

Rencana Bisnis Makanan Cepat Saji “Kara Age Wae”

TECHNOPRENEURSHIP DIGITAL CONTENT (A)

SUPANGAT, M.KOM., ITIL., COBIT.



Oleh :

Kevin Sola

1151800098

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

Ringkasan

Dengan adanya perkembangan zaman, masyarakat khususnya masyarakat Indonesia disibukkan dengan berbagai kegiatan, seperti bekerja, sekolah, dll. Karyawan dan mahasiswa tidak memiliki banyak waktu luang untuk sarapan atau makan siang. Hal ini dapat menyebabkan penyakit maag yang berbahaya bagi tubuh. Masyarakat membutuhkan makanan yang dikemas secara modern, praktis dan cepat saji. Hal ini akan menyebabkan perubahan pola makan pada masyarakat.

(Saji et al., 2014) Perubahan gaya hidup perkotaan yang serba praktis membuat masyarakat modern sulit menghindari makanan cepat saji. Karena fast food merupakan makanan siap saji yang praktis, oleh sebab itu masyarakat cenderung lebih menyukainya karena disajikan dengan sangat cepat, dan bersih, serta fast food dapat disediakan kapan saja dan dimakan dimana saja.

Industri makanan merupakan industri yang sangat menjanjikan, karena setiap orang pasti membutuhkan makan, sehingga industri ini akan sangat menjanjikan kedepannya. Diantara makanan cepat saji yang beredar, ada satu makanan yang bisa populer yaitu chicken karaage. Makanan berjenis daging ayam goreng tanpa tulang yang dibalut dengan tepung, makanan ini bisa menjadi nilai tambah karena berisikan daging ayam tanpa tulang, yang akan memudahkan konsumen untuk memakanya.

Deksripsi perusahaan

Perusahaan kami akan diberi nama Kara age wae, kara age wae adalah usaha yang bergerak dalam industri makanan. Makan yang akan dihidangkan adalah makanan berjenis fastfood, makanan yang pembuatannya praktis dan cepat. Perusahaan ini diharapkan dapat memuaskan pelanggan yang tidak memiliki waktu luang untuk menunggu pembuatan makanannya.

Tujuan dari Kara age wae ini untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang disibukkan oleh kegiatan dan sedang dikejar oleh waktu yang dimana tidak sempat untuk sarapan atau makan siang, diharapkan konsumen dapat mengisi waktu luangnya untuk dapat sarapan agar bisa menjalani hari dengan lebih baik.

Produk

Chicken karaage biasanya terbuat dari daging ayam tanpa tulang, tetapi jenis daging lain seperti daging sapi dan ikan juga digunakan. Daging dipotong-potong sebelum dimasak. Kemudian dagingnya direndam dengan bumbu sesuai selera. Biasanya bumbunya terbuat dari campuran kecap asin, bawang putih dan jahe. Bumbu ini disebut juga mirin. Irisan daging dibumbui, kemudian dilapisi tepung dan digoreng dengan minyak yang banyak. Sederhananya, resep ayam goreng ini sangat mirip dengan resep tempura.

Chicken karaage biasanya ditambahkan perasan jeruk lemon, mayonaisse atau rasa original tanpa bahan tambahan apapun. Kerenyahan tepung sangat kontras dengan lumernya ayam di mulut Anda. Biasanya, orang menyukai karaage dengan salad atau makanan penutup lainnya. Chicken karaage sangat enak karena untuk memakan makanan ini tidak perlu mengawatirkan adanya tulang jadi makan bisa jadi lebih nyaman dan santai.

Analisis pasar

Peluang

Produk makanan cepat saji ini beragam dan terus berkembang sehubungan dengan pola konsumsi masyarakat. Produk makanan cepat saji menjadi populer karena pelayanannya yang cepat, praktis, nyaman dan harganya yang relatif terjangkau. (Sari et al., 2021) Bagi masyarakat kota, makanan cepat saji merupakan jawaban terbatasnya waktu dimana sebagian besar mobilitas kehidupan masyarakat kota dilakukan diluar rumah sehingga tidak punya waktu untuk makan didalam rumah. Yang dimana pilihanya harus beli diluar dan makanan cepat saji akan menjadi pilihan pertama.

