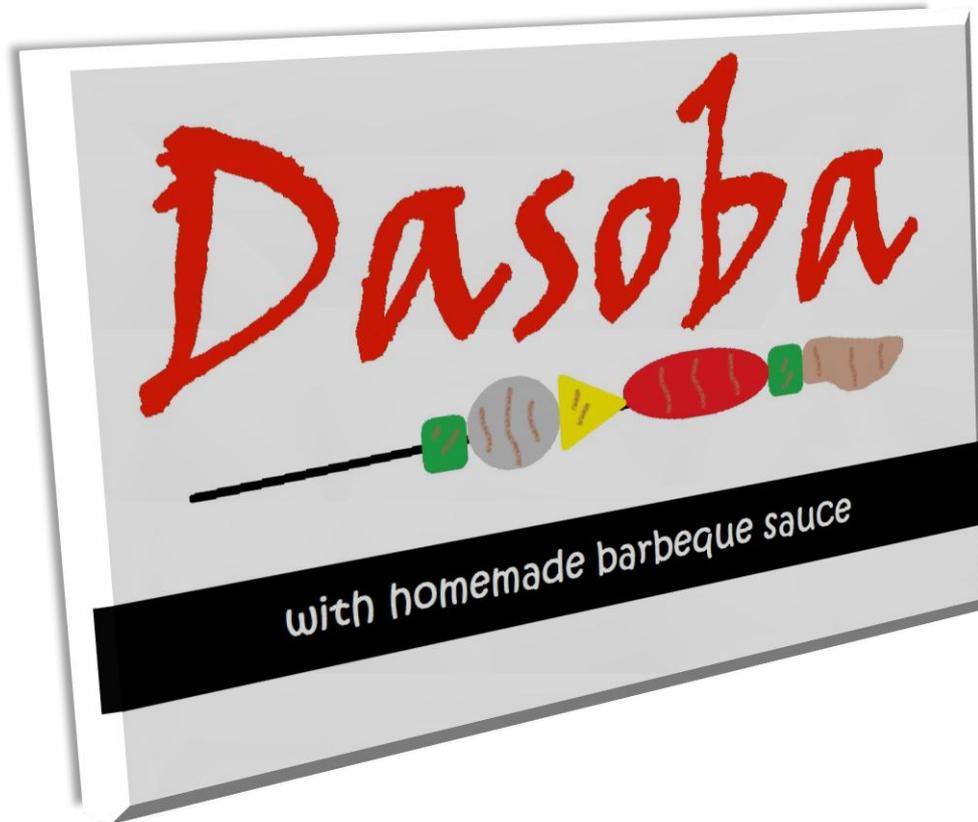


Proposal Bisnis



Disusun oleh:

Desti Alisanti (009600032)

Fauzia Rahayu (0009600033)

Fitri Hardinasti AM (009600035)

Hala Rachma A (009600037)

Tiara Anindita (009600052)

CP : 085721550015



D3 Manajemen Pemasaran B 2009

Sekolah Administrasi Bisnis dan Keuangan

Ringkasan Eksekutif

Saat ini begitu maraknya panganan kuliner yang beredar di pasaran, dari mulai makanan ringan berupa keripik, hingga makanan berat seperti bebek, iga bakar rasanya sudah tidak aneh lagi didengar.

DASOBA merupakan bisnis yang bergerak di bidang kuliner. Panganan ini berbahan dasar daging, sosis dan bakso yang disajikan seperti satai, digoreng lalu disiram saus barbeque. Disajikan hangat, bisa dijadikan makanan penganjal perut yang bergizi.

DASOBA ditargetkan untuk anak-anak SMA dan mahasiswa. Harga yang ditawarkan berkisar antara Rp 4000,00 hingga Rp 7000,00. DASOBA akan hadir di setiap sudut tempat yang strategis dan banyak dilalui orang.

Bisnis ini sangat menguntungkan jika ditekuni dengan sungguh-sungguh. Keuntungan yang dicapai bisa mencapai 40% dan waktu pengembalian modal yang cepat.

Tujuan pemasaran bisnis ini sendiri pada jangka pendek ini adalah untuk membuat 'product awareness', sedangkan jangka panjangnya adalah untuk memaksimalkan profit dengan pangsa pasar yang maksimal.

