

Rencana Bisnis brow.nies

TECHNOPRENEURSHIP DIGITAL CONTENT KELAS A

Supangat, S.Kom., M.Kom., ITIL., COBIT



Oleh :

Milania Rachmadani

1151800071

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2021

01. Ringkasan

Tanaman pisang merupakan salah satu tanaman yang dapat digunakan untuk segala hal dimulai dari akar, umbi, batang, daun, hingga kulit pisangnya. Oleh karena itu, tanaman pisang termasuk tanaman yang paling banyak disukai masyarakat Indonesia. Ada yang dikonsumsi secara langsung maupun secara tidak langsung dengan cara diolah menjadi suatu produk konsumsi seperti digoreng, dikukus, direbus, dikeringkan, atau dikolak.

Manfaat yang terkandung dalam pisang pun beragam bagi kesehatan dan digemari oleh masyarakat. Kandungan gizi yang terdapat pada buah pisang antara lain: 70 g air; 1,2 g protein; 0,3 gr lipid; 27 g karbohidrat; 400 mg kalium (Espino et al., 1992); 20 mg asam askorbat (vitamin C); 0,1 mg β - karoten (vitamin A); 10 μ g asam folat (Wills et al., 1989) serta sejumlah vitamin dan zat penting lainnya seperti thiamin (vitamin B1); riboflavin (vitamin B2); piridoksin (vitamin B6); niacin; asam pantotenat dan inositol (Espino et al., 1992; Simmonds, 1966).

Peningkatan produktivitas dan semakin meningkatnya minat konsumen terhadap buah pisang berkaitan dengan dampak dimana sebagian besar kulit pisang masih dibuang dan berakhir mengakibatkan penumpukan limbah. Penumpukan limbah pertanian ini sering menjadi salah satu penyebab terjadinya pencemaran lingkungan. Dampak dari limbah kulit pisang yang dibuang sembarangan, kita dapat meminimalisasi dengan cara diolah menjadi beberapa sumber makanan. Berdasarkan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa limbah kulit pisang mengandung zat gizi yang cukup tinggi terutama vitamin dan mineralnya serta berkalsium tinggi sehingga dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku makanan guna memenuhi kebutuhan gizi dan kebutuhan hidup.

Oleh sebab itu, pengolahan limbah kulit pisang sebagai sumber makanan seperti brown.ies sebagai gagasan baru dalam dunia kuliner. Brown.ies yang saat ini populer dikalangan masyarakat serta 4ciri khas berbeda dari pengolahan brown.ies kulit pisang dapat menjadi salah satu cara agar produksi brown.ies kulit pisang bertambah sehingga meningkatkan minat yang berkeuntungan meminimalisasi pencemaran lingkungan dengan cepat dan dapat bermanfaat pada proses jual beli yang mana meningkatkan perekonomian di Indonesia.

02. Deskripsi Perusahaan

CV brown.ies berdiri pada 1 Desember 2021. Hal yang melatarbelakangi berdirinya perusahaan ini karena, banyaknya limbah pisang yang bisa diolah menjadi sebuah brownies atau cemilan enak. Selain itu hal ini bisa meminimalisir pencemaran lingkungan. Maka dari itu kita menggunakan bahan baku utama dari kulit pisang.

Home industri ini didirikan oleh dua orang anak muda berusia 20 tahun dan berstatus mahasiswi di salah satu perguruan tinggi swasta di Surabaya. Terfikirkan dengan merk dagang brown.ies karena sesuai dengan warna brownies sendiri yang berwarna coklat, dan ies adalah tambahan supaya nama produk nantinya sudah diingan oleh para konsumen.

