun cara pendistribusian ke langganan. Keripik Singkong yang unik dan menarik pastinya akan menjadi salah satu daya tarik bagi para konsumen.

# Langkah-langkah Promosi

Pada permulaan kami akan mencoba memberikan potongan harga pada konsumen dan terus mempertahankan cita rasa yang kami punya tanpa mengubahnya ke yang lebih buruk.

# Analisis SWOT

1. KEKUATAN (*strength)*
   1. Keripik Singkong memiliki tampilan yang unik dan menarik karena memiliki berbagai varian warna sehingga membuat konsumen ingin merasakan produk ini
   2. Selain lezat, keripik Singkong ini, ragam varian rasa pun kami sajikan dalam kue ini.
   3. Keripik Singkong memiliki rasa yang lezat karena pemilihan bahan baku yang berkualitas.
   4. Harga keripik Singkong sangat terjangkau bagi semua kalangan.
   5. Lokasi outlet yang letaknya strategis sehingga mudah dijangkau oleh konsumen baik dengan kendaraan pribadi atau kendaraan umum.
   6. Terdapat layanan sistem pemesanan online sehingga konsumen dari berbagai daerah di Sidoarjo dapat memesan produk ini dengan tambahan biaya pengiriman.
2. KELEMAHAN (*weakness)*
   1. Produk hanya satu jenis

Produk yang ditawarkan hanya satu jenis dari kebanyakan cemilan sederhana yang ada, jika selera konsumen terus berubah, bukan tidak mungkin produk ini akan di tinggalkan dan beralih ke produk lain yang lebih inovatif.

1. PELUANG (*opportunities)*
   1. Selera

Produk keripik Singkong membuat cemilan ini menjadi lezat dan mempunyai berbagai varian rasa dari keripik Singkong ini. Inovasi rasa ini juga dimaksudkan untuk membidik/menarik semua segmen pasar sehingga produk keripik Singkong menjadi suatu selera dimasyarakat sebagai peluang untuk mendapatkan lebih banyak profit.

* 1. Persaingan

Melihat dari persaingan peluang bisnis ini akan sangat menjanjikan sekali, hal ini karena saingan untuk usaha ini bisa dikatakan belum banyak.

1. ANCAMAN (*threats)*
   1. Akan banyak pihak lain yang akan meniru usaha keripik Singkong ini, terutama keunikan dan produknya hal ini tentu akan membuat saingan yang baru bagi kita.
   2. Adanya pedagang – pedagang asongan atau tradisional yang ada di masyarakat dan berkeliling menjualkan dagangan keripik Singkong mereka dengan harga yang lebih murah.

# Analisa 4P

1. Produk (*Product)*

Produk keripik Singkong ini merupakan makanan yang cocok dimakan untuk para penggemar jajanan khas indonesia. Disamping itu makanan ini tidak menggunakan bahan pengawet yang membahayakan dan aman dikonsumsi. Untuk menarik minat pelanggan, produk makanan keripik Singkong dikemas dan disajikan menarik, praktis, dan siap dimakan.

1. Harga Jual (*Price)*

Harga jual produk pelangi keripik singkong disesuaikan dengan harga para pesaing yakni seharga Rp. 7.000.- untuk porsi normal. Untuk satu porsi besar dikenakan harga satu porsinya Rp. 12.000,- Dengan tampilan menarik serta rasa yang lezat dan bergizi. keripik Singkong ini dapat menarik minat para konsumen.

1. Promosi (*Promotion)*

Promosi keripik Singkong dilakukan dengan memberikan *discount* untuk pembelian dalam satu bulan pertama. Promosi yang akan kami lakukan dengan menyebarkan brosur tempat-tempat ramai dan menyebarkannya di sosial media seperti Instagram,Twitter, Line, *Whatsapp* dan lain-lain. Pada bulan-bulan pertama kami juga akan memberikan diskon maupun potongan harga kepada para konsumen, agar para konsumen tertarik terhadap produk kami dan dapat berkunjung kembali.