Persaingan

Persuahan makanan cepat saji terbilang banyak sainganya contohnya saja adakan produk makan cepat saji yang sudah besar di Indonesia. Seperti KFC, MCD, AW, CFC, DLL namun produk utama yang disajikan adalah ayam goreng tepung, yang sudah marak sudah di Indonesia bahkan dipinggiran jalan ada yang jualan ayam goreng tepung yang tidak kalah enaknya. Namun itu bisa

menjadi peluang perusahaan ini karena menu utamanya adanya karaage ayam goreng tepung tanpa tulang, yang dimana masih jarang di Indonesia.

Usaha pemasaran

Jenis produk

Kara age wae akan memiliki produk utama yaitu dengan desain makanan seperti bento akan berisikan nasi, salad, saus, dan karaage beberapa rasa akan ada di produk untuk rasa normalnya adalah karage dengan rasa normal tanpa diberikan bumbu apaun. Rencananya akan ada rasa dengan varian lain yaitu bbq, chesse, dan mentai. Rasa akan bertambah di setiap waktunya.

Harga

Harga yang diberikan tidak akan terlalu mahal bisa terbilang harga terjangkau, produk dengan rasa original diberi harga Rp 15.000,00. Jika ingiin menambah rasa dengan varian lain diharuskan menambah biaya Rp 3.000,00 per sausnya. Bisa membeli karaagenya saja dengan harga Rp 10.000,00 mendapatkan karaage tanpa nasi dan salad.

Distibusi

Distribusi atau penjualan produk dilakukan langsung di lokasi konsumen. Karena merupakan makanan cepat saji, maka proses produksi juga dilakukan di tempat penjualan sesuai pesanan konsumen. Desain outlet semenarik mungkin dan akan dekat dengan pelajar dan karyawan seperti universitas, sekolah, kost dan perkantoran.

Promosi

Promosi produk dilakukan secara online dan offline. Melakukan promosi offline dengan membagikan tester sebelum penjualan produk. Hal ini bertujuan untuk mengenalkan produk dan memahami penerimaan produk oleh calon konsumen. Selain itu, akan membagikan brosur yang menarik agar lebih banyak orang mengetahuinya. (Saputra & Supangat, 2021) Secara online, Kara age war akan membuat akun di media sosial seperti Facebook dan Twitter. Media sosial ini adalah cara untuk menginformasikan Kara age wae dimana lokasi dijual dan menampung segala kritik dan saran.

Analisis aspek teknik

Lokasi

Pemilihan tempat merupakan strategi dalam pemasaran, karena target pasar kita adalah mahasiswa dan karyawan yang memiliki kesibukan.(Aulia et al., 2019) Lokasi akan diproduksi di Surabaya, salah satunya akan ada di dekat area Universitas di Surabaya, dekat perkantoran atau pasar yang wilayah banyak masyarakatnya.

Produksi Produk

Produk yang dibuat adalah karaage dengan nasi dan juga salad. Yang akan dikemas dengan bentuk layaknya bento yang bisa minta tambah saus dengan berapa varian dengan tambahan harga tentunya, produksi ento akan dibuat dengan iringan waktu yaitu dengan jangka waktu satu jam. Tiap satu jam akan memproduksi kurang lebihnya akan ada 50 bento. Akan berubah dengan seiring waktu

Pemilihan Mesin

Menggunakan mesin penggorengan yang besar agar bisa memasak ayam karaage lebih banyak dalam sekali masak, memiliki temperature suhu agar bisa mmebuat masakan lebih bagus. Membeli tempat penghangatt makanan menggunakan lampu ultraviolet agar makanan tetap renyah dan garing.

