

BUSINESS PLAN COMPETITION

FRIED MUSHROOM



Oleh :

Asabul Irfan	2113046042
Binggi Wilatama	2113046062
Helmalia Putry	2113046088
Siti Rahma Nurbahera	2113046076
Yurike Anjani Hermawan	2113046066

PENDIDIKAN BAHASA LAMPUNG

JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS LAMPUNG

2023

KATAGORI : KULINER



Proposal ini dibuat untuk memenuhi tugas mata

kuliah Bisnis Digital

FRIED MUSHROOM

Oleh :

Asabul Irfan	2113046042
Binggi Wilatama	2113046062
Helmalia Putry	2113046088
Siti Rahma Nurbahera	2113046076
Yurike Anjani Hermawan	2113046066

PENDIDIKAN BAHASA LAMPUNG

JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS LAMPUNG

2023

DAFTAR ISI

BAB I	6
PENDAHULUAN	6
1.1 Latar Belakang	6
1.2 Visi, Misi, dan Tujuan	6
1.3 Gambaran Usaha	7
BAB II	8
DESKRIPSI USAHA	8
2.1 GAMBARAN UMUM DAN RENCANA USAHA	8
2.1.1 Aspek Pemasaran	8
2.1.1 Segmentasi	8
2.1.3 Targeting	8
2.1.4 Positioning	8
3.1 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing	8
3.1.1 Produk (Product).....	8
3.1.2 Harga (Prize).....	9
3.1.2 Promosi (Promotion).....	9
3.1.3 Placement.....	9
4.1 SWOT.....	9
4.1.1 Kekuatan (Strength).....	9
4.1.2 Kelemahan (Weakness)	10
4.1.3 Peluang (Opportunity)	10
4.1.4 Ancaman (Threat)	10
5.1 Aspek Organisasi dan Manajemen	10
5.1.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia.....	10
5.1.2 Perizinan	11
5.1.3 Kegiatan Pra Operasional	11
5.1.4 Kebutuhan Inventaris dan Supply Kantor.....	11
6.1 Aspek Produksi.....	11
6.1.1 Proses Produksi.....	11
6.1.2 Bahan Baku dan Bahan Pembantu.....	12

6.1.3 Tenaga Produksi	12
6.1.4 Tanah, Gedung, dan Perlengkapannya	12
7.1. Aspek Keuangan.....	13
7.1.1 Sumber Pendanaan.....	13
7.1.2 Kebutuhan Modal Kerja.....	13
7.1.3 Analisis Kelayakan Usaha	13
7.1.4 Payback Period	14
BAB III.....	15
PENUTUP.....	15
8.1 Kesimpulan.....	15
DAFTAR PUSTAKA	16

Perencanaan Pendirian Usaha Fried Mushroom

(F Mushroom)



Rencana pendirian usaha F Mushroom adalah perencanaan usaha dengan melakukan modifikasi terhadap salah satu makanan yang biasa dimasak sehari-hari. Jamur merupakan salah satu jenis makanan yang sudah biasa dimakan oleh masyarakat Indonesia. Jamur sendiri merupakan salah satu bahan masakan yang ada pada meja makan orang Indonesia. Melihat potensi pangsa pasar dan penjualan yang cukup tinggi, maka bisnis F Mushroom masih sangat terbuka luas. Selain itu, F Mushroom akan selalu memberikan keunggulan, dengan berbagai macam cara seperti memberikan harga yang bersahabat, mengedepankan kualitas, serta berinovasi dalam proses produksi.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki berbagai macam kekayaan dalam berbagai aspek, terutama dibidang kuliner. Indonesia kaya akan kuliner tradisional dan sudah tak asing lagi jamur sebagai makanan sehari hari.

Jamur merupakan sayuran yang biasa dimasak oleh para ibu di Indonesia. Namun masih banyak juga masyarakat Indonesia yang tidak menyukai jamur dikarenakan berbagai macam hal.