1. Sistem Pemasaran dan Distribusi (*Place)*

Tempat yang kami gunakan dalam usaha ini adalah tempat tinggal pemilik yang berlokasi strategis di pinggir jalan raya dan dapat diakses oleh kendaraan pribadi maupun umum.

# Distribusi

Tempat penjualan produk keripik Singkong berada di tempat yang strategis, Dengan jumlah penduduk yang padat di sekitar tempat penjualan. Hal ini yang cukup mendukung kegiatan perdagangan tersebut. Karena, strategis akan sedikit banyak menimbulkan Efek untuk membeli jajanan sederhana ini, Orang yang tadinya belum tahu keberadaan Produk kita serta keunikan yang kita miliki dengan lebih cepat diketahui, dengan demikian Faktor Manusia yang biasanya suka mencoba coba hal hal baru akan timbul.

# BAB III ASPEK PRODUKSI

# Deskripsi Produk

keripik Singkong merupakan produk cemilan sederhana yang sering dijumpai masyarakat, namun pada saat ini cemilan tersebut sudah mulai perlahan-lahan menghilang di pasaran. Memiliki tampilan yang unik dan menarik dengan adanya varian rasa dari keripik Singkong. Dengan rasa keripik Singkong yang menarik. Hal ini yang menambah kesan menarik dari produk ini. Karena keripik Singkong akan diberi aneka rasa. Dihidangkan bersama secangkir Es atau satu gelas juice buah membuat keripik Singkong menjadi sasaran makanan yang pas untuk disantap

# Jenis Produk

Jenis produk yang ada pada “ keripik Singkong swasty” terdiri dari satu pcs keripik Singkong normal atau satu paket besar yang bebas untuk memilih varian rasa.

Jika konsumen ingin memilih tambahan menu di luar paket, maka ada tambahan jenis rasa yaitu :

* Balado
* BBQ
* Pedas

# Kualitas Produk

Kualitas produk yang kami berikan sangatlah berkualitas karena bahan-bahan yang digunakan merupakan bahan-bahan alami tanpa mengandung pengawet apapun.

# Komposisi Produk

Komposisi dari keripik Singkong adalah :

* + - Garam
    - Singkong
    - Bumbu penyedap
    - Minyak
    - Air
    - Bumbu tabur
    - Daun jeruk, dsb. Untuk rasa keripik Singkong :
* Balado
* BBQ
* Pedas

# Proses Pembuatan

CARA MEMBUAT keripik Singkong :

*Example: pembuatan keripik Singkong*

1. Campurkan tepung terigu dengan penyedap rasa , dan masukan Singkong.
2. Masukan kedalam wajan berisi minyak yang sudah panas.
3. Setelah agak kekuningan angkat dan tiriskan.
4. Tunggu beberapa saat agar agak dingin dan minyak udh menetes.
5. Setelah bumbui sesuai rasa-rasa yang akan ditaburkan.
6. Lalu packing ke kemasan.

# 3. 6. Pengemasan Produk

Jika konsumen memesan untuk *take away* maka, keripik Singkong ini packing dengan menggunakan kardus untuk pelindung keripik Singkong ini agar tedak pecah. Sementara untuk pesanan langsung dapat disusun menggunakan packing plastik

**BAB IV**

# ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

# Resiko/Hambatan

Selain memiliki peluang usaha, kami juga memiliki resiko yang harus dihadapi dan dicari solusinya. Beberapa resiko yang mungkin akan kami hadapi diantaranya adalah:

1. Persaingan

Seiring perkembangan zaman, semakin banyak makanan yang dikreasikan dan dimodifikasi dari aslinya sehingga banyak konsumen juga akan melirik produk – produk seperti itu. Atau bisa jadi pesaing dapat menjiplak hasil produk yang dibuat secara mentah.

1. Daya Tahan Produk

Produk keripik Singkong tidak bersifat tahan lama, produk ini hanya bertahan 4-5 bulan di suhu ruang. Produk yang kami hasilkan ini tidak menggunakan bahan pengawet maka dari itu tidak memiliki ketahanan yang cukup lama. Produk yang kami hasilkan tidak tahan lama dikarenakan salah satu bahan yang digunakan ialah tepung terigu.

