**BUSSINESS PLAN**

**“CIRENG ISI DAGING”**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas

Technopreneur Digital Content A

Supangat, M.Kom, ITIL, COBIT.



Oleh :

Natalia Erika Destianti (1151800146)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA 2021**

**KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkatnya saya dapat menyelesaikan tugas business plan yang diberikan oleh bapak **Supangat, M.Kom, ITIL, COBIT.** sebagai dosen pengampu mata kuliah Technopreneurship Digital Content. Business Plan merupakan salah satu faktor pengukur bagi mahasiswa dalam memenuhi mata kuliah Kewirausahaan, dimana dari rencana bisnis yang dibuat bisa menjadi jembatan bagi seseorang untuk memulai suatu usaha. Saya menyadari bahwa makalah ini masih jauh dari sempurna, baik dari teknik penulisan maupun materi mengingat kemampuan yang kami miliki. oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu saya harapkan demi kesempurnaan makalah ini. Sebelumnya, saya mohon maaf jika terdapat kata-kata yang kurang berkenan. Semoga dengan penyusunan makalah ini memberikan manfaat bagi pembaca sehingga dapat menambah pengetahuan dan pemahaman diri. Akhir kata, saya sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan makalah ini. Semoga Allah SWT senantiasa meridhai segala usaha kita. Aamiin.

26 Desember 2021

Penulis



 Natalia Erika D.

 1151800146

# **DAFTAR ISI**

[KATA PENGANTAR ii](#_Toc91330020)

[DAFTAR ISI iii](#_Toc91330021)

BAB I [PENDAHULUAN 1](#_Toc91330022)

[1.1 Latar Belakang 1](#_Toc91330023)

[1.2 Visi dan Misi Usaha 2](#_Toc91330024)

[1.3 Tujuan Usaha 2](#_Toc91330025)

[1.4 Manfaat Usaha 3](#_Toc91330026)

[1.5 Konsep Usaha 3](#_Toc91330027)

[1.6 Data Usaha 3](#_Toc91330028)

[1.7 Data Pemilik](#_Toc91330029) 3

BAB II [ANALISIS ASPEK PASAR 4](#_Toc91330031)

[2.1 Aspek Pasar 4](#_Toc91330032)

[2.1.1 Gambaran Umum Pasar dan Sasaran 4](#_Toc91330033)

[2.1.2 Jenis Produk Yang Dipasarkan 4](#_Toc91330034)

[2.1.3 Target Pasar 4](#_Toc91330035)

[2.1.4 Pesaing 4](#_Toc91330036)

[2.1.5 Sasaran Pembeli 4](#_Toc91330037)

[2.1.6 Strategi STP *(Segmentation, Targeting, Positioning)* 5](#_Toc91330038)

[2.2 Aspek Pemasaran 5](#_Toc91330039)

[2.2.1 Promosi 5](#_Toc91330040)

[2.2.2 Pengembangan Pasar 6](#_Toc91330041)

[2.2.3 Pengembangan Produk 6](#_Toc91330042)

[2.2.4 Langkah-Langkah Promosi 6](#_Toc91330043)

[2.3 Analisis SWOT 6](#_Toc91330044)

[2.4 Analisis 4 P *(Product, Price, Promotion, Place)* 7](#_Toc91330045)

BAB III [ANALISIS ASPEK TEKNIK 9](#_Toc91330047)

[3.1 Deskripsi Produk 9](#_Toc91330048)

[3.2 Jenis Produk 9](#_Toc91330049)

[3.3 Bahan-Bahan Produk 9](#_Toc91330050)

[3.4 Pembuatan Produk 10](#_Toc91330051)

[3.5 Pengemasan Produk 11](#_Toc91330052)

[3.6 Kualitas Produk 11](#_Toc91330053)

BAB IV [ANALISIS ASPEK MANAJEMEN 12](#_Toc91330055)

[4.1 Resiko Atau Hambatan 12](#_Toc91330056)

[4.2 Tindakan Alternatif 12](#_Toc91330057)

BAB V [ANALISIS ASPEK FINANCIAL 13](#_Toc91330059)

[5.1 Kebutuhan Modal Awal Untuk Memulai Usaha 13](#_Toc91330060)

[5.2 Proyeksi Rugi/Laba 15](#_Toc91330061)

[5.3 Proyeksi BEP 15](#_Toc91330062)

BAB VI [PENUTUP 17](#_Toc91330064)

[6.1 Kesimpulan 17](#_Toc91330065)

