

PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

ROTI BAKAR

**BIDANG KEGIATAN :
PKM KEWIRAUSAHAAN (PKMK)**

Diusulkan oleh:

**ZULFIKAR HUSAIN
ARIFUDDIN BUDIMAN**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2014

**HALAMAN PENGESAHAN
USULAN PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA**

1. Judul Kegiatan	:
2. Bidang Kegiatan	: () PKM-P () PKM-M (
) PKM-KC	
(√) PKM-K () PKM-T	
1. Ketua Pelaksana Kegiatan	
a. Nama Lengkap	:
b. NIM	:
c. Jurusan	:
d. Universitas	: Universitas Hasanuddin
e. Alamat Rumah dan No Tel./HP	:
f. Alamat email	:
g. Anggota Pelaksana Kegiatan/Penulis	: 3 Orang
1. Asisten Pendamping	
a. Nama Lengkap	:
b. NIM	:
6. Biaya Kegiatan Total	
a. Dikti	: Rp.
b. Sumber lain	: -
7. Jangka Waktu Pelaksanaan	: 6 bulan

Makassar, 31 Januari

2014

Menyetujui

Ketua Program Studi Agroteknologi

Ketua Pelaksana Kegiatan

NIP.

NIM. 111510501100

Pembantu Rektor Bidang

Asisten Pendamping

Kemahasiswaan Universitas Jember

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Seiring dengan perkembangan zaman dan lingkungan maka orang sekarang mulai berhati-hati dalam memilih dan membeli sesuatu. Salah satu hal dimana orang sangat hati-hati dan teliti sekali dalam memilih dan membeli adalah ketika manusia membeli makanan.

Zaman dulu orang membeli makanan hanya berpedoman pada rasanya yang enak dan murah, ini terutama bagi kalangan masyarakat menengah ke bawah. Dua hal inilah yang menjadi prioritas utama dalam membeli makanan. Mereka tidak begitu memikirkan kandungan gizi dan nutrisi yang terkandung didalam makanan yang mereka beli.

Akan tetapi akhir-akhir ini kecenderungan masyarakat kita dalam membeli makanan adalah memperhatikan rasa, gizi yang terkandung dalam makanan tersebut, baru kemudian memikirkan harga. Oleh karena itu, roti banyak menjadi pilihan manusia untuk makanan ringan, dimana dari segi rasa, roti menawarkan cukup banyak rasa yang ditawarkan dan enak, dari segi gizi juga memenuhi kebutuhan gizi manusia, dari segi harga, roti mudah dijangkau semua kalangan masyarakat.

Dari fenomena diatas maka sangat cocok dan potensial bila kami mendirikan usaha jualan roti bakar, dimana dari segi rasa memenuhi rasa enak, dari segi gizi roti bakar sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen karena mengandung karbohidrat, protein dll. Dari segi harga roti bakar terbilang mudah dijangkau oleh semua lapisan masyarakat.

B. PERUMUSAN MASALAH

Permasalahan yang menjadi latar belakang proposal ini adalah :

1. Minimnya jajanan sehat dan kaya gizi yang belum mencukupi kebutuhan energi harian.
2. Roti kaya beta karoten, thiamin (vit B1), riboflavin (vit B2), niasin, serta sejumlah mineral berupa zat besi, iodium, kalsium dan sebagainya.
3. Konsep penyajian produk yang kreatif dan ramah lingkungan sehingga meningkatkan selera konsumen.

D. VISI, MISI dan TUJUAN

□ Visi :

- Memperoleh keuntungan sebesar – besarnya
- Menjadi salah satu usaha kuliner tersukses di Makassar
- MISI :
 - Terus berinovasi menciptakan menu – menu unik dan menarik
 - Menciptakan ide – ide kreatif untuk menarik minat pembeli
 - Memberikan pelayanan yang baik dan ramah dalam upaya menarik pembeli.
 - Menjual produk dengan harga terjangkau namun diiringi kualitas dan rasa yang mantap
- TUJUAN :
 - Menciptakan blue ocean market roti bakar di Makassar terkhusus sepanjang jl. Perintis kemerdekaan..
 - Menambah keragaman jajanan yang sehat dengan harga terjangkau bagi masyarakat.
 - Meningkatkan keterampilan (*softskill*) berwirausaha.

