

EVALUASI AKHIR SEMESTER
BUSINESS PLAN
“KERIPIK PARE HOMEMADE”
(TECHOPRENEURHIP DAN DIGITAL CONTENT A)

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



Oleh:

Fatsansyah Abimas Pratama

1151800212

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lingkup keluarga merupakan sumber kekuatan dan dukungan awal pada seseorang saat akan memulai atau merintis suatu bisnis, dukungan yang positif serta kepercayaan merupakan modal awal yang kuat bagi seseorang agar memulai berbisnis dengan energy yang positif. Pandemi Covid 19 melanda di seluruh dunia bahkan tak luput dari negara Indonesia, dampak yang dirasakan sangat berimbas kepada sektor ekonomi. Dampak tersebut mengakibatkan seluruh kegiatan wirausaha mengalami hambatan serta tidak berjalanya bisnis pada sektor ekonomi. Dengan era yang baru pada masa pandemic ini seluruh pebisnis ataupun wirausahawan untuk memutar otak dan berinovasi dengan mengubah pola serta taktik penjualan agar roda perekonomian terus berjalan.

Kemajuan industri 4.0 juga berpengaruh pada industri teknologi informasi dengan maraknya berbagai platform sosial media seperti facebook, instagram, twitter, tiktok dan lain sebagainya. Hal tersebut merupakan bukti proses komunikasi semakin berkembang, mengalami peningkatan, dan hal tersebut berguna untuk menunjang aktivitas pada sektor ekonomi agar menjadi semakin fleksibel, efisien, dan efektif. Kondisi lingkungan yang ada juga berpengaruh terhadap revolusi dunia industri digital, kasus pandemic ini memunculkan solusi agar setiap wilayah diseluruh negara saling berusaha untuk tetap bertahan hidup (Septiadi et al., 2019).

Masa pandemic juga memberi peluang besar terhadap pelaku usaha atau bisnis yang memanfaatkan sosial media seperti facebook, instagram, twitter, tiktok dan lain sebagainya yang mengemas segi pemasarannya melalui digital content. Hal tersebut banyak dimanfaatkan oleh para pegawai atau karyawan yang menjadi korban PHK / pemecatan oleh perusahaan, dan dimanfaatkan dengan baik sehingga dapat menjadi solusi untuk meraih kesuksesan (Hermanto et al., 2017).

Bisnis homemade atau skala rumahan menjadi pilihan opsi yang bagus bagi seorang wirausahawan yang baru memulai dan hendak merintis suatu usaha, pemilihan gagasan business plan dengan ide berupa "*Keripik Pare Homemade*". Ide tersebut didapatkan karna pare merupakan salah satu jenis sayuran yang identik dengan rasanya yang pahitnya. Sayuran ini tidak begitu diminati oleh masyarakat karena rasa pahit yang terkandung di dalamnya. Meskipun rasanya pahit dan kurang diminati, Pare

mengandung banyak nutrisi yang baik untuk kesehatan tubuh. Hal tersebut berpeluang menciptakan ide bisnis berupa kripik pare karena keunikan dari segi rasanya yang pahit serta menjadi tantangan agar mampu mengolahnya dan bisa diminati bagi masyarakat.

1.2 Sasaran

Sasaran dari "*Kripik Pare Homemade*" ini yaitu masyarakat luas. Mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa. Karena Produk Kripik merupakan produk camilan yang ringan dan disukai oleh semua kalangan masyarakat.

1.3 Kelayakan Bisnis

Produk yang ditawarkan kepada konsumen merupakan olahan dari sayuran pare yang yang terpilih serta berkualitas dan dikemas menjadi kripik pare dengan packaging menggunakan plastic clip sehingga tahan lama dan tetap terjaga kualitasnya.