[6.2 Saran 17](#_Toc91330066)

[DAFTAR PUSTAKA 18](#_Toc91330067)

# **BAB I**

# **PENDAHULUAN**

## **Latar Belakang**

Kegiatan wirausaha adalah suatu tindakan yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan, upah, atau laba usaha dan juga pengalaman dalam berwirausaha. Maka dari itu, keuntungan dari usaha tersebut dapat menghasilkan uang yang dapat meningkatkan taraf hidup seseorang. Banyak cara yang dilakukan oleh seseorang dalam memulai atau menjalankan kegiatan usaha seperti membuat sendiri produk yang akan dijual. Makanan khas daerah adalah aset wisata berupa kearifan local bagi suatu daerah dan memiliki peranan penting sebagai daya tarik wisatawan. Juga merupakan kekayaan bangsa di bidang kuliner. Makanan tradisional atau kuliner lokal adalah makanan yang berkaitan erat dengan daerah dan diwariskan dari generasi ke generasi sebagai bagian dari tradisi (Jordana, 2000).

Makanan lokal khas daerah-daerah di Indonesia sudah ada sejak lama dan masih bertahan hingga saat ini sehingga sangat dihargai sebagai warisan budaya. Resep yang dipakai juga sudah diwariskan dari generasi ke generasi, bahkan cara memasaknya juga masih memakai cara lama. Walaupun sudah dilakukan modifikasi atau variasi, namun bahan krusial dan cara memasaknya tidak berubah. Karena menjadi bagian atau identitas dari suatu daerah, maka makanan-makanan tradisional tersebut sangat mudah ditemukan, bahkan menjadi ikon pariwisata di tempat tersebut.

Pengembangan makanan daerah kini semakin pesat dan semakin banyak ragam makanan yang muncul dan bahkan menjadi ciri khas dari daerah tersebut. Bandung adalah kota yang memiliki kekayaan wisata dan juga di kenal sebagai kota dengan berbagai macam kuliner yang unik dan inovatif, maka tidak heran jika Bandung di kenal dengan surga nya wisata kuliner.

Cireng (singkatan dari aci digoreng, atau bahasa Sunda-nya adalah tepung kanji yang digoreng) adalah makanan ringan yang berasal dari daerah Sunda yang dibuat dengan cara menggoreng campuran adonan yang berbahan utama tepung kanji atau tapioka. Makanan ringan ini cukup populer dan dijual dalam berbagai bentuk dan variasi rasa. Makanan ini cukup terkenal pada era 80-an. Cireng yaitu makanan ringan tradisional dari Sunda pada umumnya cireng merupakan makanan yang mempunyai tekstur kenyal dan harus digoreng terlebih dahulu sebelum dikonsumsi. Untuk memperbaiki cita rasa dan ketertarikan konsumen pada produk jajanan cireng, para pengusaha cireng telah melakukan banyak modifikasi untuk menjadikan cireng yang bervariasi. Seperti disubstitusi dengan bahan lain dan dimodifikasi dengan diberi isi didalamnya seperti Cireng isi daging ayam, daging sapi, dan udang. Cireng sangat digemari dikalangan masyararakat di Indonesia. Cireng merupakan makanan ringan memiliki rasa yang gurih dan tidak membosankan.

Cireng isi daging ayam, daging sapi dan udang dapat memberikan efek yang tinggi dan bergizi. Dengan inisiatif cireng isi daging ayam, daging sapi, dan udang ini dapat menarik perhatian masyarakat luas. Karena cireng merupakan makanan ringan yang banyak digemari oleh anak-anak dan orang dewasa, selain itu kandungan gizi yang tinggi pada daging juga dapat memberikan perubahan gizi pada masyarakat. Oleh karena itu, dengan adanya peluang yang menjanjikan ini maka kami ingin membuat usaha makanan ringan yang inovatif dan bisa dijual dengan harga yang lebih mahal, yaitu usaha makanan atau kuliner “Cireng Isi Daging” agar para konsumen tertarik untuk membeli produk ini. Untuk dikembangkan menjadi usaha besar supaya masyarakat tidak akan pernah lupa dengan masakan khas Indonesia.

## **1.2 Visi dan Misi Usaha**

Visi

“Menjadikan usaha cireng isi yang memiliki kualitas produk yang terbaik, inovatif serta ikut melestarikan kuliner nusantara”.

Misi

1. Mengutamakan kualitas produk dan pelayanan
2. Mengenalkan kuliner dengan inovasi yang berbeda menjadikan produk olahan yang halal, lezat, cepat saji dan harga terjangkau.
3. Membangun jaringan marketing di berbagai kalangan masyarakat.