Di Indonesia, jamur umumnya dihidangkan dengan cara di tumis, di sop dan berbagai macam variasi masakan lainnya. Kami memilih jamur sebagai bahan utama dikarenakan melihat adanya potensi dari sayur ini apabila digabungkan dengan inovasi masa kini sehingga dapat menarik lebih minat masyarakat dalam mengkonsumsi jamur. Dan diharapkan fried mushroom ini dapat menjadi peluang untuk menjalankan usaha.

1.2 Visi, Misi, dan Tujuan

Visi

Menjadikan usaha F Mushroom sebagai pelopor usaha modifikasi makanan terbaik

Misi

1. Memberikan dedikasi terbaik dalam menjalankan usaha.
2. Kreatif dan inovatif dalam memodifikasi jamur menjadi fried mushroom
3. Mampu memberikan harga yang bersaing namun tetap mengedepankan kualitas.

4. Berdedikasi tinggi dalam pelayanan usaha sehingga konsumen dapat mencapai nilai kepuasannya.

Tujuan

1. Meningkatkan minat masyarakat terutama anak-anak untuk mengonsumsi jamur
2. Melakukan inovasi dan modifikasi jamur menjadi fried mushroom tanpa menghilangkan manfaatnya
3. Menghasilkan dan memberikan inovasi makanan nikmat yang berkualitas.
4. Memenuhi permintaan konsumen.

1.3 Gambaran Usaha

Usaha F Mushroom ini adalah usaha di bidang kuliner yang berkonsep makanan modern. Penjualan akan dilakukan secara offline dengan dipasarkan menggunakan tenant yang akan ditempatkan di posisi yang strategis. Durasi kerja usaha ini yaitu 5 hari dalam seminggu atau 20 hari dalam sebulan.

F Mushroom ini terbuat dari jamur yang digoreng menggunakan campuran bumbu, tepung terigu, dan telur dan diberikan saus cabai atau tomat serta mayonnaise sebagai pelengkap. Makanan ini akan dikemas menggunakan mika plastik sebagai wadah. Keunggulan dari F Mushroom ini yaitu kualitasnya yang terjaga dengan baik, harganya yang terjangkau untuk membuat perut kenyang dan rasa dari F Mushroom ini membuat masyarakat yang membuatnya merasa puas.

BAB II

DESKRIPSI USAHA

2.1 GAMBARAN UMUM DAN RENCANA USAHA

2.1.1 Aspek Pemasaran Segmentasi, Targeting dan Positioning

2.1.1 Segmentasi

Segmentasi F Mushroom dari sisi geografi adalah fried mushroom ini akan dipasarkan di wilayah bandar lampung . Dari sisi demografi, fried mushroom ini ditujukan kepada semua kalangan, baik anak-anak, remaja, dewasa, maupun lanjut usia. Dan dari sisi psikografis, fried mushroom akan cocok dipasarkan kepada masyarakat yang suka mengkonsumsi makanan ringan namun nikmat dan mengenyangkan.

2.1.3 Targeting

Target dari fried mushroom ini adalah masyarakat luas khususnya masyarakat daerah Bandar Lampung.

2.1.4 Positioning

Positioning dari Fried mushroom adalah harga yang diberikan cukup terjangkau, namun tetap mengedepankan dan memperhatikan kualitas dari Fried mushroom..

3.1 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

3.1.1 Produk (Product)

Dalam proses pembuatan fried mushroom, F Mushroom ini menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Tepung berkualitas tinggi, telur ayam, dan bumbu lalu di goreng hingga matang sempurna. Dan disajikan dengan topping yang menggoda mata untuk segera mencicipinya.

3.1.2 Harga (Prize)

Harga yang ditawarkan untuk bolu ini Rp 5.000/pcs. Dan akan mendapat potongan diskon 5% dari total pembelian jika membeli diatas 100 pcs. Hal ini dilakukan untuk menarik minat dan daya beli konsumen.

3.1.2 Promosi (Promotion)

Personal Selling

Dalam melakukan promosi Bostea ini selain melalui media sosial juga bisa dilakukan dengan cara word of mouth (WOM). Dengan cara ini promosi dilakukan dari mulut ke mulut pelanggan yang sudah mencoba membeli Bostea ini, cara ini juga akan cepat menyampaikan informasi dan lebih cepat membuat costumers untuk segera membeli Bostea.