# Tindakan Alternatif

Tindakan yang akan kami lakukan untuk mengatasi resiko dan hambatan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Persaingan

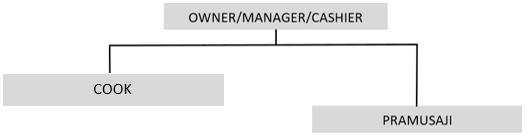
Usaha yang kami lakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan melakukan promosi produk secara berkesinambungan serta membuat produk dengan tampilan menarik dengan berbagai rasa sesuai dengan selera konsumen yang diminati pada saat ini. Selain itu, menggunakan hak cipta dari produk yang dihasilkan jika produk ini sudah berhasil.

1. Daya Tahan Produk

Upaya untuk mengatasi hal tersebut adalah bisa memperkirakan berapa jumlah penjualan setiap harinya sehingga produk bisa habis setiap harinya.

## 5.3.STRUKTUR ORGANISASI

Struktur organisasi  *keripik udud* masih sangat sederhana, karena belum merupakan bisnis yang besar. Rencananya personil  *keripik Singkong* akan terdiri dari Owner merangkap Manager dan Kasir sekaligus, kemudian Chef, dan dibantu oleh Pramusaji. Berikut adalah gambar struktur organisasi  *keripik Singkong*:



Gambar 4.1 Struktur Kepersonaliaan  *keripik Singkong*

Sumber : olahan penulis, 2021

## 5.4.JAM KERJA

Dalam sebuah usaha terdapat jam kerja dan jadwal yang sesuai agar usaha tersebut dapat berjalan dengan lancer dam sesuai prosedur yang sudah ada. Jam kerja dalam  *keripik Singkong* yaitu 8 jam kerja dan sudah termasuk istirahat selama 1 jam. Berikut adalah jam kerja dan jadwal pada  *keripik Singkong*:

TabelWaktu Kerja Karyawan  *keripik Singkong*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | ***Department*** | ***Staff Status*** | ***Open Hours*** | *Working Schedule in a Week* | ***Day Off*** |
| **1.** | *keripik Singkong* | Contract | 8  hours | 6 Days in a  week | 1 Day  Off |

Sumber : Olahan penulis, 2021

Tabel Schedule  *keripik Singkong*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | ***Position*** | ***Mon*** | ***Tues*** | ***Wed*** | ***Thurs*** | ***Fri*** | ***Sat*** | ***Sun*** |
| **1.** | Chef | M | M | M | M | *OFF* | M | M |
| **2.** | Pramusaji | M | M | *OFF* | M | M | M | M |

Sumber : Olahan penulis, 2021

Tabel Shift Karyawan  *keripik Singkong*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | ***Shift*** | ***Working Time*** |
| **1.** | Morning | 07.00 – 15.00 |
| **2.** | Middle | 14.00 – 19.00 |
| **3.** | Closing | 14.00 – 22.00 |

Sumber : Olahan penulis, 2021

## 5.5.JOB SPECIFICATION DAN GENERAL SERVICE PROCEDURE

Spesifikasi pekerjaan (job specification) merupakan uraian persyaratan kualitas minimum orang yang bisa diterima agar dapat menjalankan satu jabatan dengan baik dan kompeten.

Berikut ini adalah *job specification* yang dibutuhkan oleh  *keripik Singkongi* yang sudah memiliki standart sendiri.

Tabel Job spesifikasi karyawan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Jabatan** | **Required**  **Numbers** | **Job Description** | **Required Skill &**  **Experience** |
| **COOK** | **1** | Bertanggung jawab kepada *owner* food truck mengenai kelancaran operasional food truck dengan target yang telah ditentukan. Serta  Menyusun | * Berusia minimal 20 tahun. * Minimal pendidikan SMK bidang perhotelan (tata boga).   -  Berpenampila |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | administrasi yang berkaitan dengan pekerjaan dan mengontrol keuangan food truck dan arus pembelanjaan barang. | N menarik.   * Mampu berkomunikasi dengan baik. * Mampu berbahasa inggris dengan lancar. * Memiliki attitude yang baik. |
| **Pramusaji/ Waiter/ss** | **2** | Bertanggung jawab terhadap *chef* dan juga persiapan dan  kelengkapan yang akan digunakan dalam operasional  *keripik Singkong* sebelum  *keripik Singkong* dibuka. Memberikan pelayanan dengan baik dan efisien kepada konsumen yang sesuai dengan SOP. Menjaga kebersihan lingkungan kerja. | * Berusia minimal 20 tahun. * Minimal pendidikan SMK bidang perhotelan.   -  Berpenampila n menarik.   * Mampu berkomunikasi dengan baik. * Mampu berbahasa inggris. * Memiliki attitude yang baik |