## **Tujuan Usaha**

1. Mendapatkan keuntungan dari usaha ini.
2. Menerapkan jiwa berwirausaha dan tim yang solid
3. Menciptakan produk makanan yang mempunyai inovasi baru dan disukai seluruh kalangan masyarakat
4. Berperan aktif dalam bidang bisnis dan kewirausahaan yang inovatif
5. Menambah keragaman jajanan yang sehat dan memiliki nilai gizi dengan harga yang terjangkau.

## **1.4 Manfaat Usaha**

1. Menumbuhkan semangat inovasi dalam berwirausaha
2. Pembukaan lapangan kerja baru
3. Meningkatkan keberhasilan para pelaku bisnis

## **1.5 Konsep Usaha**

Cireng Isi Daging adalah salah satu usaha makanan ringan khususnya yang menyediakan cireng dengan aneka rasa dan isi yaitu, ayam, sapi dan udang. Agar usaha kami berbeda dari yang lain, kami memberikan keunikan dan kekhasan dalam proses pengemasan maupun pelayanannya. Dari pengemasan sendiri kami menggunakan mangkok plastik yang sudah terdapat logo “Cireng Isi Daging” di muka, selain ramah lingkungan, kemasan ini memberikan kesan modern sehingga produk cireng yang sederhana memiliki harga jual yang lebih tinggi. Kemudian untuk pelayanan kami memberikan layanan yang baik, sopan, ramah, akrab, dan cepat bagi semua pelanggan. Mulai dari pelayanan *online* maupun *offline*.

## **1.6 Data Usaha**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Nama Usaha | Cireng Isi Daging |
| 2 | Bidang Usaha | Kuliner |
| 3 | Jenis Produk | Cireng |
| 4 | Alamat Usaha | Banyu Urip Wetan 1C |
| 5 | Nomor Telepon | 084652458485 |

## **1.7 Data Pemilik**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Nama  | Natalia Erika |
| 2 | Jenis Kelamin | Perempuan |
| 3 | Tempat, Tanggal Lahir | Surabaya |
| 4 | Alamat  | Banyu Urip Wetan 1C  |
| 5 | Telepon | 085645268584 |
| 6 | Email | - |
| 7 | Peran Dalam Usaha | Owner |

# **BAB II**

# **ANALISIS ASPEK PASAR**

## **2.1 Aspek Pasar**

### **2.1.1 Gambaran Umum Pasar dan Sasaran**

Usaha penjualan Cireng Isi ini merupakan usaha industry rumahan kecil yang dijalankan dari awal dengan membuka satu outlet yang berlokasi di rumah pemilik dan juga penjualan melalui marketplace. Jika usaha ini berhasil atau sukses dan dapat mencapai tujuan yang diharapkan, maka pemilik akan memperbesar usaha ini dengan membuka beberapa cabang yang tersebar.

### **2.1.2 Jenis Produk Yang Dipasarkan**

Produk yang kami pasarkan merupakan Cireng Isi dengan berbagai varian isi yang mempunyai rasa yang unik dari daging-daging pilihan dan juga memiliki kandungan gizi yang tinggi yang bagus untuk di konsumsi.

### **2.1.3 Target Pasar**

Produk Cireng Isi ini mempunyai memiliki potensi pasar yang cukup menjanjikan di pasaran, target pelanggan adalah semua kalangan masyarakat mulai dari anak sekolah, mahasiswa, pegawai kantoran, ibu rumah tangga, sampai dengan lansia sekalipun dapat menikmati produk ini karena menggunakan bahan-bahan yang alami dan berkualitas baik.

### **2.1.4 Pesaing**

Kami berusaha mengembangkan usaha ini dilokasi yang minim pesaing diamana yang menjual makanan lebih sedikit. Saat ini sangat banyak sekali pesaing dengan usaha yang sama. Seperti pemilik usaha cireng yang sudah besar dan terkenal. Meski Cireng Isi sudah banyak diual di pasaran, namun, pengaruh pesaing terhadap penjualan Cireng Isi sedikit berpengaruh karena para pesaing sudah terlebih dahulu berjualan Cireng dan juga tempat berjualannya yang cukup strategis.

### **2.1.5 Sasaran Pembeli**

Sasaran pembeli Cireng Isi ini adalah para penikmat jajanan ringan dari semua kalangan mulai dari anak sekolah, pegawai kantoran, mahasiswa, ibu rumah tangga, dan masyarakat luas. Terutama yang sangat tertarik dengan isian Cireng yang terbuat dari daging terbaik dan pilihan.