E. LUARAN YANG DIHARAPKAN

Produk yang dihasilkan adalah roti bakar. Roti bakar yang dibuat menyajikan variasi menu yang sehat, murah, dan kaya gizi. Roti bakar ini diharapkan nantinya dapat dijalankan oleh mahasiswa dan memiliki keuntungan bisnis yang menjanjikan.

F. KEGUNAAN

Kegiatan ini memiliki kegunaan yang baik diantaranya :

1. Kegiatan ini dapat mengasah keterampilan berwirausaha mahasiswa.
2. Kegiatan ini melatih kemampuan bekerja sama di dalam tim.
3. Dapat meningkatkan sosialisasi dengan masyarakat luas
4. Dapat meningkatkan manajemen waktu dan uang mahasiswa.
5. Dapat meningkatkan konsumsi masyarakat akan roti.
6. Dapat mengenalkan sebuah produk jajanan Roti bakar.

G. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Rencana usaha ini awalnya memiliki tujuan yang baik untuk masa depan kami. Tujuannya selain ingin mendapat keuntungan dan tambahan uang saku, usaha ini diharapkan dapat meringankan beban orang tua kita sehingga tidak perlu membiayai uang saku.

1. Product (Produk)

Produk roti bakar kami berbeda dari roti-roti bakar yang lainnya. Kami mempunyai ide dan inovasi tersendiri dalam menciptakan menu roti bakar. Kami tidak hanya menjual roti bakar biasa pada umumnya, tetapi kami juga mempunyai menu spesial yakni roti bakar buah dan roti bakar sosis daging. Tidak hanya menjual roti bakar, kami juga menjual aneka minuman seperti aneka macam jus buah, sirup, maupun es krim. Kami harap dengan ide dan inovasi kami dalam menjual roti bakar, dapat menarik para pembeli sehingga dapat meningkatkan omset penjualan kami. Roti bakar kami memiliki beberapa variasi rasa, yaitu :

- ✓ Coklat
- ✓ Kacang
- ✓ Strawberry
- ✓ Keju
- ✓ Nanas
- ✓ Sirsak

BAB II

RENCANA USAHA

A. RENCANA USAHA

Adapun rencana usaha yang akan dijalankan dalam usaha ini ialah sebagai berikut:

1. RENCANA JANGKA PENDEK

Usaha bisnis roti bakar yang kami rintis ini bertujuan untuk menambah pengalaman kerja didalam usaha bisnis bagi kalangan sesama mahasiswa maupun bagi umum, selain dapat meningkatkan kreativitas, juga dapat dijadikan suatu usaha yang menjanjikan untuk kehidupan masa depan dan biaya kuliah.

2. RENCANA JANGKA MENENGAH

Usaha yang kami rintis ini pastinya akan kami kembangkan demi mewujudkan impian kami bersama, yaitu ingin menjadi seorang pengusaha muda yang sukses, strategi pasar dan pemasaran menjadi kunci awal untuk keberlanjutan usaha kami kedepannya. Pelanggan ialah raja, maka dari itu kepuasan pelanggan menjadi yang utama dari segalanya, karena tanpa pelanggan tentu usaha ini tidak akan bertahan lama. Tidak lupa pula kami gencar melakukan promosi usaha kami, baik dari mulut ke mulut, iklan radio, media online, dan media yang lainnya.

3. RENCANA JANGKA PANJANG

Setelah berhasil mendapatkan pelanggan, kami akan lebih meningkatkan mutu dan kualitas dari usaha kami ini, tidak lupa pula kami membangun jaringan dengan pabrik roti maupun toko roti agar kami dapat dengan mudah untuk mendapatkan bahan baku agar usaha ini tidak mengalami kendala apapun dalam penyediaan bahan baku.

B. ASPEK RENCANA USAHA

1) RENCANA PEMASARAN

a) Analisis Pasar dan Pemasaran

Analisis Pasar dan Pemasaran usaha roti bakar kelompok kami yaitu:

- ***Target Pasar***

Usaha ini berlokasi di tempat-tempat yang strategis dan di pinggir jalan utama yaitu jalan perintis kemerdekaan . Lokasi tersebut yang banyak di lewati oleh masyarakat, baik masyarakat lokal maupun non lokal sehingga usaha kami ini mudah untuk dikenal oleh masyarakat. Selain itu juga di jalan ini terdapat beberapa kampus tempat studi mahasiswa seperti UNHAS, STIMIK Dipanegara, STIMIK Akba yang menjadi calon konsumen paling potensial. Yang menjadi target pasar kami yaitu masyarakat sekitar, mahasiswa dan masyarakat pengguna jalan tempat usaha kami berdiri.