Analisis Aspek manajemen

Waktu Sebelum Beroperasi

Proses produksi dan penjualan Kara age wae dimulai pada bulan Januari tahun 2022. Yang akan dipikirkan pada bulan April tahun 2022 akan selesai. Dalam proses produksi Kara age wae dilakukan di drumah produksi yang sudah di persiapkan, proses produksi dilakukan pada hari kerja yaitu Senin-Jumat. Outlet pertama terletak di wilayah Univertsitas Surabaya. Pemilihan

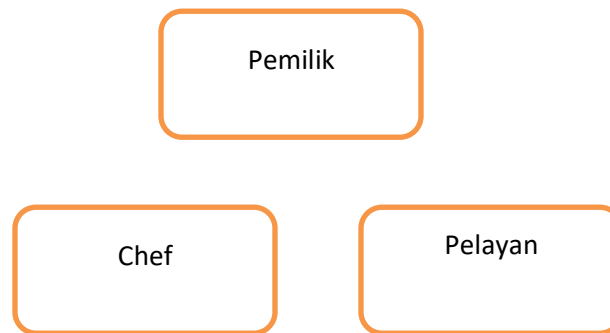
tempat merupakan strategi dalam pemasaran, karena target pasar kita adalah mahasiswa dan karyawan yang memiliki kesibukan. Promosi secara offline akan dilaksanakan sebelum 3 hari waktu pembukaan.

Waktu beroperasi

Bentuk Bisnis

Produksi makanan dilakukan sebelum jam buka yaitu jam 05.00 harus sudah memulai memasak makanan hingga jam 06.00 produk sudah harus disiapkan dari nasi, karaage, saus, salad dan kemasan bento. Sebelum membuka toko jam 06.30 dilakukan bersih-berisih agar toko terlihat rapi dan nyaman untuk pelanggan. System pembelianya tidak jauh beda dengan restoran makanan cepat saji. Setelah pelanggan memesan makanan akan disusun dengan rapi sesuai prosedur yaitu nasi, salad dan karaage.

Struktur organisasi



Jumlah Karyawan

Dalam satu outlet akan berisikan 3/5 yang melakukan pekerjaan dapur, 3/5 yang melayani pelanggan. Penggantian akan dilakukan pagi dan siang hari, jam karyawan di pagi hari akan dimulai dari jam 05.00 WIB hingga jam 11.00 WIB, untuk jam karyawan siang akan dimulai dari jam 11.00 WIB hingga jam 17.00 WIB.

Persyarat karyawan

Untuk Chef penampilan tidak harus diutamakan karena hanya berada di dapur tapi tetap harus rapi dan bersih, rajin memberihkan tempat pembuatan makanan, yang paling utama harus bisa

memahami resep dan terbiasa berada di dapur. Untuk pelayan penampilan dan sikap harus diutamakan karena berhadapan pelanggan, memiliki sikap yang baik dan harus sabar menghadapi pelanggan apapun.

Proses Rekrutmen

Pertama akan disebar brosur di internet tentang ada lowongan pekerjaan untuk chef dan pelayan, pihak pencari harus mengirimkan CV dan data-data yang diperlukan jika sekiranya cocok akan dilakukan wawancara. Jika secara data sudah bagus akan dilakukan magang selama 1-3 bulan. Jika pekerjaan dilihat bagus akan diangkat menjadi pegawai utama.

Jenjang karir

Yang pertama adalah pegawai magang yang akan dilakukan secara 1 atau 3 bulan lamanya, jika sudah terlihat bagus akan diangkat menjadi pegawai utama. Jika dalam beberapa tahun bila terlihat bagus bisa diangkat menjadi pimpinan chef atau pelayan, dan yang terakhir jika sudah sangat dipercaya bisa menjadi orang kepercayaan dan akan ditugaskan membuka cabang dan dia yang akan memimpin cabang tersebut.