### **2.1.6 Strategi STP *(Segmentation, Targeting, Positioning)***

1. ***Segmentation***

Kotler dan Gary Amstrong (2016). Menejlaskan bahwa segmentasi adalah suatu usaha untuk mengelompokkan konsumen dalam berbagai kelompok yang secara relative orang-orang yang cukup homogeny. Segmentasi pasar dibagi menjadi 4 kategori yaitu :

1. Geografik, meliputi wilayah, daerah atau kota untuk melakukan penjualan Cireng Isi ini bisa melalui offline dan online store.
2. Demografik, meliputi usia, jenis kelamin, ras, agama, suku, pendidikan. Cireng Isi ini dipasarkan untuk semua kalangan masyarakat tanpa batasan.
3. Psikografik, meliputi gaya hidup, kepribadian, dan kelas sosial. Cireng Isi ini cocok untuk semua kelas sosial tanpa memandang status sosial.
4. Tingkah Laku, meliputi manfaat, status pengguna, pemakaian. Cireng Isi ini dapat dikonsumsi kapanpun dan dimanamun karena memiliki kandungan manfaat seperti gizi yang tinggi yang di dapat dari Isian daging ayam, sapi, dan udang.

**2. *Targeting***

Setelah menentukan segmentasi pasar, setiap perusahaan pasti mempunyai target penjualan produksinya, dalam hal ini target pemasaran Cireng Isi adalah semua kalangan masyarakat mulai dari anak sekolah, mahasiswa, pegawai kantoran, ibu rumah tangga, sampai dengan lansia. Hal ini disebabkan karena produk Cireng Isi memiliki rasa yang lezat dan bergizi cocok untuk dikonsumsi bagi semua konsumen.

**3. *Positioning***

Pada posisi pasar Cireng Isi merupakan makanan yang memiliki banyak gizi tanpa tercmpur bahan-bahan kimia yang berbahaya bagi kesehatan. Kami terus berinovasi pada isian cireng yang mempunyai berbagai varian isi dan rasa yang lezat dan memiliki kandungan gizi yang baik.

## **2.2 Aspek Pemasaran**

### **2.2.1 Promosi**

Promosi yang akan kami lakukan yaitu dengan menyebarkan informasi melalui media sosial seperti, Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter dan juga pada marketplace seperti Shopee, Lazada, Tokopedia dll. Pada penjualan pertama kami juga akan memberikan diskon maupun potongan harga kepada para konsumen, agar para konsumen tertarik terhadap produk kami dan dapat berkunjung kembali.

### **2.2.2 Pengembangan Pasar**

Piramida kebutuhan Abraham Maslow menggambarkan motivasi manusia yang berkeinginan untuk bersama manusia lain, berkompetensi, dikenali, aktualisasi diri.

Setelah berhasil mensukseskan usaha ini. Kami ingin mencoba untuk membuka cabang-cabang “Cireng Isi” yang tersebar di beberapa wilayah baik didalam kota maupun luar kota agar nantinya para konsumen bisa lebih mengenal citarasa dari Cireng Isi ini.

### **2.2.3 Pengembangan Produk**

Pengembangan produk kedepannya untuk produk Cireng Isi ini hanya dikembangkan dengan cara pangemasannya ataupun cara variasi produk yang lebih menarik dan berbeda dengan yang lain. Cireng Isi yang unik dan menarik pastinya akan menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi pelanggan.

### **2.2.4 Langkah-Langkah Promosi**

Pada permulaan penjualan kami akan menarik perhatian pelanggan dengan cara memberikan diskon atau potongan harga, lalu memberikan kesempatan mencoba gratis dengan memberikan tester yang kami sediakan untuk pelanggan dan terus mempertahankan citarasa yang kami punya dan terus berupaya memberikan kualitas rasa yang enak dan lezat tanpa mengubahnya ke yang lebih buruk.

## **2.3 Analisis SWOT**

Sebagai acuan untuk menghadapi persaingan dalam bidang usaha dan kemampuan wirausaha terhadap lingkungan atau pesaing melalui SWOT.

1. Kekuatan *(Strength)*

Menghasilkan produk dengan rasa khas cireng isi daging ayam, sapi dan udang dengan menggunakan bahan baku produk yang segar dan bersih, selain itu kepercayaan kami pada strategis yang menurut kami dapat menguntungkan usaha. Harga pelangi dadar gulung sangat terjangkau bagi semua kalangan dan juga terdapat layanan sistem pemesanan online sehingga konsumen dari berbagai daerah dapat memesan produk ini.