Melihat periode pengembalian modal hanya jangka waktu 2 bulan 4 hari, dengan perkiraan penjualan 100 porsi per-hari, maka bisnis ini dikatakan **SANGAT LAYAK** untuk dijalankan.

Daftar Isi

Ringkasan Eksekutif.....	2
Daftar Isi.....	3
BAB I Pendahuluan.....	5
1.1 Latar Belakang Masalah.....	5
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Program.....	5
1.4 Output yang Diharapkan.....	6
1.5 Kegunaan Program.....	6
1.6 Sekilas tentang perusahaan.....	6
BAB II Metodologi.....	8
2.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.2 Manajemen Produksi.....	8
2.3 Manajemen Sumber Daya Manusia.....	9
2.4 Manajemen Keuangan.....	9
BAB III Pembahasan.....	11
3.1 Manajemen Pemasaran.....	11
3.1.1 Analisis Peluang.....	11
3.1.2 Gambaran Umum Pasar (STP).....	11
3.1.3 Rencana Penjualan.....	12
3.1.4 Strategi Pemasaran.....	12
3.2 Manajemen Produksi/Operasional.....	15
3.2.1 Produk.....	15
3.2.2 Distribusi Produk dan Operasional.....	15
3.2.3 Kapasitas Produksi Jasa.....	16
3.2.4 Pemasangan Sarana Penunjang.....	16
3.2.5 Biaya Modal Produk.....	16

3.2.6	Biaya Umum Usaha.....	17
3.3	Manajemen Sumber Daya Manusia.....	17
3.3.1	Aspek Organisasi.....	17
3.3.2	Perizinan.....	17
3.4	Manajemen Keuangan.....	17
3.4.1	Proyeksi Keuangan.....	17
3.4.2	Analisis Keuntungan.....	18
3.4.3	Analisis Kelayakan Usaha.....	18
3.5	Penjadwalan.....	19
BAB IV	Kesimpulan dan Saran.....	20
4.1	Kesimpulan.....	20
4.2	Saran.....	20

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Camilan adalah bentuk menu makanan berupa makanan selingan di waktu-waktu kita santai. Camilan juga bisa dijadikan sebagai makanan dikala 'kepepet' saat kita lapar tapi tidak punya banyak waktu untuk makan.

Saat ini begitu banyak camilan yang beredar. Namun, tidak semua camilan itu sehat dan bisa dijadikan makanan selingan yang baik dan tidak mengganggu kesehatan.

Camilan sehat terkadang juga memiliki pertimbangan untuk dijadikan pilihan camilan, apalagi untuk segmen pasar para mahasiswa. Pertama adalah dari pertimbangan rasa, karena seringkali makanan sehat itu rasanya kurang sedap. Kedua adalah faktor harganya. Tidak sedikit camilan sehat itu harganya mahal di kantong mahasiswa.

1.2 Perumusan Masalah

Terkait pada pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa masalah yang timbul adalah bahwa mahasiswa mencari camilan yang sehat namun dengan rasanya yang enak dan harganya tidak menguras kantong.

1.3 Tujuan Program

Tujuan dari program perusahaan ini yang paling utama adalah ingin berusaha memuaskan para konsumennya dengan menyediakan camilan sehat dengan rasa yang enak dan harga yang pas di kantong. Tujuan lainnya adalah ingin menambah lapangan pekerjaan.

1.4 Output yang Diharapkan

Adapun harapan-harapan yang ingin dicapai dari bisnis ini adalah perusahaan bisa memiliki banyak konsumen yang loyal, keuntungan yang fantastis, menjadi bisnis yang merajai pangsa pasarnya, dan mengurangi jumlah pengangguran di lingkungan masyarakat.

1.5 Kegunaan Program

Program bisnis ini juga memiliki kegunaan, diantaranya:

- A. Turut meningkatkan jumlah wirausahawan yang akan mempengaruhi kondisi perekonomian Indonesia
- B. Menciptakan lapangan pekerjaan sehingga mengurangi angka pengangguran
- C. Mendukung gerakan hidup sehat

1.6 Sekilas Tentang Perusahaan

- Nama Perusahaan : Dasoba
- Nama Pemilik : Desti, Tiara, Hala, Zia, Vivi
- Alamat dan Kontak Personal : Jl. Sarijadi Raya No.61 Bandung 40151
Email : dasoba@hotmail.com
Facebook : DASOBA Yummy
Twitter : @DASOBAyummy
No. Telepon : 022-77889015

A. Profil Singkat Bisnis

DASOBA merupakan bisnis yang bergerak di bidang kuliner. Panganan ini berbahan dasar daging, sosis dan bakso yang disajikan seperti satai, digoreng lalu disiram saus barbeque. Disajikan hangat, bisa dijadikan makanan pengganjal perut yang bergizi. Usaha ini ditempatkan di tempat-tempat strategis di sekitar kampus.