Teknik Aspek Manajemen Finansial

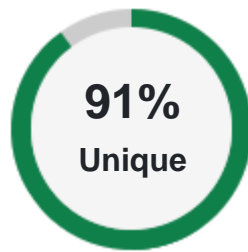
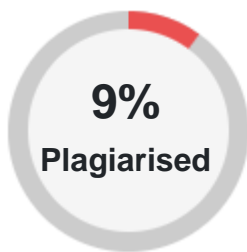
Dana

Modal awal yang dimiliki adalah dana pribadi yaitu dengan total Rp 30.000.000,00 yang akan dibagi untuk keperluan pembuatan outlet, peralatan, penyewaan tempat, karyawan dan produk. Untuk pembuatan atau membangun outlet dari harga pasar memiliki harga sekitar Rp 3.000.000,00. Untuk penyewaan tempat akan dilakukan secara 1 tahun dengan luas tempat 3 x 4 memiliki harga sekitar Rp 18.000.000,00 Karyawan karena dilakukan magang sebelum menjadi pegawai tetap, magang akan diberi upah Rp 800.000,00 per bulan jika sudah menjadi pegawai tetap akan naik menjadi Rp 2.000.000,00 gaji akan meningkat seiring seberapa bagus pegawainya. Untuk peralatan dari semua hal total yang akan dibayar sekitaran Rp 6.000.000,00 Untuk Produk setiap minggunya akan membayar sekitar Rp 1.000.000,00

Daftar Pustaka

- Aulia, F. B., Praptono, B., & Dellarosawati, M. (2019). ANALISIS KELAYAKAN USAHA PEMBUKAAN KEDAI DIM SUM DITINJAU DARI ASPEK PASAR , ASPEK TEKNIS , DAN ASPEK FINANSIAL FEASIBILITY ANALYSIS OF THE OPENING OF KEDAI DIM SUM REVIEWED FROM MARKET ASPECTS , TECHNICAL ASPECTS AND FINANCIAL ASPECTS Chart Pertumbuhan E. *E-Proceeding of Engineering*, 6(2), 6014–6019.
- Saji, C., Kfc, P., & Ranotana, M. (2014). Analisis Rantai Pasok Ketersediaan Bahan Baku Di Industri Jasa Makanan Cepat Saji Pada Kfc Multimart Ranotana. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1584–1591.
- Saputra, A. H., & Supangat. (2021). Design of Operational Strategy with Variable-Costing-Based Menu Engineering Information System for Restaurants in Surabaya. *Proceedings of the 2nd International Conference on Business and Management of Technology (ICONBMT 2020)*, 175, 26–30. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210510.006>
- Sari, A. N., Pangestu, S., Erisya, Y., & Putri, A. M. (2021). Analisis Strategic Management Pada Restoran Cepat Saji McDonald ' s. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2917–2927. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1319>