1. Kelemahan (*Weakness*)

Terdapat kelemahan dalam usaha ini antara lain

1. Produk mudah di tiru.
2. Harga bahan baku tidak stabil.
3. Peluang *(Opportunity)*

Produk cireng isi ini menjadikan makanan lezat, bergizi cepat sai dan mempunyai berbagai isi dari cireng isi ini. Inovasi isian ini juga dimaksudkan untuk membidik atau menarik semua segmen pasar sehingga produk cireng isi menjadi suatu selera dimasyarakat sebagai peluang untuk mendapatkan lebih banyak profit.

1. Ancaman *(Treath)*
2. Persaingan yang tidak sehat.
3. Bahan baku yang tidak stabil.
4. Adanya produk serupa dengan kualitas baik dan harga murah sehingga menjatuhkan produk sendiri.

## **2.4 Analisis 4 P *(Product, Price, Promotion, Place)***

1. Produk (*Product)*

Produk Cireng Isi ini merupakan makanan ringan yang cocok dimakan untuk para penggemar jajanan khas indonesia. Disamping itu makanan ini tidak menggunakan bahan pengawet yang membahayakan seperti bahan kimia dan aman dikonsumsi. Untuk menarik minat pelanggan, produk makanan Cireng Isi ini dikemas dan disajikan dengan cepat saji, lezat, bergizi, dan praktis.

1. Harga Jual *(Price)*

Harga jual produk pelangi dadar gulung disesuaikan dengan harga para pesaing yakni seharga Rp. 16.500 untuk satu mika Cireng Isi. Untuk satu mika terdapat 12 biji Cireng. Dengan tampilan menarik serta rasa lezat dan tentunya bergizi. Cireng Isi ini dapat menarik minat dan perhatian para konsumen dan juga kaya akan protein yang terkadung dalam isian cireng serta sebagai makanan teman santai.

1. Promosi *(Promotion)*

Promosi Cireng Isi ini dilakukan dengan memberikan discount untuk pembelian pertama. Promosi yang akan kami lakukan dengan menyebarkan informasi di sosial media seperti Facebook, Instagram,Twitter, Line, Whatsapp dan lain-lain. Pada pembelian pertama kami juga akan memberikan diskon maupun potongan harga kepada para konsumen, agar para konsumen tertarik terhadap produk kami dan dapat berkunjung kembali.

1. Sistem Pemasaran *(Place)*

Tempat yang kami gunakan dalam usaha ini adalah tempat tinggal pemilik yang berlokasi strategis dan dapat diakses oleh kendaraan pribadi maupun umum dan juga lewat pemasaran secara online melalui media sosial seperti Facebook, Instagram,Twitter, Line, Whatsapp dan juga marketplace, Shopee, Tokopedia, Lazada dan lain sebagainya.

#

# **BAB III**

# **ANALISIS ASPEK TEKNIK**

## **3.1 Deskripsi Produk**

Cireng Isi merupakan produk jajanan sederhana yang sering dijumpai di masyarakat, Cireng adalah makanan ringan yang berasal dari daerah Jawa Barat yang dibuat dengan cara menggoreng campuran adonan yang berbahan utama tepung kanji atau tapioka. Makanan ringan ini sangat populer di daerah priangan, dan dijual dalam berbagai bentuk dan variasi rasa dan juga isi seperi isian daging ayam, daging sapi serta udang.

## **3.2 Jenis Produk**

Jenis produk yang ada pada “Cireng Isi” terdiri dari 12 biji dalam satu pack mika cireng dengan isian berbeda-beda sesuai permintaan pelanggan.

## **3.3 Bahan-Bahan Produk**

Bahan-bahan dari Cireng Isi adalah:

Adonan Cireng :

* Tepung tapioca
* Tepung terigu
* Bawang Putih
* Daun Bawang
* Garam
* Lada
* Kaldu Bubuk
* Air panas
* Minyak goreng untuk menggoreng

Bahan Isian:

* Daging Ayam
* Daging Sapi
* Udang
* Sereh
* Daun Salam
* Daun Jeruk
* Bawang Merah
* Bawang Putih
* Cabe Merah Keriting
* Cabe Rawit Merah
* Kemiri
* Garam
* Kaldu Bubuk
* Gula Pasir
* Minyak goreng untuk menumis

