**RENCANA BISNIS CIMOL MOZARELLA BAKOEL\_JAJAN**

**TECHNOPRENEURSHIP A**

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



Di Susun Oleh :

**ADE SYAHPUTRA**

**1151800156**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2021**

**LATAR BELAKANG**

Mengubah dan Memodifikasi pangan khas dari daerah adalah cara merubah bentuk dan rasa makanan khas daerah tanpa harus menghilangkan bentuk dan rasa aslinya,serta memberikan bentuk yang lebih bagus dari aslinya. Produk makanan khas daerah yang di ubah dan di modifikasi tersebut bukan karena makanan tersebut buruk, tetapi agar makanan lebih menarik dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Pada era transformasi digital seperti ini sebagai masyarakat lebih menyukai makanan impor dari pada local. Dengan adanya modifikasi ini diharapkan makanan khas daerah dapat mampu bersaing yang saya produksi ialah cimol mozzarella disajikan dengan berbagai rasa asin, keju, pedas dll. Jajanan ini terbuat dari tepung kanji dan terigu nikmat dimakan saat panas atau dingin. Selain dari itu harganya yang bersahabat / murah adalah salah satu yang menyebabkan cimol merupakan jajanan yang sangat popular di kota Bandung mempunyai cita rasa yang khas sekali sehingga konsumen mencobanya pasti akan ketagihan dan ingin mencobanya lagi.

Dengan adanya inovasi tersebut telah banyak penggemar-penggemar cimol mozarella di digital market seperti di E-Commerce maupun di Sosial Media ataupun di Aplikasi Ojek Online. Bahkan dengan adanya branding di digital market Cimol Mozarella ini cukup terangkat cepat. Di era sekarang teknologi digital telah mengubah cara manusia dalam berkomu- nikasi, bertindak, dan mengambil keputusan. Kegiatan atau Aktivitas pemasaran pun tak lepas dari pengaruh teknologi digital. (Supangat & Anggiawan, 2021) Oleh karena itu diharapkan dengan dengan penjualan cimol mozarella dengan menggunakan digital marketing maupun sosial media dapat membantu perkembangan penjualan produksi tersebut.

**BARANG / JASA YANG DI PRODUKSI**

 Barang / Jasa yang di produksi adalah Frozen Cimol Mozarella

**KEUNGGULAN PRODUK**

Produk saya memiliki keunggulan dimana rasa yang dijamin nikmat dan berbeda dari cimol pada umumnya. Dan produk yang saya buat dapat dijadikan makanan sandingan dalam acara kumpul-kumpul atau menemani mengerjakan tugas. Invosai produk saya adalah selain isian keju yang membuat lebih modern saya menambahkan topping bumbu tambahan pada produk saya agar pelanggan bisa menikmati cimol lebih nikmat.

**ANALISA PERSAINGAN**

Terdapat banyak pesaing dalam hal bisnis penjualan cemilan,tapi saya yakin dengan mutu dan kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau saya dapat merebut hati calon konsumen untuk memilih cimol hasil produksi saya.

**TARGET PEMASARAN**

Target pemasaran yaitu pengguna sosial media, E-commers dan tentunya pengguna aplikasi ojek online.

**STRATEGI PEMASARAN**

Dalam hal stretegi penjualan akan lebih banyak dengan masalah Distribusi,Pemasaran. Strategi pemasaran yang saya lakukan yaitu membranding produk yang saya produksi sendiri dan memperkenalkan produk cimol saya sebagai salah satu cimol dengan cita rasa yang berbeda dari yang lain, juga dilengkapi isian yang lebih modern dan nikmat yang tak kalah sedap di lidah konsumen,baik online maupun offline. Saya secara aktif mempromosikan cimol saya. Dengan strategi ini,diharapkan bisa menimbulkan rasa penasaran bagi para calon konsumen,hingg akhirnya mereka membeli dan percaya untuk mencoba cimol produksi saya.