- ***Pesaing***

Pesaing untuk kuliner roti bakar relative belum banyak bahkan bisa di kategorikan belum ada untuk sepanjang jalan perintis sejauh pengamatan kami.

- ***Sasaran Pembeli***

Dalam menjalankan usaha ini sasaran pembeli kami yaitu mencakup semua kalangan masyarakat, baik kalangan bawah, kalangan menengah dan kalangan atas. serta kalangan mahasiswa. Dari semua kalangan tersebut sebagian besar mampu untuk membeli produk yang kami tawarkan, karna harga yang kami

berikanpun cukup terjangkau untuk semua kalangan. Harga yang kami berikan yaitu mulai dari Rp10.000 sampai dengan Rp15.000.

b) **Strategi Pemasaran**

Adapun strategi pemasaran yang dapat kami lakukan adalah:

- ***Dari mulut ke mulut***

Promosi ini merupakan promosi yang paling sederhana, serta tidak memerlukan banyak biaya untuk melakukan promosi ini. Cukup dengan bercerita dengan teman-teman kita atau keluarga untuk mempromosikan usaha kita, sehingga secara tidak langsung semua konsumen/masyarakat akan mengetahui usaha kita. Dan apabila usaha kita sudah diketahui dan disukai, maka konsumen tersebut akan memberitahukan kepada orang lain untuk membeli roti bakar di tempat kita.

- ***Dengan media Internet***

Selain promosi dari mulut ke mulut, maka promosi juga dapat dilakukan dengan menggunakan media internet, seperti dapat melalui facebook, twitter, blog,dll. Karna sebagian besar masyarakat telah menggunakan media internet, sehingga masyarakat dapat mengetahui usaha kami.

- ***Pengembangan Pasar***

Selain melakukan berbagai strategi **pemasaran produk** seperti diatas, kami juga mempromosikan usaha kami ini dengan cara menambah pasar baru untuk memperluas jangkauan yang sudah dimiliki. Dalam hal ini, dapat dengan memperluas usaha roti bakar ini ke daerah-daerah lain, dengan harapan usaha ini akan lebih dikenal oleh masyarakat dan juga dapat menambahkan pendapatan serta dapat mengurangi tingkat pengangguran dengan memperkerjakan karyawan yang baru.

- ***Pengembangan Produk***

Pengembangan produk dari usaha ini dapat menambahkan rasa yang mungkin tidak ada di pesaing lain, seperti rasa durian dengan harga yang terjangkau, yang memberikan nilai lebih dimata para konsumen. Sehingga jangkauan pasar memiliki semakin luas, dan tingkat loyalitas konsumen pun setiap harinya

kian meningkat. Kami juga menerima pemesanan pada acara-acara arisan, ulang tahun, dan juga acara resmi lainnya.

- ***Langkah-langkah promosi***

Untuk menarik minat konsumen agar membeli produk yang kami tawarkan kami mempunyai cara-cara tertentu, adapun cara tersebut yaitu:

- Untuk 10 pembeli paling pertama pasca Pembukaan kedai, kami akan memberikan masing – masing 1 kaos special “Roti Bakar – KU”
- Pada malam minggu kami akan memberikan potongan harga kepada konsumen yang membeli roti dengan harga diatas Rp10.000, maka akan kami berikan diskon sebesar 10%.
- Apabila konsumen membeli roti bakar diatas 4 bungkus, maka kami akan menetapkan semua harga yang mereka pesan dengan harga yang paling rendah yaitu Rp10.000,-
- Selain itu, apabila konsumen membeli roti bakar diatas 8 bungkus, maka kami akan menetapkan semua harga yang mereka pesan dengan harga yang paling rendah yaitu Rp10.000,- dan memberikan gratis satu bungkus roti bakar.

c) Analisis Operasional

Adapun rencana produksi yang dijalankan ialah sebagai berikut:

1. Desain produk

Desain produk yang diusahakan ialah kami membuatnya dengan semenarik mungkin agar pelanggan tidak bosan dengan tampilan roti bakar yang itu-itu saja.

2. Tempat usaha

Tempat usaha yang kami rintis ialah dipinggir jalan-jalan utama yang ramai dilalui orang, agar konsumen dapat dengan mudah mengakses tempat usaha kami, selain itu di alun-alun juga memungkinkan kami untuk membuka usaha roti bakar ini.