## **3.4 Pembuatan Produk**

Cara membuat adonan Cireng

1. Siapkan wadah dan campurkan tepung kanji, tepung terigu, lada bubuk, kaldu bubuk, dan garam. Aduk hingga semua bahan tercampur merata.
2. Tuang air panas sedikit demi sedikit sambil uleni adonan hingga kalis dan mudah dibentuk.
3. Setelah adonan cireng jadi, ambil adonan secukupnya dan bulatkan menggunakan tangan. Jangan lupa taburi dengan sedikit tepung kanji biar tidak lengket saat dibentuk.
4. Pipihkan cireng tadi dan beri isian daging ayam, daging sapi, dan udang secukupnya di tengah.
5. Lalu lipat adonan menjadi 2 dan tekan-tekan bagian pinggirnya hingga tertutup rapat.
6. Lakukan proses di atas sampai semua adonan habis.
7. Panaskan minyak goreng cukup banyak dalam wajan untuk menggoreng.
8. Goreng cireng dengan api sedang sampai matang mengembang dan garing
9. Angkat dan tiriskan.
10. Cirenng isi daging ayam, daging sapid an udang siap disajikan

Cara Membuat Bahan Isian Daging Ayam, Daging Sapi, Dan Udang

1. Rebus air secukupnya dalam panci sampai mendidih.
2. Setelah mendidih, rebus daging sampai matang sekitar
3. Angkat dan tiriskan.
4. Diamkan sebentar daging sampai uap panasnya hilang baru suwir-suwir daging sesuai selera.
5. Panaskan sedikit minyak dalam wajan untuk menumis.
6. Lalu tumis bumbu halus sampai benar-benar harum.
7. Masukkan daun salam dan tumis sebentar hingga layu.
8. Baru masukkan suwiran daging dan aduk rata.
9. Tuang air dan bumbui dengan kaldu bubuk, gula pasir, dan garam.
10. Masak daging deengan api sedang sampai bumbu meresap dan kuah menyusut.
11. Setelah isian daging matang
12. Angkat dan sisihkan.

## **3.5 Pengemasan Produk**

Cireng Isi ini dikemas dalam plastik dan dimasukkan kedalam mika dan disegel agar produk tetap aman. Dibagian depan juga terdapat nama Cireng Isi sesuai pesanan pelanggan seperti Cireng dengan isian daging ayam, daging sapi, maupun udang.

## **3.6 Kualitas Produk**

Kualitas produk yang kami berikan sangat terjamin kualitasmya karena bahan-bahan yang digunakan merupakan bahan-bahan yang segar dan alami tanpa mengandung bahan pengawet apapun.

# **BAB IV**

# **ANALISIS ASPEK MANAJEMEN**

## **4.1 Resiko Atau Hambatan**

Selain memiliki peluang usaha, kami juga memiliki resiko yang harus dihadapi dan dicari solusinya. Beberapa resiko yang mungkin akan kami hadapi diantaranya adalah:

1. Persaingan

Seiring perkembangan zaman, semakin banyak makanan yang dikreasikan dan dimodifikasi dari aslinya sehingga banyak konsumen juga akan melirik produk-produk lain seperti itu. Atau bisa jadi pesaing dapat menjiplak hasil produk yang dibuat secara mentah.

1. Daya Tahan Produk

Produk Cireng Isi tidak bersifat tahan lama sampai berbulan-bulan karena kami mengggunakan bahan alami tanpa pengawet. Produk ini hanya bertahan 2 minggu di dalam lemari pendingin. Produk yang kami hasilkan ini tidak menggunakan bahan pengawet maka dari itu tidak memiliki ketahanan yang cukup lama. Produk yang kami hasilkan tidak tahan lama dikarenakan salah satu bahan yang digunakan adalah daging.

## **4.2 Tindakan Alternatif**

Tindakan yang akan kami lakukan untuk mengatasi resiko dan hambatan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Persaingan

Usaha yang kami lakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan melakukan promosi produk secara berkesinambungan melalui sosial media dan marketplace serta membuat produk dengan tampilan menarik dengan berbagai varian isi dengan selera konsumen yang diminati. Selain itu, menggunakan hak cipta dari produk yang dihasilkan jika produk ini sudah berhasil

1. Daya Tahan Produk

Upaya untuk mengatasi hal tersebut adalah memproduksi setiap hari dan dikirim setiap hari pada hari yang sama sehingga produk bisa langsung habis.