B. Visi dan Misi Bisnis

- Visi

Menjadi bisnis kuliner tersukses di kota Bandung.

- Misi Perusahaan

- 1) Melayani dengan jujur, setulus hati, dan selalu berusaha memuaskan kebutuhan konsumen
- 2) Menyediakan produk yang fresh
- 3) Menyediakan camilan sehat dengan harga terjangkau

C. Logo Perusahaan



Simbol	Arti
Background putih	Menunjukkan bahwa kami akan melayani konsumen dengan jujur dan setulus hati
Tulisan berwarna merah	Mencerminkan semangat perusahaan dalam tujuannya memuaskan konsumen, dan mencerminkan perusahaan yang memiliki masa depan cerah dan bersinar, juga berani berbisnis
Gambar sate Tulisan di dalam garis tebal hitam	Menunjukkan apa yang kita jual Menginformasikan bahwa kita menggunakan homemade sauce. Sedangkan warna hitam mencerminkan ketegasan komitmen kita dalam bisnis

BAB II

Metodologi

2.1 Manajemen Pemasaran

Dharmmesta & Handoko (1982) menyatakan bahwa **manajemen pemasaran** adalah salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, untuk berkembang, dan untuk mendapatkan laba. Proses pemasaran itu dimulai jauh sejak sebelum barang-barang diproduksi, dan tidak berakhir dengan penjualan. Kegiatan pemasaran perusahaan harus juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan (http://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen_pemasaran).

Dari segi pemasaran, langkah pertama yang dibahas oleh perusahaan adalah analisis dari peluang yang dimiliki, baik internal, maupun eksternalnya. Sehingga akan memunculkan strategi yang tepat, yaitu strategi WT (weakness; threats). Selanjutnya dijelaskan juga gambaran umum pasar, rencana penjualan dan strategi pemasarannya yang di bahas dalam 7P's.

2.2 Manajemen Prproduksi/Operasional

Manajemen produksi merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen yang mempunyai peran dalam mengordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan. Untuk mengatur kegiatan ini, perlu dibuat keputusan-keputusan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk mencapai tujuan agar barang dan jasa yang dihasilkan sesuai dengan apa yang direncanakan. Dengan demikian, manajemen produksi menyangkut pengambilan keputusan yang berhubungan dengan proses produksi untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. (http://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen_produksi).

Tentunya segala aktivitas produksi juga tidak terlepas dari aktivitas operasi yang di jabarkan dalam suatu manajemen yang disebut manajemen operasi. **Manajemen operasi** adalah area bisnis yang berfokus pada proses produksi barang dan jasa, serta memastikan operasi bisnis berlangsung dengan efektif dan efisien. (http://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen_operasi).

Untuk mencapai tujuannya, di dalam proposal ini dibahas apa saja produk-produk yang akan ditawarkan, bagaimana pendistribusian produknya, seberapa banyak kapasitas produksinya, termasuk biaya-biaya yang harus dikeluarkan agar bisnis ini bisa berdiri.

2.3 Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia, disingkat **MSDM**, adalah suatu ilmu atau cara bagaimana mengatur hubungan dan peranan sumber daya (tenaga kerja) yang dimiliki oleh individu secara efisien dan efektif serta dapat digunakan secara maksimal sehingga tercapai tujuan (*goal*) bersama perusahaan, karyawan dan masyarakat menjadi maksimal. MSDM didasari pada suatu konsep bahwa setiap karyawan adalah manusia - bukan mesin - dan bukan semata menjadi sumber daya bisnis. Kajian MSDM menggabungkan beberapa bidang ilmu seperti psikologi, sosiologi, dll. (http://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen_sumber_daya_manusia)

Di dalam proposal ini akan disebutkan mengenai penyusunan karyawan, dan kompensasi karyawan. Manajemen sumber daya manusia melibatkan semua keputusan dan praktik manajemen yang memengaruhi secara langsung sumber daya manusianya

2.4 Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah suatu kegiatan perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian, dan penyimpanan dana yang

dimiliki oleh suatu organisasi atau perusahaan. Di dalam proposal ini akan dibahas mengenai proyeksi keuangan, kelayakan usaha dan keuntungannya.