BAB II

DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1 Bentuk Usaha

Keripik Pare Homemade merupakan Keripik yang diolah dari Sayur Pare dengan menggabungkan berbagai rempah-rempah dan menghasilkan cita rasa unik dan enak. Seperti yang diketahui bahwa sayur Pare terkenal dengan salah satu sayur yang memiliki rasa khas yaitu pahit. Beberapa masyarakat enggan makan sayur Pare karena jika tidak diolah dengan baik akan menghasilkan rasa pahit, padahal bila ditelisik, Pare memiliki banyak kandungan vitamin salah satunya Vitamin A dan C, folat, niacin, asam pantotenat, dll. Pare juga merupakan sumber energi, protein, karbohidrat, dan serat yang baik bagi kesehatan tubuh. Maka dari itu Keripik Pare hadir memberikan angin segar dan mengubah stigma masyarakat mengenai Pare yang pahit. Keripik Pare Homemade kami olah dengan cara dan teknik yang benar agar Pare menjadi enak dan sedap dikonsumsi. Kami beri variasi konsumsi dengan membuat Pare menjadi Keripik yang biasa dikonsumsi masyarakat Indonesia sebagai camilan saat sedang berkumpul dengan keluarga maupun teman.

2.2 Visi Misi

Visi yang dimiliki yakni menciptakan suatu produk dengan olahan sayur pare dengan citarasa yang nikmat dan mampu dinikmati bagi banyak kalangan masyarakat dan memberi kesan sebagai produk camilan sehat dan juga berkualitas saat dikonsumsi ataupun dijadikan produk oleh-oleh.

Misi yang dituju yakni terus melakukan inovasi baik dari segi pengembangan produk maupun menghadirkan citarasa yang lebih beragam bagi Keripik Pare Homemade sehingga mampu meningkatkan kualitas pemasaran dan juga berdampak pada loyalitas pembelian konsumen terhadap produk tersebut.

2.3 Tujuan

- a. Menjadikan pribadi yang berinovatif dan juga kreatif akan pengembangan wirausaha rumahan yang dirintis.
- b. Melatih menjadi pribadi yang mandiri serta mengembangkan bakat dan minat dalam diri (softskill)
- c. Melatih mental dan hardskill agar mau berkembang dan tidak tertinggal oleh pesaing bisnis yang lain.

- d. Membantu menemukan dan memecahkan permasalahan terkait wirausaha rumahan yang dijalani dengan pemikiran dan juga gagasan-gagasan kritis.

2.4 Kepemilikan

| | | |
|----|------------------------|---------------------------------|
| 1. | Nama | Fatsansyah Abimas Pratama |
| 2. | Jenis Kelamin | Laki-Laki |
| 3. | Tempat, Tanggal Lahir | Surabaya, 12 Agustus 1999 |
| 4. | Alamat | Jl. Keputih IV/20 RT 003/RW 002 |
| 5. | No. Telepon | 081230469709 |
| 6. | E-mail | abimaspratama97@gmail.com |
| 7. | Peran dalam perusahaan | Owner |

| | | |
|----|-------------------|---------------------------------|
| 1. | Nama Perusahaan | Keripik Pare Homemade |
| 2. | Bidang Usaha | Kuliner |
| 3. | Jenis Produk | Camilan (Keripik) |
| 4. | Alamat Perusahaan | Jl. Keputih IV/20 RT 003/RW 002 |
| 5. | No. Telepon | 081230469709 |
| 6. | E-mail | abimaspratama97@gmail.com |

2.5 Barang

Produk yang dijual kepada konsumen berupa olahan “Keripik Pare Homemade” yang disajikan dalam wujud keripik, terdapat manfaat yang diperoleh konsumen terhadap pembelian produk yakni:

- a. Olahan citarasa pare yang unik dan nikmat
- b. Packaging yang berkualitas sehingga cocok dijadikan seserahan atau oleh-oleh.
- c. Kualitas, mutu dan citarasa yang terjamin karena bahan dipilih dan tersaji dengan kualitas tinggi.
- d. Berbagai varian rasa yang tersaji dalam keripik pare homemade ini.

BAB III

ASPEK PASAR

3.1 Peluang Bisnis

Pesaing yang sama untuk produk Keripik Pare Homemade ini masih terbilang sedikit. Karena masih jarang orang yang menyadari bahwa Pare yang memiliki ciri khas rasa Pahit ini bisa dijadikan Keripik yang enak dan sedap dikonsumsi. Untuk harga yang dipatok terbilang relative terjangkau ditambah dengan adanya pilihan rasa yang beragam. Hal ini, tentu menjadi peluang besar dalam menjalankan bisnis Keripik Pare Homemade.