3.1.3 Placement

Lokasi penjualan akan berada di belakang kampus unila Lokasi ini dipilih karena dekat dengan bahan baku dan tempat yang strategis untuk dijangkau masyarakat khususnya siswa dan mahasiswa.

4.1 SWOT

4.1.1 Kekuatan (Strength)

- a. Kualitas produk terjaga, dengan bahan baku tanpa pengawet
- b. Harga yang ditawarkan terjangkau
- c. Kondisi tempat penjualan yang strategis
- d. Menggunakan tempat produksi yang steril
- e. Pelayanan pelanggan yang baik

4.1.2 Kelemahan (Weakness)

- a. Produk tidak tahan lama karena tidak menggunakan pengawet
- b. Usaha yang belum banyak dikenal

4.1.3 Peluang (Opportunity)

Peluang bisnis Fried mushroom ini masih cukup besar, di bandar lampung sendiri permintaan akan makanan ringan tapi mengenyangkan sangat tinggi. Dengan kualitas terbaik yang diutamakan di Fried mushroom ini, diharapkan usaha ini dapat menjadi pemasok makanan ringan favorit di bandar lampung.

4.1.4 Ancaman (Threat)

- a. Munculnya pesaing baru yang datang dan memiliki inovasi yang lebih menarik perhatian konsumen
- b. adanya masyarakat yang tidak menyukai olahan jamur

5.1 Aspek Organisasi dan Manajemen

5.1.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Organisasi adalah perkumpulan atau wadah bagi sekelompok orang untuk bekerjasama, terkendali, dan dipimpin untuk tujuan tertentu.

Berikut merupakan aspek organisasi yang direncanakan oleh Bolu

Kukus Green Tea:

1. Nama Usaha : F mushroom
2. Jenis Usaha : Kuliner
3. Alamat Usaha : belakang kampus unila
4. Nama Pemilik : kelompok 3 bisnis digital

5.1.2 Perizinan

Dalam menjalankan bisnis, perizinan sangatlah penting untuk keberlangsungan bisnis. Dimana jika suatu usaha tidak memiliki izin dapat dikatakan bisnis tersebut bisnis ilegal. Untuk itu F Mushroom membutuhkan izin dari pemerintah pusat, dan akan membutuhkan ijin usaha atau SITU (Surat Izin Tempat Usaha) dan ijin BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) serta sertifikasi halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia).

5.1.3 Kegiatan Pra Operasional

Sebelum memulai sebuah kegiatan usaha, diperlukan sebuah survei dan riset pasar yang digunakan untuk melihat seberapa besar peluang dan apa saja yang menjadi kebutuhan sebuah usaha dan apa yang diinginkan oleh setiap konsumen.

5.1.4 Kebutuhan Inventaris dan Supply Kantor

Kalkulator = 1 buah

Pena = 5 buah

Buku Kas 1 buah

6.1 Aspek Produksi

6.1.1 Proses Produksi

1. Cuci bersih jamur tiram menggunakan air mengalir
2. Siapkan wadah yang berisi telur yang sudah dicampurkan dengan bumbu
3. Siapkan wadah yang sudah berisi tepung terigu
4. Celupkan jamur kedalam telur lalu dibalur dengan tepung yang sudah disiapkan
5. Sembari mengolah bahan bahan tersebut siapkan wajan yang sudah berisi minyak dan dipanaskan

6. Setelah minyak panas, masukkan jamur yang sudah dibaluri tepung kedalam minyak
7. Goreng jamur sampai berubah warna menjadi coklat keemasan, lalu setelah itu tiriskan jamur

6.1.2 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

1. Jamur tiram yang masih fresh
2. 150 gr tepung terigu
3. 1 sdt bubuk merica
4. Garam secukupnya
5. Bubuk kaldu secukupnya
6. 2 sirung bawang putih
7. 3 buah butir telur

6.1.3 Tenaga Produksi

Dalam menjalankan usaha fried mushroom, F Mushroom akan membutuhkan bantuan tenaga kerja untuk melakukan kegiatan usaha setiap harinya. Mulai dari pemilihan bahan baku, pembuatan produk, hingga menjaga kualitas produk. Bostea menggunakan 2 orang tenaga produksi, dengan 2 karyawan.