BAB III

Pembahasan

3.1 Manajemen Pemasaran

3.1.1 Analisis Peluang

Faktor Internal 	Strengths: a. Menyajikan barbeque dalam bentuk beda yaitu digoreng b. Harga cock di kantong mahasiswa	Weakness: a. Belum dikenal masyarakat b. Banyak pesaing yang menjual produk hampir sejenis (kebab, burger, sosis bakar) c. Keterbatasan SDM
Faktor Eksternal 		
Opportunities: a. Adanya pasar (mahasiswa yang mencari camilan sehat, mengenyangkan) b. Tempat usaha strategis (lingkungan kampus)		
Threats: a. Banyaknya pesaing b. Inovasi kuliner yang terus-menerus diperbaharui		<u>STRATEGI WT</u> ➤ Promosi gencar di social networking terutama twitter ➤ Inovasi rasa sauce

3.1.2 Gambaran Umum Pasar (STP)

A. Segmenting

- Masyarakat di kota Bandung
- Masyarakat usia 19-23 tahun

B. Targeting

Kalangan mahasiswa yang ada di kampus-kampus ternama di kota Bandung

C. Positioning

Camilan sehat harga bersahabat.

3.1.3 Permintaan

Bulan	Perkiraan Permintaan (dalam Unit)
Februari	2500
Maret	3000
April	3500

3.1.4 Penawaran

- Pesaing

Nama Perusahaan Pesaing	Kapasitas Produksi / Bulan (dalam Unit)
Kebab Turki	3000
Burger	2500
Sosis bakar	3000

- Dasoba

Bulan	Perkiraan Penawaran (dalam Unit)
Februari	3000
Maret	3500
April	4000

*penawaran dari seluruh jenis produk

3.1.5 Rencana Penjualan

Bulan	Permintaan (A)	Penawaran (B)	Peluang (C = A-B)	Rencana Penjualan
Februari	2500	3000	500	100
Maret	3000	3500	500	200
April	3500	4000	500	300

*rencana penjualan dari seluruh jenis produk

3.1.6 Strategi Pemasaran

A. Product

- Menu A = mix satai (daging ayam, sosis sapi, bakso, sapi parika, nanas)
- Menu B = satai daging ayam
- Menu C = satai; 2 tusuk sosis daging sapi dan 1 tusuk bakso sapi

B. Price

- Menu A = 7000 rupiah
- Menu B = 5000 rupiah
- Menu C = 4000 rupiah

C. Placement (pendistribusian produk)

Kami memproduksi sendiri produk, memasak di tempat (cepat saji) dan langsung diberikan pada knsumen. Kami beebelanja bahan sebagian di pasar tradisional (bumbu dan daging ayam), dan untuk sosis dan bakso kami berbelanja di pasar swalayan (Carrefour/hypermart). Tempat usaha akan ditempatkan di depan Bluhoz Sukabirus.

D. Promotion

Advertising	Sales Promotion	Public Relation
Brosur, poster, pamflet, media sosial (twitter dan facebook)	Program beli...porsi gratis....porsi.	Member

E. People

Yang berbelanja	Yang menjual
Yang berbelanja adalah kami sendiri, sehingga kami bisa benar-benar memastikan kualitas produknya	Usia minimal SMP, jujur, apik, tekun, sabar, ramah dan sopan, rajin.