Bentuk badan usaha CV brown.ies adalah CC (commanditaire vennootschap) bentuk badan usaha yang didirikan oleh 2 orang atau lebih. Perusahaan ini juga memiliki visi dan misi guna mencapai kesuksesan produk brown.ies

- Visi

Menciptakan sebuah bisnis yang mampu diterima di tengah masyarakat

- Misi

Mampu bersaing di pasaran karena memiliki rasa yang enak

Memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumen

- Tujuan Usaha

Selain ingin memperoleh keuntungan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan, pendiri juga ingin menambah pengalaman dalam berwirausaha. Dan membudayakan semangat. Baik dalam sikap perilaku ataupun kemampuan

03. Barang/Jasa

Home industri ini memproduksi sebuah makanan ringan, yang sangat diminati oleh masyarakat. Tidak hanya anak-anak tetapi juga orang dewasa

Nantinya produk ini memiliki banyak varian rasa tetapi tetap dengan base kulit pisang sebagai bahan utama.

04. Analisis Aspek Pasar

Sesuai dengan lima tingkatan nilai suatu produk, brown.ies memiliki nilai tawaran dan pencarian yang sangat berkesinambungan sehingga membuat brown.ies ini memiliki daya fungsional sebagai pemenuh sebuah keinginan dan pencarian dari seorang masyarakat yang menginginkannya, brown.ies hadir dengan gebrakan inovasi baru sehingga dapat memberikan pengalaman mencicipi sebuah produk yang sebelumnya belum pernah dicoba.

Produk brown.ies merupakan sebuah makanan berbentuk kudapan yang dapat dikonsumsi setiap saat dan habis dalam waktu yang singkat sehingga permintaan dari sebuah makanan akan selalu ada setiap harinya yang membuat sebuah produksi terus berjalan setiap saat untuk mengolah sebuah makanan, dalam hal ini perlu dilakukan sebuah promosi yang sangat relevan agar dapat mencapai sebuah pasar yang tepat untuk produk brown.ies.

Produk brown.ies diberikan harga sebesar Rp15.000,00 per produk dan dalam hal ini, penjualan produk sudah dapat dikatakan worth to buy karena untuk sebuah ukuran dari kudapan dan bahan baku kulit pisang yang lebih efisien. Sehingga dapat memberikan harga yang bisa dibilang cukup terjangkau dibandingkan dengan beberapa produk brown.ies lainnya yang memakai bahan baku seperti pada biasanya serta dibanderol dengan kisaran harga sebesar Rp25.000,00 sampai dengan Rp60.000,00. Dengan kata lain brown.ies sudah siap untuk dipasarkan dan dapat memenuhi syarat jalannya sebuah usaha yang memberikan keuntungan.

- **Pemasaran**

pasar untuk penjualan brown.ies ini adalah masyarakat dari segala usia, untuk itu kami melakukan promosi dimulai dari jejaring sosial agar lebih efektif dalam menyebarluaskan

Produk kami. Brown.ies akan diproduksi secara konvensional di tempat penulis dan mulai memasarkan di area produksi terlebih dahulu serta memulai perencanaan pemasaran secara online. Satu buah brown.ies akan dipasarkan dengan harga Rp15.000,00 dengan berbagai pilihan varian rasa.

Promosi Produk

- Pada masa pandemi Covid-19, brown.ies akan mulai dipasarkan melalui sebuah promosi yang ditawarkan melalui jejaring sosial. Diantaranya adalah influencer serta paidpromote secara besar-besaran. Alasan melakukan sebuah iklan pada seorang influencer karena dapat memiliki pengaruh yang besar ketika sang influencer memberikan komentar yang positif terhadap produk ini. Di sisi lain, paidpromote pun dapat menjadi sebuah pilihan yang tepat dalam memasarkan produk karena dalam sistem paidpromote biasanya produk dapat diunggah oleh banyak akun berbeda sehingga jangkauan akan semakin luas guna mengenalkan brown.ies.
- Media yang menjadi sasaran pemasaran brown.ies tidak lain ialah media yang merupakan tempat para remaja sampai orang dewasa biasa mengaksesnya, ialah Instagram, Twitter, Facebook, Line, WhatsApp, sampai dengan Telegram dan sejenisnya. Dalam memasarkan produk brown.ies tidak boleh dilakukan secara tanggung melainkan harus memberikan akses yang seluas-luasnya kepada masyarakat agar dapat mengenal produk brown.ies sebagai gebrakan baru di dunia kuliner saat ini, terlebih terhadap orang yang menyukai sebuah kudapan.
- Self promotion merupakan hal dapat digunakan sebagai patokan bahwa semakin tinggi atau sering seseorang melakukan personal branding itu sendiri, maka apa yang akan ia dapatkan akan lebih besar. Dalam hal ini, brown.ies dapat melakukan personal branding yang akan ditunjukkan pada masyarakat umum dengan cara memperkenalkan brown.ies dalam sebuah iklan dalam berbagai media sosial sampai ikut mendirikan tenan di tempat wisata ataupun dalam sebuah kegiatan, personal branding ini dapat meningkatkan upaya promosi produk secara lebih luas.