#

# **BAB V**

# **ANALISIS ASPEK FINANCIAL**

## **5.1 Kebutuhan Modal Awal Untuk Memulai Usaha**

Kebutuhan modal awal untuk memulai usaha adalah sebesar Rp. 2.335.000 Dana tersebut dialokasikan untuk kebutuhan pengeluaran awal produksi. Berikut ini adalah rincian kebutuhan awal yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha pada awal produksi.

1. **Investasi**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Komponen** | **Jumlah** | **Satuan** | **Harga Per Unit** | **Biaya Penyusutan** |
| 1 | Kompor Gas | 1 | Unit | 700.000 | 50.000 |
| 2 | Tabung Gas 3 Kg | 1 | Unit | 150.000 | 40.000 |
| 3 | Wajan | 1 | Unit | 500.000 | 25.000 |
| 4 | Blender | 1 | Unit | 650.000 | 70.000 |
| 5 | Mangkuk atau Baskum | 5 | Unit | 125.000 | 12.000 |
| 6 | Panci | 1 | Unit | 120.000 | 20.000 |
| 7 | Pisau | 2 | Unit | 50.000 | 10.000 |
| 8 | Sendok | 5 | Unit | 25.000 | 5.000 |
| 9 | Telenan | 1 | Unit | 15.000 | 10.000 |
|  | **Total Biaya** |  |  | **2.335.000** | **242.000** |

1. **Bahan Baku Untuk Produksi**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Bahan** | **Jumlah** | **Harga Per Produksi** |
| 1 | Tepung Tapioka | 3 Kg | 30.000 |
| 2 | Tepung Terigu | 2 Kg | 20.000 |
| 3 | Minyak | 2 Liter | 40.000 |
| 4 | Bawang Merah | 1 Kg | 35.000 |
| 5 | Bawang Putih | 1 Kg | 30.000 |
| 6 | Garam | 50 Gr | 5.000 |
| 7 | Gula | 250 Gr | 5.000 |
| 9 | Kaldu Bubuk | 100 Gr | 15.000 |
| 10 | Lada | 100 Gr | 10.000 |
| 11 | Sereh | 1 Ons | 5.000 |
| 12 | Daun Jeruk | 1 Ons | 5.000 |
| 13 | Daun Bawang | 1 Ikat | 5.000 |
| 14 | Kemiri | 250 Gr | 6.000 |
| 15 | Cabe Merah Keriting | 500 Gr | 30.000 |
| 16 | Cabe Rawit Merah | 500 Gr | 35.000 |
| 17 | Daging Ayam | 2 Kg | 70.000 |
| 18 | Daging Sapi | 1 Kg | 90.000 |
| 19 | Udang | 2 Kg | 120.000 |
|  | Bahan Pengemas |  |  |
| 1 | Plastik | 2 Pac | 30.000 |
| 2 | Mika | 12 Lusin | 120.000 |
| 3 | Steples | 1 | 20.000 |
| 4 | Isolasi | 1 | 15.000 |
| 5 | Kertas Nama | 150 | 100.000 |
|  | **Jumlah** |  | **836.000** |

1. Biaya Operasioanal

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Komponen** | **Biaya Per Bulan** |
| 1 | Listrik dan Air | 50.000 |
| 2 | Gas  | 20.000 |
| 3 | Komunikasi & Informasi Promosi | 50.000 |
| 4 | Tenaga Kerja 1 orang | 1.000.000 |
|  | **Jumlah** | **1.120.000** |

Kebutuhan modal awal untuk memulai usaha Cireng Isi adalah sebesar Biaya Peralatan + Biaya Bahan Baku + Biaya Operasional

= Rp. 2.335. 000 + Rp. 836. 000 + Rp. 1.120. 000 = Rp. 4. 291. 000

**Total Biaya**

* Biaya Investasi Rp. 2.335. 000
* Biaya Produksi Rp. 836. 000
* Biaya Operasional Rp. 1.120. 000
* Biaya Penyusutan Rp. 242. 000

**Harga Pokok Produksi (HPP)**

* Biaya Tetap = Biaya Penyusutan + Biaya Operasional

 = Rp. 242. 000 + Rp. 1.120. 000

 = Rp. 1.362. 000

* HPP = Biaya Tetap + Biaya Produksi / Jumlah Produksi

= Rp. 1.362. 000 + Rp. 836. 000 / (100 x 1.500)

 = Rp. 1.362. 000 + Rp. 836. 000 / (150.000)

