

TUGAS E-COMMERCE

BUSINESS PLAN

“ CIRENGKU “



Oleh:

Adelia Oktaviani Sari

2113025002

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNOLOGI INFORMASI

JURUSAN PENDIDIKAN MIPA

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS LAMPUNG

2023

DAFTAR ISI

EXECUTIVE SUMMARY	3
BAB I.....	4
PENDAHULUAN	4
1.1 Latar belakang.....	4
1.2 Deskripsi Produk.....	4
1.3 Visi dan Misi Perusahaan	5
Mission Statement:.....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	5
BAB II	7
PEMBAHASAN	7
2.1 Rencana Produksi dan Operasional	7
2.2 Rencana Sumber Daya Manusia.....	8
2.3 Rencana Pemasaran.....	8
2.5 Keunggulan Produk Dibandingkan Produk Lain	12
2.6 Competitor Analysis	13
2.7 Rencana Keuangan	13
BAB III.....	16
PENUTUP.....	16
3.1 Kesimpulan	16
3.2 Saran.....	16

EXECUTIVE SUMMARY

Cirengku adalah sebuah perusahaan kuliner yang berkomitmen untuk membawa inovasi pada camilan khas Indonesia, khususnya cireng. Kami percaya bahwa keberhasilan dalam bisnis kuliner tidak hanya bergantung pada rasa yang lezat, tetapi juga pada kreasi dan pengalaman yang unik. Cirengku hadir untuk memenuhi kebutuhan pasar akan camilan yang tidak hanya lezat, tetapi juga menawarkan variasi dan konsep baru.

Fokus utama Cirengku adalah pada kualitas bahan baku. Kami memastikan bahwa setiap cireng yang kami sajikan terbuat dari bahan-bahan berkualitas tinggi, tanpa tambahan bahan pengawet atau pewarna buatan. Hal ini tidak hanya menciptakan rasa yang autentik, tetapi juga menunjukkan komitmen kami terhadap kesehatan dan kepuasan pelanggan. Selain itu, cirengku hadir dalam bentuk beku (Frozen) yang nantinya akan mempermudah pemasaran hingga ke luar lampung

Untuk memasarkan produk kami, Cirengku mengadopsi strategi terintegrasi yang mencakup pemanfaatan media sosial dan kemitraan dengan acara-acara kuliner lokal. Tidak hanya itu, dapur produksi kami dirancang untuk menciptakan cireng secara efisien dan bersih. Kami menjaga standar keamanan pangan tertinggi dan menjalankan proses produksi dengan transparansi untuk memastikan kepercayaan pelanggan. Konsistensi dalam rasa dan kualitas adalah prioritas kami, dan kami terus melakukan inovasi untuk memberikan pengalaman yang memuaskan setiap kali pelanggan menikmati produk Cirengku.

Dengan kombinasi dari rasa autentik, kualitas bahan baku, strategi pemasaran yang cerdas, dan fokus pada kepuasan pelanggan, Cirengku bertekad untuk menjadi pemimpin di pasar camilan khas Indonesia. Kami yakin bahwa melalui dedikasi kami terhadap inovasi dan kualitas, Cirengku tidak hanya akan menjadi pilihan utama pelanggan, tetapi juga akan menjadi salah satu pelaku utama dalam industri kuliner yang berkembang pesat.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Cirengku lahir dari tekad untuk menghadirkan inovasi dalam dunia kuliner Indonesia, dengan fokus khusus pada camilan khas cireng. Kami percaya bahwa kesuksesan dalam bisnis kuliner tidak hanya ditentukan oleh rasa yang lezat, melainkan juga oleh kreativitas dan pengalaman yang unik. Dalam visi kami, Cirengku hadir untuk memenuhi kebutuhan pasar akan camilan yang tidak hanya memanjakan lidah, tetapi juga menawarkan variasi dan konsep baru. Kami menempatkan fokus utama pada kualitas bahan baku. Setiap cireng yang kami sajikan dibuat dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi, tanpa tambahan bahan pengawet atau pewarna buatan. Kami berkomitmen untuk menciptakan rasa autentik yang tidak hanya memanjakan indera, tetapi juga memastikan keberlanjutan kesehatan pelanggan. Lebih dari sekadar camilan lezat, Cirengku juga menghadirkan produk beku (Frozen), membuka peluang pemasaran yang luas hingga ke luar Lampung. Cirengku mengadopsi strategi pemasaran terintegrasi yang mencakup pemanfaatan media sosial dan kemitraan dengan acara-acara kuliner lokal. Melalui kreativitas digital dan kolaborasi dengan komunitas kuliner, kami berusaha untuk menjadikan Cirengku tidak hanya sekadar camilan, tetapi juga bagian dari pengalaman budaya kuliner Indonesia.

