

**BUSINESS PLAN PRODUCT “SOFT COOKIES”
(KUE KERING)**

Technopreneurship Digital Content A

Supangat, M Kom, ITIL, COBIT.



Oleh

M.FIRLLP

1151800023

Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

2021

BAB I

Latar Belakang

Makanan merupakan hal mendasar dalam kehidupan manusia sebagai salah satu sumber tenaga untuk memulai aktivitas, selain itu juga membantu dalam memaksimalkan kegiatan sehari-hari. Terdapat dua jenis makanan yakni makanan berat dan ringan. Makanan berat contohnya seperti lauk pauk dan nasi yang kita makan sehari-hari. Sedangkan, makanan ringan yakni cemilan-cemilan yang biasanya dimakan saat bosan dengan makanan berat. Kue kering merupakan salah satu pendamping yang tepat untuk sekadar menemani berkegiatan, seperti saat belajar, menonton, ataupun bercengkrama dengan teman dan keluarga.

Camilan populer yang sedang digandrungi oleh masyarakat luas salah satunya yakni *Soft Cookies*. Rasanya yang manis dan teksturnya yang lembut serta dapat dipadukan dengan minuman hangat ataupun dingin. *Soft Cookies* ini tersedia berbagai macam rasa dengan topping dan isian yang beragam, tersedia pula dalam berbagai ukuran, kecil, sedang, hingga besar.

Untuk mendapatkan rasa yang khas dan lezat, kami menggunakan bahan-bahan premium dan tentu saja halal, selain itu dalam pengolahannya kami tetap menjaga protokol kesehatan serta menjaga kebersihan alat dan bahan kami, hal ini bertujuan agar produk yang kami buat benar-benar berkualitas dan lolos dalam seleksi badan pengawas obat dan makanan (BPOM). Sedangkan harga yang kami patok untuk *Soft Cookies* ini akan sesuai dengan kualitas yang kami sajikan, untuk target pasar kami yakni para pecinta kue kering dari berbagai usia, dengan beberapa penjelasan di atas maka kami cukup yakin bahwa usaha kami ini akan menjadi usaha yang akan populer dikalangan pecinta kue kering, mengingat tingkat persaingan dalam peluang usaha ini sudah cukup banyak, maka kami akan berusaha dalam membuat cita rasa yang khas dan lezat, serta tampilan yang menarik yang dalam usaha ini yakni berbentuk emoji.

BAB II

Deskripsi Perusahaan

PROFIL USAHA

Jenis Usaha yang Dikelola Usaha ini bergerak di bidang makanan yaitu kue kering. Kami memilih usaha di bidang makanan khususnya kue kering karena disesuaikan dengan peminat dan modal yang kami miliki serta faktor-faktor lain yang menjadi pendukung pengembangan usaha ini.

Tujuan

- a) Untuk mendapatkan laba
- b) Untuk mengembangkan kreatifitas dibidang kue kering
- c) Menambah pengalaman berwirausaha bagi pemula
- d) Untuk mencapai target penjualan

BAB III

Analisa Peluang Usaha

1. Kekuatan (Strength)

Dari usaha kue kering (*Soft Cookies*) yang kami lakukan, memiliki beberapa kekuatan, yakni:

- ✓ Memiliki banyak aneka rasa yang enak dan berbagai bentuk kreasi yang unik, agar anak-anak juga suka untuk mengonsumsinya.
- ✓ Harga yang terjangkau dengan kualitas yang maksimal.

2. Kelemahan (Weakness)

Kelemahan yang terdapat dalam usaha kue kering (*Soft Cookies*) kami, yakni diantaranya:

- ✓ Kue kering yang kami buat tidak memakai bahan pengawet, sehingga tidak dapat bertahan lama, kurang lebih 3 bulan.
- ✓ Kue kering yang kami jual sudah banyak dijumpai pada outlet lain yang juga membuka usaha kue kering.
- ✓ Kue ini dapat berubah warn jika terkena sinar matahari langsung dalam waktu lama.
- ✓ Harga tergantung dengan bahan-bahan yang kami gunakan, jika bahan naik maka harga pun dapat berubah.

3. Peluang (Oppurtunity)

Usaha kue kering (*Soft Cookies*) ini mempunyai peluang, diantaranya:

- ✓ Menerima pesanan kue kering untuk acara-acara tertentu missal, arisan, acara ulang tahun, dll.
- ✓ Menerima pesanan parcel untuk acara-acara keagamaan, seperti Idul Fitri, dll.

4. Ancaman (Threat)

- ✓ Terdapat pedagang-pedagag yang menjual kue kering dengan cara berkeliling.
- ✓ Terdapat banyak penjual yang memakai bahan pengawet dalam menjual kue kering.
- ✓ Banyaknya pesaing yang menjual dengan harga murah.