 = Rp. 2.198. 000 / 150.000

 = Rp. 14. 6533 atau Rp. 15.000

**Harga Jual Per Unit**

Rp. 15.000 x 10% = Rp. 1.500

Jadi Rp. 15.000 + Rp. 15.000 = Rp. 16.500

Atau Harga Jual Rp. 16.500

## **5.2 Proyeksi Rugi/Laba**

|  |  |
| --- | --- |
| PENDAPATAN | TOTAL |
| Penjualan (16.500 x 100) | Rp. 1.650.000 |
| **Total Pendapatan** | **Rp. 1.650.000** |
| BIAYA PRODUKSI |  |
| Biaya Bahan Baku dan Biaya Pendukung | Rp. 836. 000 |
| Biaya Tetap | Rp. 1.362. 000 |
| **Total Biaya Produksi** | **Rp. 2.198.000** |

## **5.3 Proyeksi BEP**

|  |  |
| --- | --- |
| PENJUALAN | TOTAL |
| Penjualan (16.500 x 100) | Rp. 1.650.000 |
| **Total Penjualan** | **Rp. 1.650.000** |
| BIAYA VARIABEL |  |
| Biaya Bahan Baku dan Biaya Pendukung | Rp. 836. 000 |
| **Total Biaya Bahan Variabel** | **Rp. 836. 000** |
| BIAYA TETAP |  |
| Biaya Tetap | Rp. 1.362. 000 |
| **Total Biaya Tetap** | **Rp. 1.362. 000** |

#

# **BAB VI**

# **PENUTUP**

## **6.1 Kesimpulan**

Dengan melihat peluang yang ada di pasaran, dimana Cireng Isi ini sudah mulai menjadi makanan yang banyak disukai semua kalangan masyarakat luas, saya berinovasi untuk membuat jajanan sederhana khas Indonesia ini bisa dapat terus berkembang di pasaran. Usaha Cireng Isi ini cukup menjanjikan selain dikarenakan peluang pasar yang ada, dan juga belum banyak inovasi-inovasi baru yang dikeluarkan oleh penjual cireng lainnya. Diharapkan bisnis ini bisa bersaing dengan makanan lain dan menjadi suatu trend yang dapat booming di masyarakat, selain terjangkau harga produknya serta menjadi makanan yang sehat dan unik bagi masyarakat.

## **6.2 Saran**

Dari proposal bisnis ini diharapkan usaha ini dapat berjalan lancar, sesuai yang diharapkan dan banyak diminati konsumen. Saran dari saya yaitu dalam berbisnis apapun yang kita miliki harus dapat mempunyai sikap kreatifitas dan inovasi yang tinggi, sehingga para konsumen tidak bosan atau jenuh untuk memakan atau memakai produk yang kita buat. Karena untuk zaman sekarang, jikalau kita tidak berkreasi seunik mungkin, kita dapat terkalahkan oleh para pesaing yang sebenarnya setara kemampuannya dengan diri kita. Dalam berbisnis pembuatan cireng isi ini kita harus mempunyai konsep untuk menarik para konsumen, sehingga banyak konsumen yang mau membeli produk kita, kita juga harus memperhatikan minat masyarakat untuk pengembangan produk kita, dan juga kita harus mengingat bahwa pembeli adalah raja sehingga kita harus ramah pada setiap konsumen atau pembeli. Oleh karena itu, cerdik diperlukan dalam berwirausaha, dimana kita pintar pencari peluang yang disukai masyarakat.

# **DAFTAR PUSTAKA**

* Fadiati, A., Purwana, D., & Maulida, E. (2008). Wirausaha: Jalur Cepat Menuju Sukses. Jakarta: UNJ Press.
* Herlianawati, Delantika A. (2016). Bisnis Rujak Cireng.

 <http://deriilrujakcireng.blogspot.com/2016/11/bisnis-rujak-cireng.html?m=1>

* Kotler, Amstrong G. (2016). Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.p125.
* Nafilah, Siti. (2018). Bussines Plan Cake Pelangi Dadar Gulung. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
* Zuraida, Fatin. (2017). Bussines Plan Proposal Kewirausahaan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Yogyakarta. <http://cirengrujakfathinzuraida.blogspot.com/2017/12/vbehaviorurldefaultvmlo.html?m=1>
* Supangat Supangat (2018) Hubungan Desain Komputer dengan Kepribadian,Penelitian dengan Teknik Associate Rule Mining. In: Hubungan Desain Komputer dengan Kepribadian ,Penelitian dengan Teknik Associate Rule Mining. Kanzun.

<http://repository.untag-sby.ac.id/5403/>