3.2 Rencana dan Strategi Pemasaran

- a. Pada awal pengenalan produk, kami akan melakukan penjualan di sekitar rumah produksi untuk memperkenalkan produk baru pada populasi kecil sasaran pasar produk.
- b. Kemudian secara bertahap kami akan mulai menjual produk ke luar desa melalui promosi media social (Whatsapp).
- c. Mengikuti bazar mingguan untuk memperkenalkan produk ke masyarakat luas.
- d. Kami juga akan memberikan promo penjualan untuk menarik minat beli konsumen kepada produk baru yang kami tawarkan.
- e. Selanjutnya, penjualan akan kami perluas dengan promosi online melalui media online dan market place seperti Shopee dan Tokopedia.

BAB IV

ASPEK TEKNIK

4.1 Pra Produksi (Produk)

Hal pertama yang dilakukan pada tahap ini yaitu melakukan survey pasar yang dilakukan sebagai langkah awal dalam memulai usaha. Tujuannya untuk mengetahui kondisi pasar sehingga dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan selera masyarakat dan tentu konsumen sasaran, dan juga untuk membandingkan harga-harga diberbagai tempat yang cocok serta digunakan untuk perencanaan inovasi lebih lanjut.

Untuk bahan baku utama yaitu berupa Pare yang dicari dari pasar tradisional agar mendapatkan harga termurah dan juga bisa membantu perekonomian UMKM. Untuk bahan pelengkap seperti tepung, telur, gula, bumbu serta bahan pendukung lainnya juga dibeli dari pedagang yang ada di pasar tradisional.

Sedangkan peralatan produk yang akan digunakan untuk saat ini menggunakan oven kompor dan juga wajan untuk penggorengannya. Sementara untuk plastik kemasan (standing pouch) didapat di pasaran ataupun didapat dari berbagai toko plastik terdekat.

4.2 Persiapan Bahan Baku

Pada tahap ini dipastikan bahan baku dan alat yang diperlukan sudah tersedia dan siap pakai. Penyediaan bahan baku dan alat sendiri berupa :

- a. Alat :
 1. Pisau
 2. Talenan
 3. Wadah
 4. Centong pengaduk
 5. Wajan
 6. Blender
 7. Kompor
 8. Sudip/sutil
 9. Oven kompor
 10. Plastik kemasan (Standing Pouch)
- b. Bahan :
 1. Pare
 2. Bawang putih

3. Gula
4. Garam
5. Air
6. Kemiri
7. Ketumbar
8. Telur 2 butir
9. Daun jeruk
10. Micin
11. Penyedap rasa
12. Kertas minyak
13. Minyak goreng

4.3 Pembuatan Produk

Mengolah Pare :

1. Pare dibelah menjadi 2 bagian secara vertikal, lalu buang isi Pare. Kemudian dipotong tipis bulat sesuai dengan bentuk Pare.
2. Setelah dipotong, cuci hingga bersih lalu direndam dengan air garam $\pm 5-10$ menit agar Pare menjadi lembek.
3. Kemudian setelah dicuci bersih, tiriskan. Lalu bilas Pare yang masih terdapat air garam. Tiriskan agar tidak ada kandungan air dalam Pare.
4. Langkah berikutnya, haluskan bawang putih 5-6 siung, ketumbar, kemiri, garam, dan gula secukupnya. Lalu potong 2 lembar daun jeruk tipis-tipis memanjang.
5. Campurkan tepung terigu dan tepung beras masing-masing 250 gram, sampai menyatu. Lalu setelah tercampur tambahkan 2 butir telur. Kemudian tambahkan bumbu yang sudah dihaluskan pada step 4. Berikutnya tambahkan air sampai tekstur adonan tidak terlalu encer.
6. Kemudian campur Pare yang telah lembek dan sudah ditiriskan ke dalam adonan sampai bagian Pare terlumuri dengan sempurna.

Mengolah Pare Menjadi Keripik Pare :

1. Siapkan wajan dan tuang minyak kedalam wajan secukupnya. Pastikan bahwa minyak goreng dapat membuat Pare berada di permukaan saat digoreng (Pare harus terendam oleh minyak).