BAB IV

Analisis Aspek Pasar

1. Lingkungan Usaha

Salah satu yang menjadi pendukung dalam pengembangan pemasaran yang kami jalankan adalah dari segi lokasinya. Selain itu, harga yang kami tawarkan sesuai dengan kualitas dan kuantitas produk. Di Surabaya jenis usaha di bidang makanan khususnya kue kering memiliki peluang yang menjanjikan, karena kue kering termasuk jenis makanan yang mudah diterima di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, kami bertekad mengembangkan usaha kue kering (*Soft Cookies*) karena ditunjang dari banyaknya peluang dalam mengembangkan jenis usaha ini.

2. Kondisi Pasar

Sudah cukup banyak kompetitor-kompetitor yang bergerak dibidang usaha yang sama. Akan tetapi, kami mencoba mengeluarkan inovasi berbeda dari produk-produk yang telah ada di pasaran. Kami menawarkan berbagai macam rasa dan kreasi dengan harga yang ekonomis, dan yang paling penting sehat dan higienis. Dengan ini, kami yakin produk yang kami miliki mampu bersaing dan laku dipasaran.

3. Rencana Pemasaran

Usaha kue kering ini cukup populer di pasaran, sehingga dalam pemasarannya kami berkomitmen akan memberikan rasa yang lezat dengan harga yang ekonomis sesuai dengan kualitas yang kami sajikan. Kami juga menghindari pemakaian bahan pengawet sehingga sehat dikonsumsi. Kami akan menyebar pamphlet yang berisi alamat dan juga nomor telepon, sehingga konsumen yang ingin memesan dapat langsung ke rumah produksi ataupun melalui via telepon. Jika pelanggan kami sudah cukup ramai, maka kami akan membuka outlet resmi dan online store (Instagram, Twitter, Facebook) untuk mempermudah para pelanggan kami dalam memesan kue.

Strategi

Strategi yang kami lakukan yakni memberikan pelayanan maksimal dan kualitas yang terbaik kepada para konsumen kami, sehingga konsumen kami melakukan repeat buying yang pada akhirnya akan menjadi konsumen atau pelanggan tetap.

Promosi

Dalam mempromosikan kue kering (*Soft Cookies*) ini kami akan memanfaatkan dengan semaksimal mungkin teknologi media sosial. Khususnya media sosial Instagram, Twitter dan Facebook. Kami memilih 3 sosial media tersebut, karena memiliki keunikan dan kreasi tersendiri serta jangkauan audiens yang beragam. Instagram mempunyai format yang menarik yakni berupa visual sehingga iklan yang dibuat juga harus berbentuk foto maupun video. Produk akan dibuatkan akun yang isinya konten berupa foto dan video dari produk brand. Begitu pula dengan Twitter, yang fokus pemasarannya melalui content writer yang lugas dan mengikuti trending, sedangkan Facebook dengan jangkauan audiens yang beragam serta mudah diakses oleh orangtua. Kami memiliki target audiens mulai dari kalangan anak remaja hingga orang dewasa usia 15 tahun hingga usia 50 tahun.

Iklan

Mengenai iklan, kami memanfaatkan media sosial Instagram dan Tik Tok. Kami memilih platform Instagram dan Tik Tok, karena jumlah penggunaannya yang sangat tinggi di Indonesia. Serta, dalam platform tersebut terdapat banyak fitur yang dapat kami manfaatkan untuk melakukan promosi produk kami.

Packaging

Bukan hanya mengutamakan kualitas produknya saja, namun kami juga sangat memperhatikan mengenai pengemasan produk yang kami jual. Kami memberikan berbagai pilihan kemasan yang unik dan eksklusif, setiap pengemasan akan disesuaikan dengan pembelian pelanggan seperti pembelian via outlet offline kami dan via online store, kami juga menyediakan pilihan kemasan khusus hampers dan parcel ataupun kado.

Sales promotion

Jika penjualan kue kering melebihi target, kami berencana akan memberikan bonus kepada pelanggan setia kami yang membeli kue di atas harga Rp. 100.000, juga memberikan berbagai macam promo diskon dari 20-50% dengan syarat dan ketentuan tertentu. Jika pembelian melalui aplikasi pesan-antar kami akan memberikan gratis ongkir kepada pelanggan.

Analisis Aspek Teknik

A. Alokasi Usaha

Rumah produksi usaha ini akan berlokasi di kota Surabaya, khususnya daerah Surabaya Barat. Kami memilih lokasi tersebut, karena kami belum membuka outlet resmi, sehingga pemesanan dan pemasaran masih berasal dari rumah produksi.