F. Process

- Kami berbelanja, sebagian ke pasar tradisional, dan sebagian ke pasar swalayan.
- Kami menyiapkan saus dan bahan baku yang sudah berbentuk satai (mentahan)
- Kami membawa ke outlet
- Penjual sudah stand by di outlet, membuka lapak, membersihkan gerobak dan peralatan. Lalu membuka order
- Konsumen datang ke outlet, memilih menu
- Penjual memasaknya segera, max 5 menit per pesanan (atau disesuaikan dengan pesanan)
- Konsumen menerima produk, dan membayar
- Penjual melayani transaksi

G. Psychal Evidence

- Penggorengan (pan)
- Kulkas mini
- Kompor gas
- Tabung Gas
- Gerobak
- Pencapit
- Tempat plastik
- Staples
- Plastik
- Kursi plastik 5 buah

3.2 Manajemen Produksi

3.2.1 Produk

Berikut ini diuraikan sebagian jenis produk yang ditawarkan:

Menu A	Menu B	Menu C	Saus
Terdiri dari 3 tusuk satai mix antara daging ayam, paprika, sosis sapi, nanas, bakso sapi, paprika, sosis sapi	Terdiri dari 3 tusuk daging ayam. Satu tusuk terdiri dari 5 potong dadu.	Terdiri dari 2 tusuk satai sosis sapi dan 1 tusuk satai bakso sapi	Saus barbeque terbuat dari campuran tomat, bawang merah, bawang putih, saus sambal, saus tomat, cabai merah segar, tepung maizena, air, dan minyak.

3.2.2 Distribusi Produk dan Operasional

- Pendistribusian produk
 - Kami mendistribusikan produk langsung ke konsumen
- Operasional
 - 1) Konsumen datang ke outlet, lalu memesan produk
 - 2) Penjual mengambil bahan baku di dalam kulkas, memanaskan penggorengan yang sudah berisi minyak, lalu bahan digoreng hingga matang, di taruh di saringan agar minyak turun, lalu menyiapkan packaging dengan menggunakan kotak plastik (yang biasa digunakan untuk nasi kuning), memasukan produk yang sudah digoreng, menyiramnya dengan saus, ditutup dan kotak distaples, dimasukan ke kantung kresek, diberi sehelai tissue dan diserahkan ke konsumen. Maksimal pengerjaan rata-rata 5 menit per porsi.

- 3) Konsumen membayar
- 4) Penjual menerima transaksi, dan mengucapkan "terima kasih, silakan datang kembali"

3.2.3 Kapasitas Produksi Jasa

Untuk kapasitas produk kami mampu membuat 30 porsi menu A, 30 porsi menu B, dan 40 porsi menu C per hari.

3.2.4 Pemasangan Sarana Penunjang

Peralatan	Jumlah Biaya
1. Kulkas mini	Rp 1.200.000,00
2. Kompor gas 1 unit	Rp 300.0000,00
3. Tabung gas kecil	Rp 1.500.000,00
4. Selang dan Regulator	Rp 115.000,00
5. Gerobak	Rp 2.500.000,00
6. Kursi plastik 5 buah @ Rp 60.000,00	Rp 300.000,00
7. Peralatan masak (pan, capitan, saringan, dll)	Milik pribadi
Total Biaya Pemasangan Sarana Penunjang :	Rp 5.915.000,00

3.2.5 Biaya modal produk

Peralatan	Harga satuan	Jumlah (unit)	Total
Tusuk satai	Rp 10.000/100 tusuk	10 ikat	Rp 10.000,00
Kotal plastik	Rp 15.000/100lbr	1 paket	Rp 15.000,00
Staples+refill	Rp 10.000	-	Rp 10.000,00
Kantong plastik putih	Rp 5.000	-	Rp 5.000,00
Sosis sapi	Rp 1147/batang	100	Rp 114.700,00
Bakso sapi	Rp 56.800/100butir	1 paket	Rp 56.800,00
Daging ayam (filet)	Rp 25.000,00/kg	1,5 kg	Rp 37.500,00
Nanas	Rp 3000/kg	1/2 kg	Rp 1.500,00
Paprika	Rp 40.000/kg	1/2 kg	Rp 20.000,00
Minyak goreng	Rp 12.000/liter	2 liter	Rp 24.000,00
Bumbu saus	Rp 50.000/100 porsi	-	Rp 68.000,00
Saus sambal pedas	Rp 14.000/bks besar	1 bks	Rp 14.000,00
Gas	Rp 13.000,00/tabung	1 tabung	Rp 13.000,00
Ongkos	Rp 50.000,00	-	Rp 50.000,00
Total biaya per-100 porsi			Rp 442.500,00

3.2.6 Biaya Umum Usaha

Jenis Biaya Umum Usaha	Jumlah Biaya/Bulan
1. Sewa tempat	Rp 200.000,00
2. Gaji penjual	Rp 500.000,00
Total Biaya Umum Usaha per bulan:	Rp 700.000,00

3.3 Manajemen Sumber Daya Manusia

3.3.1 Aspek Organisasi

- Koordinator bisnis : Desti Alisanti
- Bagian produk : Tiara Anindita, Hala Rachma
- Bagian keuangan : Fauzia Rahayu, Fitri Hardinasti AM
- Penjual : masih dalam pencarian

3.3.2 Perizinan

Hanya melapor ke RT/RW setempat, serta pemilik tempat usaha tersebut, yaitu di depan Bluhoz Sukabirus.