Sumber : Olahan penulis, 2021

## 5.6.STATUS PEGAWAI

Sistem penggajian yang diberlakukan di keripik Singkong yaitu adalah kontrak selama 1 tahun dari masing-masing jabatan. Dab dapat diperpanjang dilihat dari kinerja dari karyawan tersebut.

## 5.7.SISTEM PENGGAJIAN

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang pada umumnya bertujuan untuk memperoleh laba dan dibutuhkan pengorbanan , yaitu biaya biaya yang

harus dikeluarkan oleh perusahaan. Salah satu biaya yang cukup menonjol dalam perusahaan adalah biaya gaji.3

Gaji termasuk biaya tenaga kerja yang merupakan unsur terbesar yang memerlukan ketelitian dalam penerapan, penggolongan, pencatatan serta pembayaran nya.

Sistem penggajian di  *keripik Singkong* berdasarkan Upah Minimum Kota (UMK) Jombang tahun 2021 atas keputusan wali kota bandung sebesar Rp. 2.654.095,- per bulan. dan untuk pembayaran karyawan  *keripik Singkong* adalah sebagai berikut:

Tabel Penggajian karyawan

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Jabatan** | **Qty** | **Hari Kerja** | **Total Gaji** |
| 1 | Cook | 3 | 24 | Rp 7.500.000 |
| 2 | Pramusaji | 3 | 24 | Rp 12.000.000 |
| **Total Per Bulan** | | | | Rp 19.500.000,- |
| **Total Per Tahun** | | | | Rp 234. 000.000,- |

Sumber : Olahan penulis, 2021

# BAB V ASPEK KEUANGAN

# Kebutuhan Modal Awal Untuk Memulai Usaha

Kebutuhan modal awal untuk memulai usaha adalah sebesar Rp. 2.950.000,-. Dana tersebut dialokasikan untuk kebutuhan pengeluaran awal produksi. Berikut ini adalah rincian kebutuhan awal yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha pada awal produksi.

* + 1. Investasi

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Komponen** | **Jumlah** | **Satuan** | **Harga per Unit (Rp)** | **Total Biaya (Rp)** | **Umur Ekonomis**  **(tahun)** | **Penyusutan/Tahun (Rp)** |
| 1 | Gerobak / Etalase | 1 | Unit | 1.500.000 | 1.500.000 | 3 | 500.000 |
| 2 | Kompor Gas | 1 | Unit | 150.000 | 150.000 | 3 | 50.000 |
| 3 | Tabung Gas 3kg | 1 | Unit | 120.000 | 120.000 | 3 | 40.000 |
| 4 | Blender | 1 | Unit | 200.000 | 200.000 | 2 | 100.000 |
| 5 | Baskom/mangkuk | 2 | Unit | 12.000 | 24.000 | 3 | 8.000 |
| 6 | Panci | 1 | Unit | 60.000 | 60.000 | 3 | 20.000 |
| 7 | Pisau | 2 | Unit | 50.000 | 100.000 | 2 | 50.000 |
| 8 | Sendok | 1 | Unit | 25.000 | 25.000 | 2 | 12.500 |
| 9 | Talenan | 2 | Unit | 5.000 | 10.000 | 1 | 10.000 |
| **Total Biaya** | | | | | **2.134.000** |  | **790.500** |