6.1.4 Tanah, Gedung, dan Perlengkapannya

Untuk melakukan kegiatan usaha fried mushroom akan dilaksanakan di belakang kampus unila. Di lokasi itu akan dibuat satu tempat khusus produksi dan tempat khusus penjualan hasil produksi

7.1. Aspek Keuangan

7.1.1 Sumber Pendanaan

Modal sendiri Rp. 2.000.000

Total Rp. 2.000.000

7.1.2 Kebutuhan Modal Kerja

Jamur tiram 1kg : Rp. 30.000

tepung terigu kg : Rp. 12.000

Telur 6 butir : Rp. 12.000

bubuk merica : Rp. 2000.00

Garam Rp. : 2000.00

Bubuk kaldu : Rp. 5000.00

bawang putih : Rp. 15.000

Total Rp. 78.000

Keterangan di atas adalah untuk pembuatan 1 porsi.

Jika satu hari memproduksi sebesar 10 porsi makan $\text{Rp } 78.000 \times 10 = \text{Rp } 780.000$.

Perbulan sebesar $\text{Rp } 1.020.000 \times 30 = \text{Rp } 23.400.000$. Pertahun maka Rp 367.200.000.

7.1.3 Analisis Kelayakan Usaha

F Mushroom memerlukan analisis kelayakan usaha untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu usaha. Metode yang digunakan adalah Payback Period dan Net Present Value. Perkiraan pendapatan Bostea 2023-2025, dapat diasumsikan kenaikan harga setiap tahunnya. 6% dan kenaikan penjualan setiap tahun sebesar 2%.

7.1.4 Payback Period

Payback period adalah jangka waktu tertentu yang menunjukkan terjadinya arus penerimaan secara kumulatif sama dengan jumlah investasi dalam bentuk present value. Adapun kriteria penghitungan payback period adalah semakin kecil periode waktu pengembaliannya semakin cepat proses pengembalian suatu investasi. Karena sisa kas tidak dapat dibagi lagi dengan kas bersih tahun ke-2, maka sisa dari perhitungan tahun pertama dibagi dengan kas bersih tahun ke-2 yaitu sebagai berikut:

$$Pp = \text{Rp. } 3.000.000 \times 12 = 2 \text{ bulan}$$

$$\text{Rp. } 14.000.000$$

Jadi kesimpulan yang didapatkan berdasarkan perhitungan diatas bahwa

Payback Period (PP) F M dapat diterima dan pengembalian investasi

berkisar 1 tahun 2 bulan.

BAB III

PENUTUP

8.1 Kesimpulan

Setelah penjabaran diatas, dapat disimpulkan bahwa usaha fried mushroom (F Mushroom) dapat dilakukan . hal ini dapat disimpulkan setelah melihat kebutuhan dan minat masyarakat terutama kaula muda dalam menggandrungi makanan ringan seperti ini. Dan dari hasil pembahasan tersebut di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa usaha F Mushroom ini dari segi ide, target pasar, hingga rencana keuangan berupa modal dan lain-lain, memiliki prospek yang menjanjikan kedepannya. Tantangan terbesar dalam pemasaran dan promosi produk F Mushroom berupa adanya masyarakat yang kurang suka bahkan tidak suka dengan jamur karena berbagai macam alasan. Oleh karena itu, target pasar usaha ini harus tepat sasaran dan meyakinkan.

DAFTAR PUSTAKA

Belakang, L. (n.d.). *Proposal Usaha Kentang Goreng Ciyus BAB 1 : Pendahuluan.*

PROPOSAL BISNIS KULINER IMELDA SELVIANA PERMATA. (n.d.).

Proposal Usaha Bakso "Semua Bakso." (n.d.).

Proposal Usaha Seblak "Seblak Duarr." (n.d.).