**ANALISIS TEKNIK**

Melalui pengamatan yang telah dilakukan, cimol mozarella berhasil mendapatkan tempat di masyarakat, dimana banyak masyarakat yang berbondong-bondong membeli dan berkeinginan untuk menjadi reseller. Dengan begitu saya simpulkan bahwa Cimol Mozarella cukup laris dan memasyarakat serta dari segi ekonomi layak untuk dijadikan Produk yang akan dipasarkan. Dengan teknik ini asumsi dari saya adalah produksi Cimol Mozarella ini akan terus meningkat dengan adanya pemanfaatan sosial media yang selalu konsisten. Hal ini juga akan ditunjang sosial media yang digunakan oleh reseller, sehingga banyak yang mengenal cimol mozarella.

**ANALISIS ASPEK MANAJEMEN**

1. **Perencanaan Tenaga Kerja**

Sementara ini tenaga kerja yang kami pilih adalah Pendiri serta Keluarga demi meningkatkan keuntungan yang lebih tinggi.

1. **Perencanaan Pelatihan Kerja**

Pelatihan dimulai dengan mengajarkan bagaiman mengolah adonan, memotong, membuat bentuk, serta memilah produk di dalam kemasan.

**VISI DAN MISI USAHA**

Visi: Menjadikan usaha cimol mozarella ini terus berkembang dan semakin maju dengan kualitas yang terbaik dengan harga yang terjangkau.

Misi: Mengembangkan modifikasi makanan khas Bandung dengan kualitas produk yang terbaik,dan memberikan pelayanan yang terbaik dan ramah.

**DESKRIPSI USAHA**

* Nama perusahaan : bakoel.jajan\_
* Bidang usaha: Bidang kuliner menjalankan usaha makanan ringan dengan cimol isian mozzarella
* Nama produk: Cimol mozzarella
* Lokasi usaha: rumah saya sendiri
* Kegunaan,keunggulan,keunikan atau invasi produk : produk saya memiliki keunggulan dimana rasa dijamin nikmat. Selain itu produk yang saya bikin dapat disajikan saat kumpul-kumpul atau teman mengerjakan tugas. Inovasi produk saya adalah mengubah makanan tradisional khas Bandung menjadi makanan kekinian dan saya juga memberikan topping bumbu berbagai rasa agar cimol lebih nikmat dinikmati.

**RENCANA PEMASARAN**

* Target konsumern : Semua pengguna media sosial,E-Commers dan teman-teman saya
* Wilayah pemasaran : Rumah saya sendiri
* Situasi persaingan: Karna juga banyak produk yang serupa, saya membuat produk saya jauh lebih enak dengan inovasi saya agar mampu bersaing
* Media promosi yang dipilih : Media promosi yang saya gunakan adalah Instagram,Shoppe,Tokopedia,Gofood,Grabfood dan meminta beberapa teman saya untuk mempromosikan.

**RENCANA PRODUKSI**

**Bahan baku**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No  | Nama Bahan | Jumlah kebutuhan  |
| 1 | Tepung tapioca | 3kg |
| 2 | Tepung terigu | 300gram |
| 3 | Air | 2400ml |
| 4 | Keju mozzarella | 1,5kg |
| 5 | Margarin | 100gram |
| 6 | Tepung beras | 100gram |
| 7 | Bawang putih | 24 siung |
| 8 | Bumbu keju | 500gram |
| 9 | Bumbu asin | 500gram |
| 10 | Bumbu pedas | 500gram |
| 11 | Garam | 250gram |
| 12 | Daun bawang | 1 ikat |

 **Alat:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| no | Nama alat | Jumlah kebutuhan |
| 1 | Gas  | 1 unit |
| 2 | kompor | 1 unit |
| 3 | panci | 2 unit |
| 4 | telenan | 1 unit |
| 5 | pisau | 2 unit |
| 6 | Sendok takar | 2 unit |
| 7 | saringan | 1 unit |
| 8 | baskom | 2 unit |
| 9 | Tepak besar | 4 unit |
| 10 | Plastic vakum | 5 pack |
| 11 | Bubble wrap | 1 roll |
| 12 | Plastic klip | 3 pack |