BAB VI

Analisis Aspek Manajemen

Progress pembangunan Bisnis

Proses pembangunan bisnis ini kami rencanakan agar terus berkembang, sehingga di masa depan bisnis ini dapat terus membuka cabang di seluruh Indonesia. Kami menargetkan 2 tahun yang akan datang, outlet resmi kami dapat membuka cabang di seluruh provinsi Jawa Timur.

Bentuk Bisnis

Bisnis yang kami jalankan berbentuk perseorangan.

Jumlah Karyawan

Jumlah Karyawan di Perusahaan kami saat ini masih terhitung sekitar 8 orang dan selanjutnya akan terus bertambah seiring dengan pembukaan outlet resmi.

BAB VII

Analisis Aspek Finansial

Biaya produksi

No	Jenis Bahan	Harga
1	Mentega	Rp. 4.000/pack
2	Gula halus	Rp. 12.000/kg
3	Vanili	Rp. 3.000/botol
4	Telur	Rp. 14.500/kg
5	Tepung terigu	Rp. 8.000/kg
6	Dark cooking chocolate	Rp. 8.000/pack
7	Susu cream	Rp. 7.000/pack
8	Mentega tawar	Rp. 5.000/pack
9	Pewarna atau pasta coklat	Rp. 6.000/pack

Biaya bahan per-paket

No	Jenis Bahan	Harga
1	200 gr Mentega	Rp. 2.500
2	150 gr Gula halus	Rp. 2.650
3	½ sdt Vanili	Rp. 2.000
4	1 kuning Telur	Rp. 2.000
5	300 gr Tepung terigu	Rp. 3.100
6	200 gr Dark cooking chocolate	Rp. 6.600
7	75 ml Susu cream	Rp. 4.750
8	1 sdt Mentega tawar	Rp. 700
9	1 sdm pasta coklat	Rp. 500
	Total	Rp. 24.800

Biaya peralatan (gas LPG 3kg + listrik)/paket = Rp. 7.200

Gaji karyawan/paket = Rp. 12.000

Total biaya produksi kue per-paket = biaya bahan + biaya peralatan + gaji karyawan
= Rp. 24.800 + Rp. 7.200 + Rp. 12.000
= Rp. 44.000

Harga Jual

Adapun harga jual kue per-paket:

- Kemasan kecil (10 bungkus)

Harga @bungkus = Rp. 6.000

Total = 10 x Rp. 6.000 = 60.000

- Kemasan besar (2 bungkus)

Harga @bungkus = Rp. 27.000

Total = 2 x Rp. 27.000

= Rp. 54.000

Harga Jual

Laba untuk kemasan kecil = total harga - total biaya produksi

= Rp. 60.000 – Rp. 44.000

= Rp. 16.000

Laba untuk kemasan besar = total harga – total biaya produksi

= Rp. 54.000 - Rp. 44.000

= Rp. 10.000

Daftar Pustaka

- [1] Mohammad, Walidi, and Supangat Supangat. "STRATEGI MARKETING DIGITAL CONTENT (UPWORK)." *STRATEGI MARKETING DIGITAL CONTENT (UPWORK)* (2021).
- [2] Supangat, Supangat. "ANALISIS STRATEGI MARKETING@ GAMISANAK_RAHMAHSHOP SURABAYA MELALUI INSTAGRAM." *ANALISIS STRATEGI MARKETING@ GAMISANAK_RAHMAHSHOP SURABAYA MELALUI INSTAGRAM* (2021).
- [3] Supangat, Supangat. "PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PT BUKA LAPAK DALAM MENGEMBANGKAN UMKM MELALUI MARKETPLACE." *PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PT BUKA LAPAK DALAM MENGEMBANGKAN UMKM MELALUI MARKETPLACE* (2021).

Hasil Plagiat

paperpass.net/reports

PaperPass.net Mengunggah Laporan Akun Indonesia Keluar

Waktu diteteki makalah tergantung pada jumlah kata dalamnya, biasanya laporan plagiarisme akan selesai dalam satu jam.

Judul	Status	Kesamaan	Laporan	Waktu pengiriman
ess tehcnopreterunship	Selesai	6%	Membaca laporan	2021-12-25 13:03

[Hapus](#)

Peringatan: Laporan disimpan di sistem selama 100 hari. Silakan unduh laporannya sesegera mungkin.

Barang Hukum Kebijakan pribadi, Kebijakan Pengguna, Kebijakan pengembalian

Hubungi kami service@paperpass.net

Copyright ©2021 PaperPass.net

Bukti Upload ke Repository Untag