Dapur produksi kami didesain untuk menciptakan cireng secara efisien dan bersih. Kami menjaga standar keamanan pangan tertinggi dan mengutamakan transparansi dalam setiap tahap proses produksi. Konsistensi dalam rasa dan kualitas merupakan prioritas utama kami, dan kami terus berinovasi untuk memberikan pengalaman yang memuaskan setiap pelanggan. Dengan kombinasi rasa autentik, kualitas bahan baku, strategi pemasaran yang cerdas, dan fokus pada kepuasan pelanggan, Cirengku bertekad untuk menjadi pemimpin di pasar camilan khas Indonesia. Kami yakin bahwa melalui dedikasi kami terhadap inovasi dan kualitas, Cirengku bukan hanya akan menjadi pilihan utama pelanggan, tetapi juga akan menjadi pelaku utama dalam industri kuliner yang berkembang pesat.

1.2 Deskripsi Produk

Cirengku, didirikan pada pertengahan 2023, merupakan sebuah perusahaan kuliner yang berkembang pesat dengan fokus pada inovasi dalam menyajikan cireng, camilan khas Indonesia. Visi kami adalah menjadi yang terdepan dalam menghadirkan pengalaman kuliner yang unik dan memuaskan melalui sentuhan kreatif pada cita rasa tradisional.

1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Mission Statement:

Cirengku berkomitmen untuk menyajikan cireng dengan rasa autentik dan kualitas terbaik, memenuhi selera pelanggan, serta memberikan pengalaman yang tak terlupakan. Kami bertekad untuk menjadi pelopor inovasi dalam industri kuliner dengan terus mengembangkan menu dan konsep yang memukau, sambil menjaga keaslian cita rasa Indonesia.

Business Values:

1. **Integritas:** Kami menjunjung tinggi kejujuran, transparansi, dan etika dalam semua aspek bisnis kami, dari produksi hingga pelayanan pelanggan.
2. **Inovasi:** Kami memahami bahwa inovasi adalah kunci keberhasilan jangka panjang. Kami berkomitmen untuk terus menciptakan produk baru dan meningkatkan pengalaman pelanggan.
3. **Kualitas:** Kami percaya bahwa kualitas adalah landasan keberlanjutan bisnis. Kami selalu memprioritaskan penggunaan bahan-bahan berkualitas tinggi dan proses produksi yang terkontrol dengan baik.
4. **Pelayanan Pelanggan:** Keberhasilan kami tergantung pada kepuasan pelanggan. Kami berkomitmen untuk memberikan pelayanan pelanggan yang ramah, responsif, dan profesional.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Tujuan :

- Menghadirkan inovasi pada camilan khas Indonesia, khususnya cireng, dengan menciptakan variasi dan konsep baru yang menarik.
- Menyediakan cireng dengan rasa autentik dan kualitas bahan baku terbaik, memberikan pengalaman kuliner yang memuaskan bagi pelanggan.
- Memanfaatkan bentuk produk beku (Frozen) untuk memudahkan pemasaran dan distribusi, serta memperluas pangsa pasar hingga ke luar Lampung.

Manfaat :

- Membangun usaha Cirengku akan memberikan kontribusi positif dengan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat setempat.
- Dengan fokus pada kualitas bahan baku, usaha ini dapat memberdayakan petani dan pemasok lokal dengan memperoleh bahan baku berkualitas dari mereka.
- Memenuhi kebutuhan konsumen akan camilan yang tidak hanya lezat, tetapi juga berkualitas tinggi dan aman dikonsumsi.

BAB II

PEMBAHASAN

2.1 Rencana Produksi dan Operasional

Lokasi Geografis

Kantor pusat dan fasilitas produksi utama Cirengku berlokasi sukajawa bandarlampung. Dengan rencana penjualan berpusat di marketplace shopee dengan estimasi pengiriman ke seluruh wilayah di indonesia.

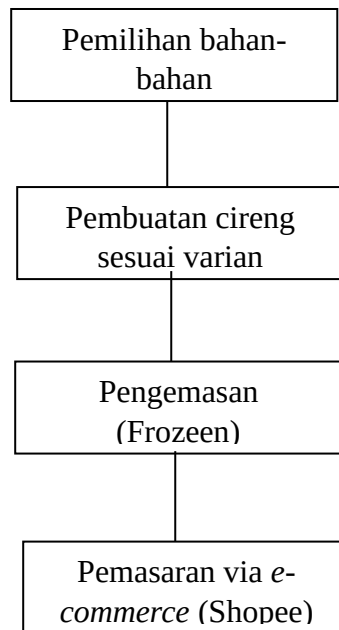
Struktur Legal Perusahaan:

Cirengku berbentuk usaha mikro (UMKM) karena masih di produksi dengan skala rumahan, namun usaha ini akan dikembangkan pada sebuah platform e-commerce dalam penjualannya.