2. Kemudian panaskan minyak goreng diatas kompor dengan api sedang, agar Keripik Pare matang secara merata.
3. Goreng Pare yang telah terlumuri adonan sampai kering sampai warna Pare coklat keemasan.
4. Lalu setelah berubah warna menjadi coklat keemasan, angkat Keripik Pare dan tiriskan diatas kertas minyak yang sudah disiapkan.
5. Jika semua Pare sudah digoreng dan sudah ditiriskan diatas kertas minyak, masukkan Keripik Pare tersebut kedalam oven kompor diatas kompor selama ± 5 menit. Agar Keripik Pare tahan lama dan teksturnya lebih renyah, selain itu agar kandungan minyak dalam Keripik Pare berkurang.
6. Setelah ± 5 menit keluarkan Keripik Pare dari oven kompor, tunggu hingga dingin dan kemudian kemas Keripik Pare dengan plastik kemasan standing pouch ukuran 16x24cm hingga penuh.

4.4 Pengemasan Produk

Pengemasan produk Keripik Pare akan dikemas menggunakan plastik standing pouch dengan ukuran 16x24 cm dengan tujuan agar produk tetap aman dan renyah. Standing pouch yang digunakan untuk mengemas keripik pare ini full plastik dan disertai dengan zipper untuk memudahkan membuka dan menutup kemasan. Penggunaan zipper pada kemasan juga membuat produk dapat disimpan kembali dengan rapat jika tidak dapat dihabiskan secara langsung.

4.5 Pengecekan Produk

Proses pengecekan produk berupa pengecekan hasil produksi yang terdiri dari kualitas kebersihan, keamanan makanan, kerapihan pengemasan, dan juga memastikan kemasan sudah tertutup dengan rapat agar produk Keripik Pare ini tetap renyah saat sampai ke tangan pembeli.

4.6 Publikasi dan Pemasaran Produk

Publikasi dan pemasaran produk akan dilakukan melalui online seperti aplikasi Whatsapp. Dan juga dengan cara pemasaran word of mouth atau disebut dengan pemasaran dari mulut ke mulut, dari satu orang ke orang lainnya tanpa adanya paksaan. Word of mouth ini kami anggap cukup efektif untuk produk Keripik Pare dikarenakan adanya kepercayaan dari pembeli yang sudah mencoba Keripik Pare ini.

BAB V

ASPEK MANAJEMEN

5.1 Masa Pembangunan

Masa lamanya pembangunan perusahaan bisnis Keripik Pare Homemade ini berkisaran 1 tahun. Dengan rincian 2 bulan pertama melakukan penjualan langsung disekitar rumah produksi dan memberikan promo penjualan untuk memperkenalkan produk. Berikutnya melakukan penjualan secara online yang hanya melalui Whatsapp dengan pengiriman dalam kota saja. Kemudian pada bulan ke 4 tetap melakukan penjualan langsung disekitar rumah produksi dan meningkatkan penjualan online melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, facebook dan lain sebagainya dengan pengiriman luar kota. Kemudian menambah varian rasa Keripik Pare agar lebih inovatif dan menarik minat beli konsumen. Dan pada masa 1 tahun membuka akun penjualan di market place seperti Shopee dan Tokopedia untuk memperluas sasaran pasar produk.

BAB VI
ASPEK FINANSIAL

6.1 Anggaran Biaya

| | | |
|---------------|-------------------|---------------|
| 1. | Biaya Operasional | Rp. 100.000 |
| 2. | Biaya Habis Pakai | Rp. 158.000 |
| 3. | Biaya Tetap | Rp. 915.000 |
| 4. | Biaya Lain-lain | - |
| Jumlah | | Rp. 1.173.000 |

6.2 Biaya Habis Pakai

| No. | Jenis Pengeluaran | Volume | Harga Satuan | Jumlah |
|--------------|--------------------------------|---------------|--------------|-------------|
| 1. | Pare | 5kg | Rp. 7000 | Rp. 35.000 |
| 2. | Tepung Terigu | 1kg | Rp. 11000 | Rp. 11.000 |
| 3. | Tepung Beras | 1kg | Rp 13.000 | Rp. 13.000 |
| 4. | Bawang Putih | 1/4kg | Rp. 6.500 | Rp. 6.500 |
| 5. | Ketumbar | 2 Plastik | Rp. 2000 | Rp. 4.000 |
| 6. | Micin Sasa | 1 Plastik | Rp. 2000 | Rp. 2.000 |
| 7. | Garam Dapur | 1 Plastik | Rp. 5000 | Rp. 5.000 |
| 8. | Gula | 1/4kg | Rp. 3.500 | Rp. 3.500 |
| 9. | Penyedap Rasa | 2bks | Rp. 500 | Rp. 1.000 |
| 10. | Telur | 1/4kg | Rp. 2000 | Rp. 14.000 |
| 11. | Minyak Goreng | 2liter | Rp. 26.000 | Rp. 26.000 |
| 12. | Daun Jeruk | - | Rp. 2000 | Rp. 2.000 |
| 13. | Kemiri | - | Rp. 4000 | Rp. 4.000 |
| 14. | Plastik Kemasan Standing Pouch | Isi 50 lembar | Rp. 29.000 | Rp. 29.000 |
| 15. | Kertas Minyak | 12 lembar | Rp. 2000 | Rp. 2.000 |
| Total | | | | Rp. 158.000 |