05. Analisis Aspek Teknis

- Lokasi

Lokasi perusahaan dan pembuatan berada di tempat strategis. Dimana lokasi ini telah mendapatkan surat ijin dari RT/RW setempat. Berada di Kalrungkut 101 Surabaya. Berada di lokasi yang sama kita juga membuka toko offline supaya pelanggan mudah mendapatkan produk brown.ies.

- Skala Produksi

Dalam sehari kami mampu memproduksi 50pcs brown.ies dan memiliki ketahanan 3 minggu diluar mesin pendingin. Skala produksi kecil karna produk kita tidak mengandung pengawet dan tentu produksi ini juga suda disesuaikan dengan permintaan pasar.

- Pemilihan Mesin

Alat yang kami gunakan sudah sesuai standard sehingga penggunaan alat ini sesuai dengan standard yang ditentukan.

06. Analisis Aspek Manajemen

Waktu yang dibutuhkan untuk menyiapkan proyek ini adalah 2 tahun. Sebelum produk siap di pasarkan. Kita memerlukan segala macam hal seperti Perencanaan, analisis swot dan analisis finansial

- Perencanaan jangka pendek

Perencanaan jangka pendek untuk mewujudkan drive more sales dengan target provit meningkat 20% setiap bulanya. Serta melakukan partnership dengab 130 compnay dalam satu tahun kedepan. Untuk mewujudkan perencaan ini kami telah menentukan key success untuk pencapaiannya.

- Struktur Organisasi



1. OWNER, bertugas :

- Mengkoordinasi jalannya kegiatan usaha
- Merencanakan pengembangan usaha
- Mengatasi masalah, mendelegasi tugas, melatih karyawan
- Membina dan memotivasi karyawan, mengembangkan kualitas kerja

2. MANAJER , bertugas :

- Merencanakan kebutuhan dan mengontrol SDM JAHAT
- Menjaga terlaksananya SOP pelayanan JAHAT agar tetap konsisten
- Menjaga standar mutu pelayanan dan menangani keluhan pelanggan
- Melakukan kegiatan promosi
- Kontrol inventory dan asset perusahaan

3. SUPERVISOR , bertugas :

- Membuat manajemen JAHAT yang efektif dan efisien
- Mengawasi dan mengontrol seluruh karyawan

4. DIVISI KEUANGAN, bertugas :

- Membuat laporan keuangan harian
- Menerima setoran dari kasir dan menyimpannya
- Mengatur pengeluaran dan membuat laporannya

6. KARYAWAN , bertugas :

- Melayani customer / pelanggan JAHAT sesuai SOP

- Sistem Rekrutmen

Sumber daya manusia yang direkrut harus memiliki kredibilitas yang tinggi dan sesuai dalam bidangnya. Setelah menentukan beberapa posisi yang dibutuhkan berdasarkan struktur organisasi lalu dibuat kriteria sesuai bidangnya. Penerimaan tenaga kerja dilaksanakan 1 (satu) tahun sekali, yang pendaftaran dilaksanakan secara online maupun konvensional dengan cara surat lamaran langsung di kirim ke kantor langsung ke kantor pusat CV. Brown.ies rankarta. Bahwa proses Rekrutmen CV. Brown.ies berasal dari dalam Perusahaan (Intern) atau dari luar (Ekstern) perusahaan. Proses rekrutmen dengan metode ekstern dengan melalui pemasangan iklan di media cetak yaitu Harian Kompas, Jakarta Post lalu iklan pada radio, tv, serta media massa online detik.com yang telah bekerjasama dengan kami. Selain itu melakukan perekrutan dengan bekerjasama melalui SMK atau perguruan tinggi yang melahirkan para ahli di bidang farmasi.