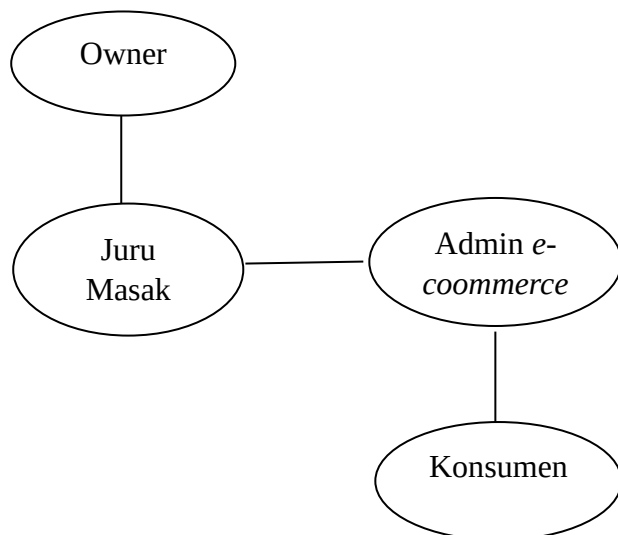
Bahan Produksi :

- 1) Tepung Terigu
- 2) Tepung Kanji
- 3) Gula Pasir
- 4) Ayam segar
- 5) Bawang putih dan Bawang Merah
- 6) Kaldu ayam
- 7) Bumbu peenyedap

Tahap Produksi :



2.2 Rencana Sumber Daya Manusia



2.3 Rencana Pemasaran

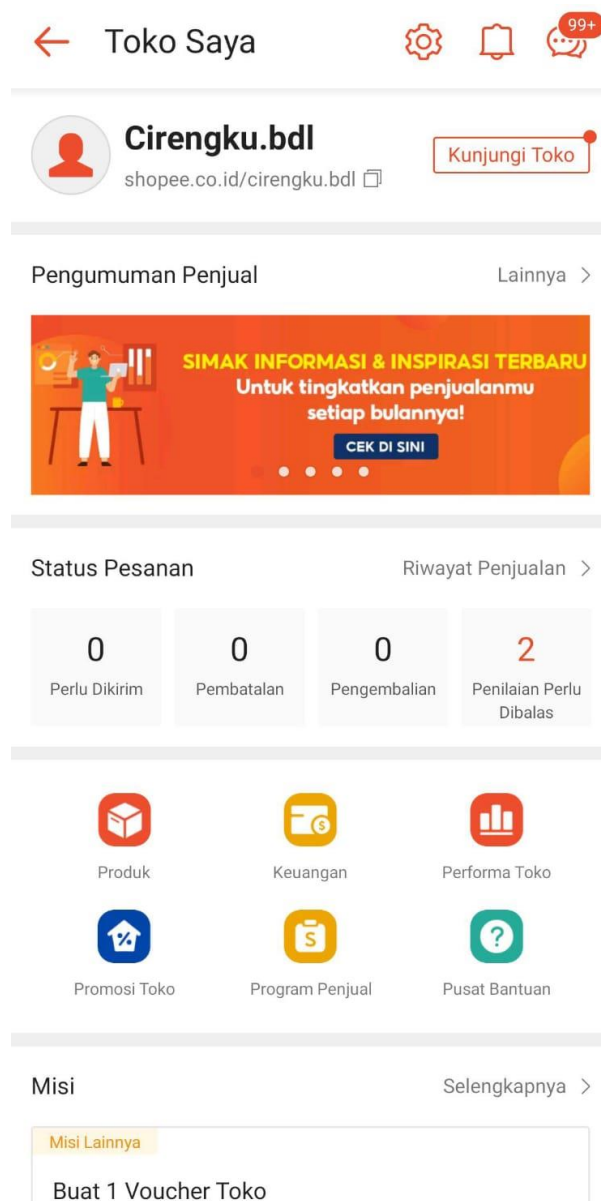
- Sistem Penjualan :

Cirengku dijual dengan berbagai varian dan ukuran, ada yang dijual permika (wadah) ada juga yang dijual per pieces, tergantung kepada keinginan konsumen. Karena

nantinya konsumen dapat memilih sendiri varian dan ukuran yang mereka ingin beli, seperti misalnya varian keju 15 pieces atau varian ayam suwir 1 mika, dimana 1 mika biasanya berisi 5 pieces.