* + 1. Bahan baku untuk produksi

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Bahan | Jumlah | Total Harga per Produksi | Total Harga per Tahunan |
|  | Bahan Utama : |  |  |  |
| 1 | Singkong | 20 kg | Rp. 200.000 | Rp.2.400.000 |
|  | Bahan Pelengkap : |  |  |  |
| 1 | Bumbu perasa BBQ | 1,5 kg | Rp. 20.000 | Rp. 240.000 |
| 2 | Bumbu perasa balado | 1,5 kg | Rp. 20.000 | Rp. 240.000 |
| 3 | Bumbu perasa pedas | 1,5 Kg | Rp. 20.000 | Rp. 240.000 |
| 4 | Bumbu perasa Keju | 1,5 Kg | Rp. 20.000 | Rp. 240.000 |
| Jumlah | | | **Rp. 280.000** | **Rp. 3.360.000** |

\*1 Tahun Kerja = 330 hari

* + 1. Biaya Operasional

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. | Komponen | Biaya per bulan | Biaya per tahun |
| 1 | Listrik & Air | 50.000 | 600.000 |
| 2 | Gas | 20.000 | 240.000 |
| 3 | Komunikasi & Informasi Promosi | 50.000 | 600.000 |
| 4 | Tenaga Kerja 1 orang | 1.000.000 | 12.000.000 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 5 | Pemeliharaan Alat | 40.000 | 480.000 |
| 6 | Sewa | 1.500.000 | 18.000.000 |
| Jumlah | | **2.660.000** | **31.920.000** |

Kebutuhan modal awal untuk memulai usaha Keripik singkong adalah sebesar Biaya Peralatan + Biaya Bahan Baku + Biaya Operasional

= Rp. 2.369.000 + Rp. 280.000 + Rp. 2.660.000

= Rp. 5.309.000

# Total Biaya

Biaya Investasi Rp. 2.369.000 / tahun Biaya Produksi Rp. 3.360.000 / tahun Biaya Operasional Rp. 31.920.000 / tahun Biaya Penyusutan Rp. 850.500 / tahun

# Harga Pokok Produksi (HPP)

* Biaya Tetap = Biaya Penyusutan + Biaya Operasional

= Rp. 850.500 / tahun + Rp. 213.090.000 / tahun

= Rp. 213.940.500 / tahun

* HPP = Biaya Tetap + Biaya Produksi / Jumlah Produksi

= Rp. 213.940.500 + Rp. 3.360.000/ (100 x 330)

= Rp. 213.940.500 + Rp. 3.360.000/ (33.000)

= Rp. 217.300.500 / 33.000

= Rp. 6.500

# Harga Jual Per Unit

Rp 10.500 x 25% = Rp. 2.625

Jadi Rp. 10.500 + Rp. 2.625 = Rp. 13.125

Atau Harga Jual Rp. 13.000

# Analisis R/C

* Total Biaya Produksi = Biaya Produksi + Biaya Operasional

= Rp. 121.065.000 / tahun + Rp. 31.920.000 / tahun

= Rp. 152.985.000 / tahun

* Total Pendapatan = HPP x Jumlah Produksi

= Rp. 10.500 x 33.000 / tahun

= Rp. 346.500.000 / tahun

= Rp. 28.875.000 / bulan

* Keuntungan = Total Pendapatan – Total Biaya Produksi

= Rp. 346.500.000/ tahun - Rp. 152.985.000 / tahun

= Rp. 193.515.000 / tahun

= Rp. 16.126.250 / bulan

**R/C** = Total Pendapatan : Total Biaya Produksi

= Rp. 346.500.000/ tahun : Rp. 152.985.000 / tahun

= 2,26

Maka usaha Pelangi Keripik singkong menguntungkan jika nilai R/C > 1

ROI = Keuntungan : Total Biaya Produksi x 100%

= Rp. 193.515.000 / tahun : Rp. 152.985.000 / tahun x 100%

= 126,49%

Jangka Waktu Pengembalian Modal = Biaya Investasi x Masa Produksi / Keuntungan

= Rp. 2.369.000 / tahun x 1 tahun / Rp. 121.065.000 / tahun : Rp. 193.515.000 / tahun

= 0,015 tahun

Berdasarkan hasil analisis finansial di atas, maka modal usaha atau biaya investasi yang dikeluarkan unruk mendirikan bisnis ini akan kembali dalam jangka waktu 0.015 tahun, dengan jumlah produksi 33.000 bungkus per tahunnya dari 330 hari kerja per tahun.