PLAGIARISM SCAN REPORT



Excluded Url : None

Content Checked For Plagiarism

Ringkasan Dengan adanya perkembangan zaman, masyarakat khususnya masyarakat Indonesia disibukkan dengan berbagai kegiatan, seperti bekerja, sekolah, dll. Karyawan dan mahasiswa tidak memiliki banyak waktu luang untuk sarapan atau makan siang. Hal ini dapat menyebabkan penyakit maag yang berbahaya bagi tubuh. **Masyarakat membutuhkan makanan yang dikemas secara modern, praktis dan cepat saji.** Hal ini akan menyebabkan perubahan pola makan pada masyarakat. (Saji et al., 2014) Perubahan gaya hidup perkotaan yang serba praktis membuat masyarakat modern sulit menghindari makanan cepat saji. Karena fast food merupakan makanan siap saji yang praktis, oleh sebab itu masyarakat cenderung lebih menyukainya karena disajikan dengan sangat cepat, dan bersih, serta fast food dapat disediakan kapan saja dan dimakan dimana saja. Industri makanan merupakan industri yang sangat menjanjikan, karena setiap orang pasti membutuhkan makan, sehingga industri ini akan sangat menjanjikan kedepannya. Diantara makanan cepat saji yang beredar, ada satu makanan yang bisa populer yaitu chicken karaage. Makanan berjenis daging ayam goreng tanpa tulang yang dibalut dengan tepung, makanan ini bisa menjadi nilai tambah karena berisikan daging ayam tanpa tulang, yang akan memudahkan konsumen untuk memakanya. Deskripsi perusahaan Perusahaan kami akan diberi nama Kara age wae, kara age wae adalah usaha yang bergerak dalam industri makanan. Makan yang akan dihidangkan adalah makanan berjenis fastfood, makanan yang pembuatannya praktis dan cepat. Perusahaan ini diharapkan dapat memuaskan pelanggan yang tidak memiliki waktu luang untuk menunggu pembuatan makanannya. Tujuan dari Kara age wae ini untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang disibukkan oleh kegiatan dan sedang dikejar oleh waktu yang dimana tidak sempat untuk sarapan atau makan siang, diharapkan konsumen dapat mengisi waktu luangnya untuk dapat sarapan agar bisa menjalani hari dengan lebih baik. Produk Chicken karaage biasanya terbuat dari daging ayam tanpa tulang, tetapi jenis daging lain seperti daging sapi dan ikan juga digunakan. Daging dipotong-potong sebelum dimasak. Kemudian dagingnya direndam dengan bumbu sesuai selera. Biasanya bumbunya terbuat dari campuran kecap asin, bawang putih dan jahe. Bumbu ini disebut juga mirin. Irisan daging dibumbui, kemudian dilapisi tepung dan digoreng dengan minyak yang banyak. Sederhananya, resep ayam goreng ini sangat mirip dengan resep tempura. Chicken karaage biasanya ditambahkan perasan jeruk lemon, mayonaisse atau rasa original tanpa bahan tambahan apapun. Kerenyahan tepung sangat kontras dengan lumernya ayam di mulut Anda. Biasanya, orang menyukai karaage dengan salad atau makanan penutup lainnya. Chicken karaage sangat enak karena untuk memakan makanan ini tidak perlu mengawatirkan adanya tulang jadi makan bisa jadi lebih nyaman dan santai. Analisis pasar Peluang Produk makanan cepat saji ini beragam dan terus berkembang sehubungan dengan pola konsumsi masyarakat. produk makanan cepat saji menjadi populer karena pelayanannya yang cepat, praktis, nyaman dan harganya yang relatif terjangkau. (Sari et al., 2021) Bagi masyarakat kota, makanan cepat saji merupakan jawaban terbatasnya waktu dimana sebagian besar mobilitas kehidupan masyarakat kota dilakukan diluar rumah sehingga tidak punya waktu untuk makan didalam rumah. yang dimana pilihannya harus beli diluar dan makanan cepat saji akan menjadi pilihan pertama. Persaingan Perusahaan makanan cepat saji terbilang banyak saingannya contohnya saja adakan produk makan cepat saji yang sudah besar di Indonesia. Seperti KFC, MCD, AW, CFC, DLL namun produk utama yang disajikan adalah ayam goreng tepung, yang sudah marak sudah di Indonesia bahkan dipinggiran jalan ada yang jualan ayam goreng tepung yang tidak kalah enakya. Namun itu bisa menjadi peluang perusahaan ini karena menu utamanya adanya karaage ayam goreng tepung tanpa tulang, yang dimana masih jarang di Indonesia. Usaha pemasaran Jenis produk Kara age wae akan memiliki produk utama yaitu dengan desain makanan seperti bento akan berisikan nasi, salad, saus, dan karaage beberapa rasa akan ada di produk untuk rasa normalnya adalah karage dengan rasa normal tanpa diberikan bumbu apaun. Rencananya akan ada rasa dengan varian lain yaitu bbq, chesse, dan mentai. Rasa akan bertambah di setiap waktunya. Harga Harga yang diberikan tidak akan terlalu mahal bisa terbilang harga terjangkau, produk dengan rasa original diberi harga Rp 15.000,00. Jika ingiin