- Promosi dan iklan :

Promosi akan diberikan pada perayaan hari besar seperti misalnya perayaan 17 Agustus atau perayaan lainnya, sementara untuk iklan akan dibuat di marketplace shopee seperti membuat shopee video agar konsumen tertarik. Mungkin kalau nantinya usaha ini semakin maju, kami akan menyewa jasa endorse oleh para selebgram terkenal agar semakin banyak yang mengenal produk cirengku.



Analisis STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*)

a. *Segmentation*

Segmentasi Demografi	Pelayanan aplikasi ini ditujukan untuk segala usia yang telah terhubung dengan aplikasi shopee dan untuk seluruh elemen ekonomi, baik kelas bawah, menengah, maupun atas
Segmentasi Geografis	Pemasaran dilakukan secara online dengan memanfaatkan digitalisasi pada media sosial sehingga dapat dijangkau kapanpun dan dimanapun.
Segmentasi Psikografis	Aplikasi ini diperuntukkan untuk pengguna yang ingin mencari cemilan yang lezat dan berkualitas
Segmentasi Perilaku	Kebutuhan pelanggan bisa diklasifikasikan menjadi kebutuhan makanan yang lebih sehat.

b. *Targeting*

Target pemasaran Cirengku adalah selalu berinovasi dengan pengoptimalan teknologi untuk bisa membuat konsumen menikmati kemudahan layanan aplikasi ini dengan hasil pekerjaan mitra berkualitas dan mengutamakan kepuasan konsumen.

c. *Positioning*

Cirengku dikembangkan dengan memposisikan sebagai platform digital yang mampu menjadi sebuah aplikasi yang praktis, efektif, dan efisien dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan cemilan lezat.

2.4 Analisis Marketing (Swot/4P/7P)

a. *Product*

Cirengku adalah sebuah *e-commerce* yang menyediakan layanan jual cemilan. Cirengku juga memiliki fitur notifikasi real time agar pengguna mendapatkan informasi terkait promo, diskon, atau restoran baru yang ada dalam aplikasi ini.

b. Price

Cirengku dijual dengan harga yang relatif bersahabat di kantong, cirengku dijual seharga Rp 2.500/pcs atau seharga Rp 10.000/mika, dimana isi 1 mika nya yaitu 4 pieces.

c. Place

Cirengku merupakan bisnis layanan jual beli makanan sehat berbasis digital platform yang beralamatkan di JL.HI.Agus Salim Gang Bengkel

d. Promotion

Promosi akan diberikan pada perayaan hari besar seperti misalnya perayaan 17 Agustus atau perayaan lainnya, sementara untuk iklan akan dibuat di marketplace shopee seperti membuat shopee video agar konsumen tertarik. Mungkin kalau nantinya usaha ini semakin maju, kami akan menyewa jasa endorse oleh para selebgram terkenal agar semakin banyak yang mengenal produk cirengku.

e. People

Sumber daya manusia yang dibutuhkan dalam bisnis ini mulai dari Owner, Juru Masak, Dan admin online shop dan sosial media.

f. Physical Evidence

Fisik Cirengku berupa logo, platform e-commerce, serta keberadaan lokasi bisnis

g. Process

Proses dalam kegiatan bisnis ini dilakukan secara berkesinambungan oleh para sumber daya manusia. Selain itu, dari calon pengguna dapat menggunakan aplikasi dengan mudah dengan melakukan login. Lalu dapat dilanjutkan dengan mengakses fitur-fitur yang telah disediakan.

Analisis Swot Cirengku :

Analisis	Penjelasan
<i>Strength</i> (Kekuatan)	Cirengku memang bukan satu-satunya online shop yang menjual cemilan lezat cireng, mungkin sudah banyak diluar sana yang menjual produk serupa. namun, dapat dipastikan bahwa produk cirengku berbeda dari yang sudah ada, baik dari segi varian maupun sistem pengemasan. biasanya cireng hanya terdiri dari varian standar seperti ayam suwir atau sosis, namun pada cirengku terdapat banyak varian rasa seperti ayam suwir, sosis pedas, keju, ati ampela, daging asap.
<i>Weakness</i> (Kelemahan)	Masih sulit untuk memasarkan produk ini karena masih baru merintis usahanya
<i>Opportunity</i> (Peluang)	Kebutuhan masyarakat akan cemilan apalagi menjelang liburan menimbulkan peningkatan pada pemesanan, hal ini membuat cirengku mendapat tempat untuk menjadi asupan cemilan yang lezat untuk menikmati waktu luang.
<i>Threat</i> (Ancaman)	akan adanya pendatang baru yang membuat bisnis serupa

2.5 Keunggulan Produk Dibandingkan Produk Lain

Cirengku menawarkan variasi menu cemilan khas indonesia. Cirengku berkomitmen untuk memproduksi cireng dengan bahan berkualitas agar ketika sampai ke tangan konsumen, cirengku dapat dinikmati dengan rasa yang lezat.