3. Pengawasan kualitas

Dalam mengontrol kualitas produk dari usaha kami ini agar dapat dikonsumsi oleh konsumen dengan baik dan aman, maka kami melakukan pengecekan setiap hari terhadap

kualitas maupun kuantita dari roti-roti yang ada. Agar para konsumen tidak mendapatkan produk yang tak layak jual dan makan.

4. Marketing atau promosi

5. Analisis aspek SDM

Untuk mendukung kelangsungan usaha ini dibutuhkan beberapa elemen Sumber Daya Manusia (SDM) yang terkait didalamnya. Adapun Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlibat dalam kelangsungan usaha ini, yaitu:

1) Distributor

Agar usaha ini dapat bertahan dan berjalan dengan baik, maka kami melakukan kerjasama dengan distributor-distributor roti bakar lainnya, sehingga bahan-bahan dari roti bakar ini mudah didapatkan. Distributor yang kami maksud merupakan orang yang memasok barang-barang yang kami butuhkan seperti pabrik roti maupun toko roti yang menjual segala bahan yang kami butuhkan.

2) Tenaga Kerja

Dalam bisnis jualan roti bakar ini kita tidak memerlukan sumber daya manusia yang ahli dan skill yang khusus seperti sarjana dll, akan tetapi yang diperlukan adalah orang yang mau bekerja secara tekun / telaten, sabar, kerja keras dan tidak gengsi karena ini merupakan pekerjaan remeh menurut pandangan masyarakat tertentu.

3) Masyarakat Sekitar

Selain SDM dari distributor dan tenaga kerja selanjutnya masyarakat juga berperan penting dalam kelancaran usaha ini, karna kita juga harus memiliki hubungan baik dengan masyarakat setempat, karna apabila kita tidak mempunyai hubunga baik maka bisa saja usaha kita tidak disenangi sehingga dapat terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Sehingga disinilah kita sebagai wirausaha harus mempunyai sikap yang baik dan jujur terhadap siapa saja.

b. Analisis aspek finansial

1. Harga

Adapun produk yang kami tawarkan memiliki harga yang bervariasi tergantung dari rasa yang diinginkan oleh konsumen, karna macam-macam dari rasa tersebut tidak sama. Adapun daftar harga yang kami tetapkan adalah sebagai berikut:

1	Nanas + Strawberry	Rp. 10.000
2	Nanas + Nanas	Rp. 10.000
3	Strawberry + Strawberry	Rp. 10.000
4	Kacang + Kacang	Rp. 12.000
5	Kacang + Strawberry	Rp. 10.000
6	Kacang + Nanas	Rp. 10.000
7	Kacang + Blueberry	Rp. 10.000
8	Coklat + Coklat	Rp. 12.000
9	Coklat + Strawberry	Rp. 10.000
10	Coklat + Nanas	Rp. 10.000
11	Coklat + Kacang	Rp. 12.000
12	Blueberry + Strawberry	Rp. 10.000
13	Blueberry + Nanas	Rp. 10.000
14	Blueberry + Blueberry	Rp. 10.000
15	Blueberry + Coklat	Rp. 11.000
16	Srikaya + Srikaya	Rp. 12.000
17	Srikaya + Strawberry	Rp. 10.000
18	Srikaya + Blueberry	Rp. 10.000
19	Srikaya + Nanas	Rp. 10.000
20	Srikaya + Kacang	Rp. 12.000
21	Srikaya + Coklat	Rp. 12.000
22	Keju + Coklat	Rp. 12.000
23	Keju + Kacang	Rp. 10.000
24	Keju + Strawberry	Rp. 10.000
25	Keju + Nanas	Rp. 10.000
26	Keju + Blueberry	Rp. 10.000
27	Keju + Srikaya	Rp. 12.000
28	Keju + Keju	Rp. 12.000

29	Komplit	Rp. 15.000
----	---------	------------

I. JADWAL PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan PKM ini direncanakan berlangsung 4 bulan. Rencana program ini tertera pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. Rencana Jadwal Pelaksanaan Program