3.4 Manajemen Keuangan

3.3.1 Proyeksi Keuangan

- Modal keseluruhan

Jenis modal	Jumlah biaya
<u>Biaya pendirian usaha</u>	
Pemasangan sarana penunjang	Rp 5.915.000,00
Biaya Modal Produk	Rp 442.500,00
Biaya Umum Usaha	Rp 700.000,00
Total biaya	Rp 7.057.500,00

- Pembagian modal
 - Modal Sendiri : Rp 2.057.000,00
 - Investor : Rp 5.000.000,00

- Biaya produk per-unit
 - Menu A : Rp 5.174,00
 - Menu B : Rp 3.159,00
 - Menu C : Rp 3.590,00

3.3.2 Analisis Keuntungan

Harga Jual Produk

Menu A : Rp 7.000,00

Menu B : Rp 4.000,00

Menu C : Rp 5.000,00

Keuntungan

Menu A : 30 porsi x (7000-5.174) = Rp 54.780,00

Menu B : 30 porsi x (4000-3.159) = Rp 25.230,00

Menu C : 40 porsi x (5000-3.590) = Rp 42.300,00

Total keuntungan per-hari = Rp 122.310,00

Total keuntungan perbulan = **Rp 3.669.300,00**

3.3.3 Analisis Kelayakan Usaha

Keuntungan bersih per-bulan

= Total Keuntungan-Biaya Umum Usaha

= Rp 3.669.300,00 - Rp 700.000,00

= Rp 2.969.300,00

Periode pengembalian modal

= Total Biaya Modal Pertama/Total Keuntungan Bersih

= Rp 7.057.500,00/Rp 2.969.300,00

= 2 bulan 4 hari

Melihat periode pengembalian modal hanya jangka waktu 2 bulan 4 hari, dengan perkiraan penjualan 100 porsi per-hari, maka bisnis ini dikatakan **SANGAT LAYAK** untuk dijalankan.

3.5 Penjadwalan

Kegiatan	Jadwal Pelaksanaan (dalam mingguan)			
	1	2	3	4
Survey pasar	X			
Survey lokasi usaha	X			
Survey supplier		x	x	
Perizinan			x	
Peresmian				x
Operasional				x

BAB IV

Kesimpulan dan Saran

4.3 Kesimpulan

- DASOBA merupakan bisnis yang bergerak di bidang kuliner. Panganan ini berbahan dasar daging, sosis dan bakso yang disajikan seperti satai, digoreng lalu disiram saus barbeque. Disajikan hangat, bisa dijadikan makanan pengganjal perut yang bergizi. Usaha ini ditempatkan di tempat-tempat strategis di sekitar kampus.
- Tujuan pemasaran bisnis ini sendiri pada jangka pendek ini adalah untuk membuat 'product awareness', sedangkan jangka panjangnya adalah untuk memaksimalkan profit dengan pangsa pasar yang maksimal.
- Melihat periode pengembalian modal hanya jangka waktu 2 bulan 4 hari, dengan perkiraan penjualan 100 porsi per-hari, maka bisnis ini dikatakan **SANGAT LAYAK** untuk dijalankan.

4.4 Saran

- Alangkah baiknya kita turut membantu perekonomian Indonesia dengan menjadi seorang wirausaha, masih banyak kesempatan untuk kita mengisi pasar di Indonesia dalam berbagai segmen.
- Saat ini bisnis kuliner sangat menjanjikan. Masyarakat selalu mencari sesuatu yang baru setiap harinya.
- DASOBA berani mengatakan mampu menjawab tantangan pasar tersebut. Apalagi jika melihat keuntungannya, bisnis ini sangat layak untuk dijalankan.