Berikut proses seleksi yang akan dilaksanakan oleh CV Brown.ies:

1. Seleksi administrative

Seleksi paling awal, yaitu pelamar mengirim Resume pada CV. Brown.ies kemudian perekrut akan menyeleksi kelengkapan berkas-berkas persyaratan yang

Sudah ditentukan. Selanjutnya, pelamar yang lolos tahap awal ini akan dihubungi

Terkait info jadwal tes untuk tahapan selanjutnya.

2. Tes Pengetahuan/keterampilan

Tes ini memiliki tingkat kesulitan yang berbeda pada setiap bidangnya. Apabila

Pelamar lolos akan lanjut ke tahap wawancara.

3. Wawancara

Dalam tahap wawancara ini, pertanyaan yang diberikan seputar kegiatan sehari-hari pelamar, kesibukan selama belum bekerja, organisasi yang pernah diikuti dan sebagainya.

4. Pengambilan Keputusan

Setelah pelamar melalui serangkaian tes, tahapan seleksi yang paling akhir adalah pengambilan keputusan. Pelamar yang lolos pada tahap akhir ini, perekrut akan menghubungi pelamar terkait hal-hal yang perlu disampaikan melalui whatsapp dan email

07. Analisis Aspek Finansial

Modal yang didapatkan untuk usaha ini ada 2

- Modal investasi
- Modal Kerja

Harga yang ditawarkan : 15.000,00 / produk

Anggaran yang dikeluarkan untuk promosi dan bentuk promosi

Promosi produk brown.ies dengan memberitahukan masyarakat melalui iklan atau promk buy 1 get 1. Dengan total 100 pembeli pertama. Biaya yang dibutuhkan yaitu : Rp. 2.000.000

No.	Jenis	Banyaknya	Harga	Total
1	100 pcs Brown.ies	100	Rp. 15.000	Rp. 1.500.000
2	Cetak Brosur	1 rim	Rp. 500.000	Rp. 500.000
	Total keseluruhan :			Rp. 2000.000

Tidak hanya modal promosi usaha ini juga membutuhkan modal produksi yang membutuhkan 375.000 untuk 50pcs brown.ies

- Biaya Produksi
- Biaya personal (gaji karyawan, Listrik, kemasan dll)

DAFTAR PUSTAKA

Tyaga Kristiawan,I.,Warsika,P.,& Wiranata,A.(2020).ANALISIS ASPEK TEKNIS, PASAR DAN FINANSIAL TERHADAP KELAYAKAN INVESTASI PROYEK PEMBANGUNAN TOWN HOUSE (STUDI KASUS: SEMARAPURA TOWN HOUSE KLUNGKUNG).3

Supangat,S.(2020).*Ebisnis*.

HASIL CEK PLAGIASI :

PLAGIARISM SCAN REPORT

Page 1

Report Generation Date: [December 24,2021](#)

Words: [1492](#)

Characters: [11344](#)

Excluded URL :

11% Plagiarism	89% Unique
8 Plagiarized Sentences	63 Unique Sentences

Content Checked for Plagiarism

Rencana Bisnis brownies
TECHNOPRENEURSHIP DIGITAL CONTENT KELAS A
Supangat, S.Kom., M.Kom., ITIL, COBIT

Oleh :
Milania Rachmadani
1151800071

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021
01. Ringkasan

Tanaman pisang merupakan salah satu tanaman yang dapat digunakan untuk segala hal dimulai