# Proyeksi Rugi/Laba

Proyeksi rugi-laba dalam satu tahun produksi usaha.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PENDAPATAN | | TOTAL |
| 1 | Penjualan (Rp. 13.000,00 x 100 packs x 330 hari) | Rp. 429.000.000,00 |
| Total Pendapatan | | Rp. 429.000.000,00 |
| BIAYA PRODUKSI | | TOTAL |
| 1 | Biaya Variabel (variable cost) | |
| Biaya Bahan Baku & Bahan Pendukung | | Rp. 121.065.000,00 |
|  | Biaya Tetap (fixed cost) | |
| Total Biaya Tetap | | Rp.31.920.000,00 |
| Total Biaya Produksi | | Rp. 152.985.000,00 |
| Laba (Pendapatan - Biaya Produksi) | | Rp. 123.030.000,00 |

# Proyeksi BEP

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PENJUALAN | | TOTAL |
| 1 | Penjualan (Rp. 13.000,00 x 100 packs x 330 hari) | Rp. 429.000.000,00 |
| Total Penjualan | | Rp. 429.000.000,00 |
| BIAYA VARIABEL | | TOTAL |
| 1 | Biaya Bahan Baku dan Pendukung | Rp. 121.065.000,00 |
| Total Biaya Variabel | | Rp. 121.065.000,00 |
| BIAYA TETAP | | TOTAL |
| Total Biaya Tetap | | Rp.31.920.000,00 |
| BEP = FC / 1-(VC/Pendapatan) | | Rp.44 333.333,3 |

# BAB VI PENUTUP

# Kesimpulan

Dengan melihat peluang yang ada di pasaran, dimana keripik Singkong ini sudah mulai hilang perlahan-lahan, saya berinovasi untuk membuat jajanan sederhana khas Indonesia ini bisa dapat terus berkembang di pasaran. Usaha keripi Singkong ini cukup menjanjikan selain dikarenakan peluang pasar yang ada, penjual keripik singkong dengan rasa yang lezat sesuai dengan *trend* zaman sekarang. Diharapkan bisnis ini bisa bersaing dengan makanan lain dan menjadi suatu *trend* yang dapat *booming* di masyarakat, selain terjangkau harga produknya serta menjadi makanan yang sehat dan unik bagi masyarakat.

# Saran

Dari proposal bisnis ini diharapkan usaha ini dapat berjalan lancar, sesuai yang diharapkan dan banyak diminati konsumen. Saran dari saya yaitu dalam berbisnis apapun yang kit miliki harus dapat mempunyai sikap kreatifitas dan inovasi yang tinggi, sehingga para konsumen tidak bosan atau jenuh untuk memakan atau memakai produk yang kita buat. Karena untuk zaman sekarang, jikalau kita tidak berkreasi seunik mungkin, kita dapat terkalahkan oleh para pesaing yang sebenarnya setara kemampuannya dengan diri kita. Dalam berbisnis pembuatan keripik singkong ini kita harus mempunyai konsep untuk menarik para konsumen, sehingga banyak konsumen yang mau membeli produk kita, kita juga harus memperhatikan minat masyarakat untuk pengembangan produk kita, dan juga kita harus mengingat bahwa pembeli adalah raja sehingga kita harus ramah pada setiap konsumen atau pembeli. Oleh karena itu, cerdik diperlukan dalam berwirausaha, dimana kita pintar pencari peluang yang menguntungkan di pasaran sehingga apa yang kita jual dapat menjadi suatu alasan disukai masyarakat.

# DAFTAR PUSTAKA

Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi wirausaha sukses*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Fadiati, A., Purwana, D., & Maulida, E. (2008). *Wirausaha: Jalur Cepat Menuju Sukses*.

Hidayat, N., & Purwana, D. (2017). *Perpajakan : Teori & Praktik*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Jakarta: UNJ Press.

Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Lincah Menulis Artikel Ilmiah Populer & Jurnal (Teori & Praktik).* Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

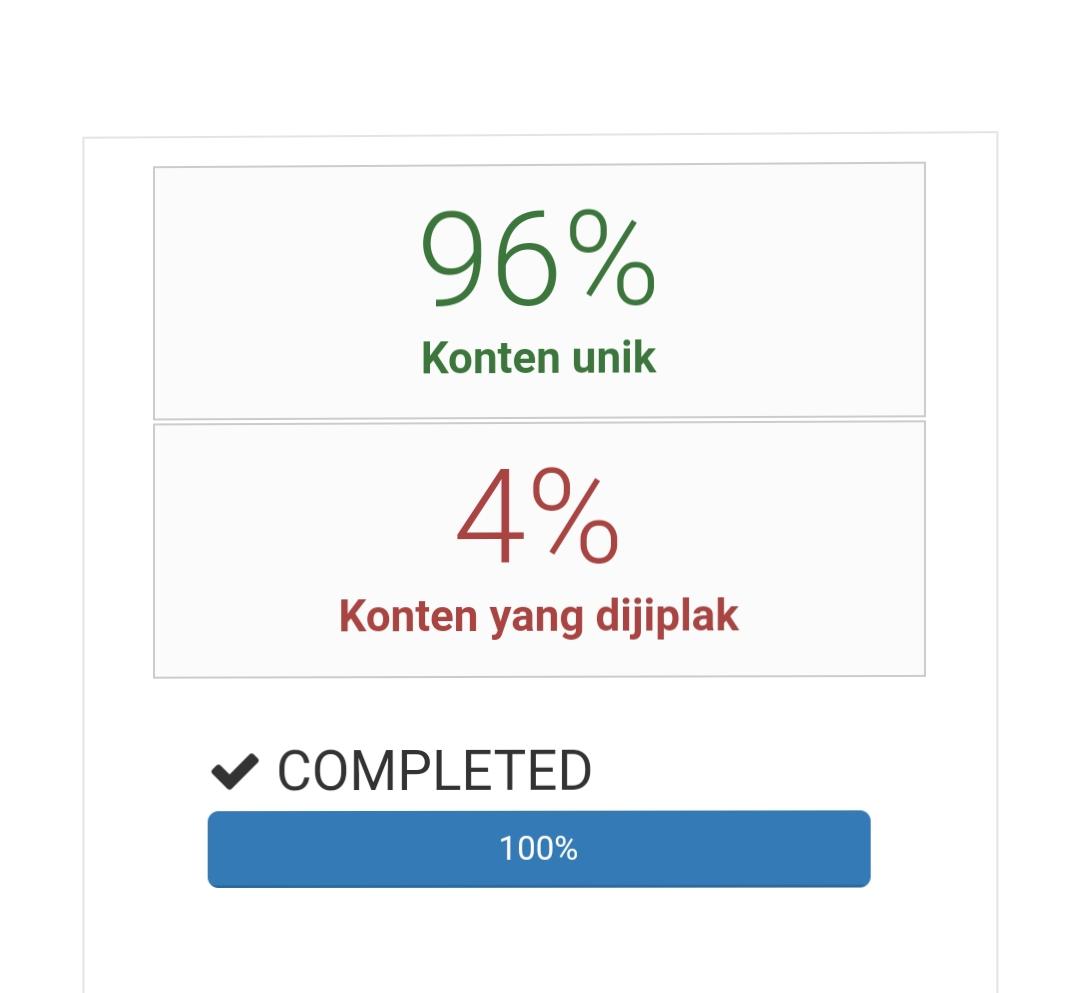
Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*.

Purwana, D., Hasan, M., & Parlyna, R. (2017). *Pengantar Ilmu Organisasi*. Bogor: In Media.

Purwana, Dedi & Hidayat, N. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Yogyakarta: Pustaka pelajar.

Achmadiansyah, Dhanny, and Supangat Supangat. *"Dhanny A-KAITAN SITUS FREELANCER “SRIBULANCER” DENGAN DIGITAL CONTENT." Dhanny A-KAITAN SITUS FREELANCER “SRIBULANCER” DENGAN DIGITAL CONTENT (2021).*, n.d.

****