6.3 Biaya Tetap

| No. | Jenis Pengeluaran | Volume | Harga Satuan | Jumlah |
|--------------|--------------------|--------|--------------|--------------------|
| 1. | Wajan | 2 | Rp. 25.000 | Rp. 50.000 |
| 2. | Kompor dan Gas | 1 | Rp. 450.000 | Rp. 450.000 |
| 3. | Wadah | 3 | Rp. 15.000 | Rp. 45.000 |
| 4. | Blender | 1 | Rp. 150.000 | Rp. 150.000 |
| 5. | Oven Kompor | 1 | Rp. 120.000 | Rp. 120.000 |
| 6. | Alat Dapur Lainnya | 1 | Rp. 100.000 | Rp. 100.000 |
| Total | | | | Rp. 915.000 |

6.4 Biaya Operasional

| No. | Jenis Pengeluaran | Volume | Harga Satuan | Jumlah |
|--------------|---------------------------|--------|--------------|--------------------|
| 1. | Biaya Transportasi | 1 | Rp. 50.000 | Rp. 50.000 |
| 2. | Biaya Promosi & Pemasaran | 1 | Rp. 50.000 | Rp. 50.000 |
| Total | | | | Rp. 100.000 |

DAFTAR PUSTAKA

- Aksana, L., Andjariani, E. W., Melati, A. D. K., & Amrin, S. F. (2020). UPAYA PEMBERDAYAAN DAN PENINGKATAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT SEBAGAI KOPI HERBAL Lik Aksana Endang Wahyu Andjariani Arista Dwi Kusuma melati Siti Fadilah Amrin Abstrak. *Pengabdian Masyarakat Dosen Indonesia*, 3, 5–10.
- Hashfi, S. M. (2021). *Analisis Strategi Marketing @ Gamisanak _ Rahmahshop Surabaya Melalui Instagram*. 15. <http://repository.untag-sby.ac.id/7446/1/Eas Technopreneurship Sharfan 1151700240.pdf>
- Hermanto, A., Supangat, S., & Mandita, F. (2017). Evaluasi Usabilitas Layanan Sistem Informasi Akademik Berdasarkan Kombinasi ServQual dan Webqual Studi Kasus: SIAKAD Politeknik XYZ. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 3(1), 33–39.
- Novaria, R., Rohimah, A., Norhabiba, F., & Sujianto, A. E. (2019). PKM Keripik Pare dan Stik Lidah Buaya di Desa Wisata Kampung Lawas Maspati Kota Surabaya. *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)*, 7(1), 34–40.
- Permana, E., Indra Lasmana Tarigan, I. L. L. M., & Adhitya Eko Bagus, Y. A. O. T. (2019). Peningkatan Dan Pemberdayaan Industri Keripik Pare Di Jambi. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 2, 1176–1180. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v2i0.365>
- Rintyarna, B. S., & Qodariyah, N. (2020). Inovasi Produk Pare Menjadi Aneka Olahan Pare. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks*, 6(1), 67–72.

Cek Plagiarism

88% Konten unik

12% Konten yang dijiplak

✓ COMPLETED 100%

Buat Laporan Plagiarisme

Download the Secure Browser
Secure your network and...
Learn More

Kata Kunci Kata Kepadatan

| 1- word | 2- words | 3- words |
|---------|----------|----------|
| yang | | 4.71% |
| pare | | 3.01% |
| dengan | | 2.61% |
| produk | | 2.2% |

Feedback

Kata Kunci Kata Kepadatan

| 1- word | 2- words | 3- words |
|---------|----------|----------|
| yang | | 4.71% |
| pare | | 3.01% |
| dengan | | 2.61% |
| produk | | 2.2% |
| akan | | 2.1% |

Feedback

Alat Populer