**Proses produksi :**

1. Haluskan bawang putih kemudian campurkan tepung terigu,dan tepung kanji,daun bawang,garam.
2. Rebus air hingga mendidih
3. Tuangkan air yang sudah mendidih kedalam adonan dikit demi sedikit sambil diaduk rata sampai adonan tidak lengket.
4. Ambil sedikit demi sedikit dengan sendok takar dan masukkan keju mozzarella.bulatkan hingga mozzarella tertutup.
5. Rebus cimol setengah matang
6. Masukkan kedalam plastic vakum jika sudah dingin lalu vakum hingga tidak ada udara
7. Awetkan di frezzer

**Rencana manajemen**

1. Bentuk usaha
2. Logo usaha
3. Tim pengelola
4. Rencana UKM mitra

**Rencana keuangan**

Uraian tentang ;

* Sumber pendanaan usaha
* Rencana anggaran biaya
1. Peralatan dan investasi (biaya alat-alat produksi yang dibutuhkan)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Material  | Jumlah  | Harga satuan  | Jumlah  |
| Gas  | 1 unit | Rp.18.000 | Rp.18.000 |
| Kompor | 1 unit | Rp.450.000 | Rp.450.000 |
| Panci  | 2 unit | Rp.50.000 | Rp.100.000 |
| Telenan | 1 unit | Rp.15.000 | Rp.15.000 |
| Pisau  | 2 unit | Rp.20.000 | Rp.40.000 |
| Sendok takar | 2 unit | Rp.2.000 | Rp.4.000 |
| Saringan  | 1 unit | Rp.25.000 | Rp.25.000 |
| Baskom  | 2 unit | Rp.20.000 | Rp.20.000 |
| Tepak besar  | 4 unit | Rp.45.000 | Rp.180.000 |
| Plastic vakum | 4 pack | Rp.20.000 | Rp.80.000 |
| Buble wrap | 1 roll | Rp.35.000 | Rp.35.000 |
| Plastic klip | 3 pack | Rp.2.000 | Rp,6.000 |
|  |  | **TOTAL** | Rp. 973.000 |

1. Biaya variabel ( biaya atas bahan bahan untuk kegiatan produksi)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No  | Nama Bahan | Jumlah kebutuhan  | Harga satuan | Jumlah  |
| 1 | Tepung tapioca | 3kg | Rp.8.500/kg | Rp.25.500 |
| 2 | Tepung terigu | 300gram | Rp.8000/kg | Rp.8.000 |
| 3 | Air | 2400ml | Rp.13.000 | Rp.13.000 |
| 4 | Keju mozzarella | 1,5kg | Rp.95.000 | Rp.95.000 |
| 5 | Margarin | 100gram | Rp.8.000 | Rp.8.000 |
| 6 | Tepung beras | 100gram | Rp.8.000 | Rp.8.000 |
| 7 | Bawang putih | 24 siung | Rp.5.000 | Rp.5.000 |
| 8 | Bumbu keju | 500gram | Rp.25.000 | Rp.25.000 |
| 9 | Bumbu asin | 500gram | Rp.25.000 | Rp.25.000 |
| 10 | Bumbu pedas | 500gram | Rp.25.000 | Rp.25.000 |
| 11 | Garam | 250gram | Rp.3.500 | Rp.3.500 |
| 12 | Daun bawang | 1 ikat | Rp.5.000 | Rp.5.000 |
|  |  |  | **TOTAL** | Rp. 246.000 |

1. Biaya promosi

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Nama  | Jumlah  | Harga per unit | Total |
| Print sticker | 3 roll | Rp.20.000 | Rp.20.000 |
|  |  |  |  |

1. Jumlah total

Jumlah total keseluruhan dari data diatas yaitu :

Uraian jumlah (Rp.)

Biaya bahan baku Rp. 246.000

Biaya peralatan Rp. 973.000

Biaya promosi Rp. 20.000

**DAFTAR PUSTAKA**

Supangat, S., & Anggiawan, F. (2021). *Pemanfaatan Digital Marketing Pt Buka Lapak Dalam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Tahun 2021*. 18. http://repository.untag-sby.ac.id/7394/1/EAS\_E-BISNIS\_FERRY ANGGIAWAN\_1211800322.pdf

**BUKTI UJI PLAGIARSM**