No	Kegiatan	Bulan I				Bulan II				Bulan III				Bulan IV			
1.	Pembelian alat																
2.	Pembelian bahan																
3.	Riset pasar																
4.	Pembuatan kemasan																
5.	Pembuatan gerobak																

dan banner
konsultaasi
laporan

6.Produksi,pemasaran, evaluasi, dan
7.Promosi
10.Penyerahan laporan

8.Pembuatan pamphlet

9.Pembuatan

J. NAMA DAN BIODATA KETUA SERTA ANGGOTA KELOMPOK

A. Ketua dan Anggota Kelompok

1. Biodata Ketua Serta Anggota Kelompok

- a) Nama Lengkap :
- b) NIM :
- c) Tempat, tanggal lahir :
- d) Fakultas/Program Studi :
- e) Perguruan Tinggi : Universitas Hasanuddin
- f) No. Telp :
- g) Email :
- h) Waktu kegiatan PKM : 6 jam/minggu

Anggota Pelaksana,

2. Anggota Pelaksana

- a) Nama Lengkap :
- b) NIM :
- c) Tempat, tanggal lahir :
- d) Fakultas/Program Studi :
- e) Perguruan Tinggi : Universitas Hasanuddin
- f) No. Telp :
- g) Email :
- h) Waktu kegiatan PKM : 6 jam/minggu

Anggota Pelaksana,

Fajri Wildana

111510501109

3. Anggota Pelaksana

- a) Nama Lengkap :
- b) NIM :
- c) Tempat, tanggal lahir :

- d) Fakultas/Program Studi :
e) Perguruan Tinggi : Universitas Hasanuddin
f) No. Telp :
g) Email :
h) Waktu kegiatan PKM : 6 jam/minggu

Anggota Pelaksana,

4. Anggota Pelaksana

- a) Nama Lengkap :
b) NIM :
c) Tempat, tanggal lahir :
d) Fakultas/Program Studi :
e) Perguruan Tinggi : Universitas Hasanuddin
f) No. Telp :
g) Email :
h) Waktu kegiatan PKM : 6 jam/minggu

Anggota Pelaksana,

K. NAMA DAN BIODATA ASISTEN PEMBIMBING

- a) Nama Lengkap :
b) NIP :
d) Fakultas/Program Studi :
e) Perguruan Tinggi : Universitas Hasanuddin
i) Waktu kegiatan PKM : 6 jam/minggu

Makassar, 31 Januari 2014

Asisten Pembimbing,

Total biaya

	Biaya tetap	Rp. 5,277,500.00
	Biaya variabel (per bulan)	Rp. 7,440,500.00
	Biaya Penyusutan	Rp. 81,091.73
	Total	Rp.12,799,091.73

$$TC = PC + VC + \text{biaya penyusutan}$$

$$= 5,277,500 + 7,440,500 + 81,091.73$$

$$= \text{Rp. } 12,799,091.73$$

$$\text{Penentuan harga pokok} = TC/Q$$

$$= \text{Rp. } 12,799,091.73/3000 = \text{Rp. } 4,266.36 = \text{Rp. } 5,000.00$$

$$\text{phi} = TR - TC$$

$$= (3000 \times \text{Rp } 5,000) - \text{Rp. } 12,799,091.73$$

$$= \text{Rp. } 15,000,000.00 - \text{Rp. } 12,799,091.73$$

$$= \text{Rp. } 2,200,908.27$$

$$BEP = \frac{\text{Biaya tetap}}$$

$$1- \frac{\text{Biaya variabel}}$$

hasil penjualan

$$= \frac{\text{Rp. } 12,799,091.73}{}$$

$$1- \frac{\text{Rp. } 7,440,500}{}$$

Rp. 15,000,000

$$= \text{Rp. } 12,799,091.73 / 0.504 = \text{Rp. } 25,395,021.8$$

$$\text{Presentasi BEP} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Hasil penjualan} - \text{biaya variabel}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{Rp. } 12,799,091.73}{\text{Rp. } 15,000,000 - \text{Rp. } 7,440,500} \times 100\% \\ &= 169,3\% \end{aligned}$$

$$\text{Kapasitas BEP} = \text{Presentasi BEP} \times \text{jumlah produksi untuk 1 bulan}$$

$$= 169,3\% \times 3000 = 507,900$$

$$\text{Tk Pengembalian modal} = \frac{\text{keuntungan bersih} + \text{penyusutan}}{\text{Investasi awal}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{Rp. } 2,200,908 - \text{Rp. } 81,091}{\text{Rp. } 12,799,091.73} \times 100\% \\ &= 16,56\% \end{aligned}$$

$$\text{Waktu pengembalian modal} = \frac{1}{\text{Tk. Pengembalian modal}}$$

$$\begin{aligned} &= 1 / 16,56 = 0,0603 = 6 \text{ bulan } 3 \text{ hari} \end{aligned}$$

