



PERENCANAAN PRODUK USAHA

Fajar Baskoro



DESKRIPSI

Indonesia
banyak sekali
jenis makanan
yang
dijual

pasar, mulai dari kerupuk, keripik, opak, wafer dan lain-lain. Makanan ringan biasanya dijadikan camilan saat santai, duduk, maupun nonton. Dalam Perencanaan Produk Usaha ini akan disampaikan produk keripik singkong Balung Kuwuk.

Topik
Keterampilan
Makanan
Indonesia

PERENCANAAN USAHA MAKANAN RINGAN “KRIUK”

1. Pendahuluan

- 1.1 Nama : Camilan Kriuk
Alamat Usaha : Desa Dukuh, RT 03/ RW 01, Bojonegoro
- 1.2 Nama Penanggung Jawab : Fajar Baskoro
Alamat Penanggung Jawab : Desa Dukuh, RT 03/ RW 01, Bojonegoro

2. Rangkuman Usaha

2.1 Latar Belakang

Dunia kuliner mengalami banyak perkembangan dalam bentuk sajian, rasa, dan jenisnya. Makanan ringan sendiri memiliki banyak variasi. di Indonesia banyak sekali jenis makanan ringan yang dijual dipasaran, mulai dari kerupuk, keripik, opak, wafer dan lain-lain. Rasanya pun bermacam, ada yang manis, asin, dan gurih.

Penikmat makanan ringan ini pun dari semua kalangan dari anak-anak hingga dewasa, baik Pria maupun wanita. Makanan ringan biasanya dijadikan camilan saat santai, duduk, maupun nonton.

Aktivitas yang dilakukan membuat orang membutuhkan asupan untuk energi tambahan maka orang akan mengkonsumsi makanan ringan sebagai pengganti dari makanan pokok yang mereka makan.

Maka dari itu dijual lah “Kriuk” sebagai makanan ringan untuk dinikmati oleh konsumen. “Kriuk” juga memiliki banyak jenis-jenisnya. Seperti : Astor, Kacang-kacangan, wafer, kerupuk dan lain-lain. Dan dijual dengan harga yang sangat terjangkau.

2.2 Visi & Misi

Visi

Menjadikan Perusahaan dagang dalam bidang kuliner yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Misi

1. Memberikan produk dengan harga terjangkau dan dapat memenuhi selera konsumen
2. Memberikan pilihan produk yang sesuai kebutuhan konsumen

2.3 Konsep Promosi

1. **Membangun Kepercayaan Masyarakat**
Memberikan kepercayaan kepada masyarakat bahwa produk yang dijual memiliki kualitas dan rasa yang enak. Dengan harga yang sangat terjangkau.
2. **Melalui Media sosial**
Promosi yang dilakukan melalui media sosial karena produk ini sudah tidak asing dimasyarakat dan pengguna media sosial sangat banyak.

2.4 Target Konsumen

Pasar yang dijadikan target adalah segala golongan yang menyukai makanan ringan mulai dari kalangan menengah ke bawah maupun menengah ke atas hingga yang tua dan muda.

3. Deskripsi Usaha

3.1 Produk yang dihasilkan

Produk yang dihasilkan oleh distributor adalah makanan ringan dalam kemasan dengan nama “Kriuk”.

3.2 Kegunaan Produk

Kriuk dapat dijadikan sebagai camilan saat santai dan dapat menjadi makanan yang menyenangkan.

3.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup usaha masih dalam usaha rumahan kecil, karena langsung mengambil dari distributor. Tidak memungkinkan untuk menjadi agen atau membuat usaha dengan produk sejenis.

4. Rencana Pemasaran

4.1 Penetapan Harga

Harga yang ditetapkan adalah harga yang diperkirakan dapat dijangkau oleh masyarakat. Dengan harga Rp 3000/buah

4.2 Lokasi atau Tempat Pemasaran

Lokasi pemasaran yaitu melalui lingkungan sekitar tempat tinggal dan jemput bola kepada konsumen. Sehingga dapat meraih pelanggan secara maksimal.

4.3 Strategi Marketing yang meliputi

4.3.1 Kualitas Produk

Produk yang dihasilkan oleh Distributor “Kriuk” sudah dikenal kualitasnya dengan rasa yang nikmat dan harga terjangkau.

4.3.2 Pelayanan

Dengan cara menawarkan produk langsung ke konsumen dapat memberikan kebebasan pada konsumen untuk memilih produk yang disukai secara langsung.

4.3.3 Promosi

Promosi yang dilakukan yaitu dengan cara menyebarkan jenis produk di media sosial dan memasang iklan di dunia internet.

4.4 Proyeksi Produk yang terjual

Produk yang terjual bisa mencapai 100 bungkus perminggu bahkan lebih tergantung dari pasar penjualan.

5. Perencanaan Permodalan

5.1 Sumber Modal

Modal yang digunakan adalah modal pribadi dari pemilik yang digunakan untuk usaha Reseller “Kriuk”

5.2 Penggunaan Modal

Modal Awal	Rp 500000
Pembelian “Kriuk” @Rp 2500	Rp 450000
Biaya Transportasi	Rp 40000
Biaya lain-lain	Rp 10000
Total Biaya	<u>Rp 500000</u>
Pendapatan 180 x Rp 3000	Rp 540000
Laba Bersih	Rp 40000

5.3 Tingkat Pengembalian Modal

Modal Awal	Rp 500000
Laba Bersih	<u>Rp 40000</u>
Pembelian	12.5 kali

Karena Pembelian setiap 1 Minggu sekali maka balik modal akan tercapai $12.5 : 4 = 3,125$ Bulan atau 3 bulan 4 hari

6. Perencanaan Organisasi

6.1 Struktur Organisasi

Struktur Organisasi Terdiri dari Pemilik Usaha dan Rekan Kerja.

6.2 Uraian Tugas

- Pemilik, mengawasi produk yang dibeli dan pendistribusian produk kepada konsumen
- Rekan Kerja, Membantu keberlangsungan usaha dengan ikut memasarkan produk kepada konsumen.

7. Analisis Resiko

1. Kekuatan
 - a. Produk yang dijual sudah dikenal oleh masyarakat
 - b. Variasi produk yang banyak sehingga konsumen tidak mudah bosan
2. Kelemahan
 - a. Harga produk yang sejenis lebih murah

3. Peluang usaha
 - a. Dengan menggunakan produk yang sudah dikenal dapat memberikan peluang usaha yang terbuka karena lakunya produk dipasaran
4. Ancaman
 - a. Ada Perusahaan Industri yang lebih besar yang dapat memproduksi produk sejenis dengan skala nasional yang dapat menghasilkan produk sejenis dengan harga yang jauh lebih murah dibanding dengan yang ada di pasaran.