menambah rasa dengan varian lain diharuskan menambah biaya Rp 3.000,00 per sausny. Bisa membeli karaagenya saja dengan harga Rp 10.000,00 mendapatkan karaage tanpa nasi dan salad. Distribusi Distribusi atau penjualan produk dilakukan langsung di lokasi konsumen. Karena merupakan makanan cepat saji, maka proses produksi juga dilakukan di tempat penjualan sesuai pesanan konsumen. Desain outlet semenarik mungkin dan akan dekat dengan pelajar dan karyawan seperti universitas, sekolah, kost dan perkantoran. Promosi Promosi produk dilakukan secara online dan offline. Melakukan promosi offline dengan membagikan tester sebelum penjualan produk. Hal ini bertujuan untuk mengenalkan produk dan memahami penerimaan produk oleh calon konsumen. Selain itu, akan membagikan brosur yang menarik agar lebih banyak orang mengetahuinya. (Saputra & Supangat, 2021) Secara online, Kara age war akan membuat akun di media sosial seperti Facebook dan Twitter. Media sosial ini adalah cara untuk menginformasikan Kara age wae dimana lokasi dijual dan menampung segala kritik dan saran. Analisis aspek teknik Lokasi Pemilihan tempat merupakan strategi dalam pemasaran, karena target pasar kita adalah mahasiswa dan karyawan yang memiliki kesibukan.(Aulia et al., 2019) Lokasi akan diproduksi di Surabaya, salah satunya akan ada di dekat area Univeristas di Surabaya, dekat perkantoran atau pasar yang wilayah banyak masyarakatnya. Produksi Produk Produk yang dibuat adalah karaage dengan nasi dan juga salad. Yang akan dikemas dengan bentuk layaknya bento yang bisa minta tambah saus dengan berapa varian dengan tambahan harga tentunya, produksi ento akan dibuat dengan iringan waktu yaitu dengan jangka waktu satu jam. Tiap satu jam akan memproduksi kurang lebihnya akan ada 50 bento. Akan berubah dengan seiring waktu Pemilihan Mesin Menguunakan mesin penggorengan yang besar agar bisa memasak ayam karaage lebih banyak dalam sekali masak, memiliki temperature suhu agar bisa mmebuat masakan lebih bagus. Membeli tempat penghinggat makanan menggunakan lampu ultraviolet agar makanan tetap renyah dan garing. Waktu Sebelum Beroperasi Proses produksi dan penjualan Kara age wae dimulai pada bulan Januari tahun 2022. Yang akan dipekirakan pada bulan April tahun 2022 akan selesai. Dalam proses produksi Kara age wae dilakukan di drumah produksi yang sudah di persiapan, proses produksi dilakuakan pada hari kerja yaitu Senin-Jumat. Outlet pertama terletak di wilayah Universtias Surabaya. Pemilihan tempat merupakan strategi dalam pemasaran, karena target pasar kita adalah mahasiswa dan karyawan

3% Plagiarized

by A Mashuri · 2017 — Hal ini menyebabkan pola makan masyarakat semakin berubah. Masyarakat membutuhkan makanan yang dikemas secara modern, praktis dan cepat saji. Ayam Rica-Rica ...

<https://jpa.ub.ac.id/index.php/jpa/article/view/522>

3% Plagiarized

KEBAB BAKSO BAKAR: INOVASI KULINER KHAS KOTA MALANG MENJADI MODERN SEBAGAI UPAYA PELESTARIAN KULINER BANGSA Grilled Meatball Kebab: Innovation Typical ...

<https://text-id.123dok.com/document/qvr2go1y-kebab-bakso-bakar-inovasi-kuliner-khas-kota-malang-menjadi-modern-sebagai-upaya-pelestarian-kuliner-bangsa-grilled-meatball-kebab-innovation-typical-culinary-of-malang-city-becomes-modern-as-conservation-national-culinaries.html>

3% Plagiarized

Pemilihan tempat merupakan strategi dalam pemasaran, karena target pasar kita adalah mahasiswa dan karyawan yang memiliki kesibukan. Kebab Rica-Rica membuka outlet yang kedua pada bulan Juni 2014 yang berada di luar Universitas. Outlet kedua ini ...

<https://jpa.ub.ac.id/index.php/jpa/article/download/522/379>