2.6 Competitor Analysis

- 1) Pesaing makanan ringan lainnya
- 2) Usaha rumahan yang mungkin memproduksi cemilan yang sama

2.7 Rencana Keuangan

- Modal

Modal yang dikeluarkan untuk membuka usaha ini yaitu sebesar Rp 5.000.000 dengan tahap awal produksi sebanyak 150 pieces.

- Rencana harga jual

Harga jual cirengku sekitar Rp 3000 per pieces atau Rp 1.000/mika

Rencana Keuangan, Anggaran Biaya, dan Perkiraan Laba (1 Bulan) - Cirengku:

1. Modal Awal:

- Modal Awal: Rp 5.000.000

2. Penetapan Harga dan Biaya Pokok Penjualan (Harga per Pieces: Rp 11.000):

- Harga Jual: Rp 11.000 per pieces
- Biaya Pokok Penjualan (BCP): Rp 3.000 per pieces

3. Estimasi Produksi:

- Produksi Bulanan:
 - Modal Awal dapat digunakan untuk membeli bahan baku dan peralatan produksi.
 - Estimasi produksi harian: 50 pieces
 - Estimasi produksi bulanan: 50 pieces/hari x 30 hari = 1.500 pieces

4. Pendapatan Kotor:

- Pendapatan Kotor per Bulan:

- Harga Jual x Jumlah Produksi Bulanan
- $\text{Rp } 11.000 \times 1.500 = \text{Rp } 16.500.000$

5. Biaya Pokok Penjualan (BCP):

- BCP per Bulan:
 - $\text{BCP} \times \text{Jumlah Produksi Bulanan}$
 - $\text{Rp } 3.000 \times 1.500 = \text{Rp } 4.500.000$

6. Laba Kotor:

- Laba Kotor per Bulan:
 - Pendapatan Kotor - Biaya Pokok Penjualan
 - $\text{Rp } 16.500.000 - \text{Rp } 4.500.000 = \text{Rp } 12.000.000$

7. Anggaran Biaya Operasional:

- 1. Biaya Bahan Baku: Rp 3.000.000 (pembelian bahan baku untuk produksi)
- 2. Biaya Listrik dan Air: Rp 500.000
- 3. Biaya Peralatan dan Mesin: Rp 800.000
- 4. Biaya Transportasi: Rp 400.000
- 5. Biaya Marketing dan Promosi: Rp 1.000.000
- 6. Biaya Administrasi: Rp 1.000.000
- Total Anggaran Biaya Operasional: Rp 6.700.000

8. Laba Bersih:

- Laba Bersih per Bulan:
 - Laba Kotor - Total Anggaran Biaya Operasional
 - $\text{Rp } 12.000.000 - \text{Rp } 6.700.000 = \text{Rp } 5.300.000$

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Cirengku menawarkan keunikan dalam variasi rasa cireng, memberikan sentuhan inovatif pada camilan khas Indonesia. Penggunaan bahan berkualitas tinggi dan bentuk beku (Frozen) sebagai strategi pemasaran menambah daya tarik produk. Pemilihan platform e-commerce, khususnya Shopee, sebagai saluran penjualan merupakan strategi yang tepat untuk mencapai pasar yang luas. Penggunaan media sosial dan kolaborasi dengan acara kuliner lokal akan membantu memperluas jangkauan dan meningkatkan brand awareness. Kekuatan Cirengku terletak pada konsep produk yang unik, kualitas bahan baku, dan strategi pemasaran terintegrasi. Adanya peluang pertumbuhan terutama menjelang liburan dan meningkatnya permintaan akan cemilan berkualitas. Kelemahan awal mungkin terletak pada kesulitan memasarkan produk sebagai bisnis baru. Ancaman datang dari potensi pesaing baru dalam industri makanan ringan.

3.2 Saran

- 1) Tingkatkan upaya promosi, terutama di media sosial dan marketplace. Gunakan foto dan video produk yang menarik untuk menarik perhatian konsumen potensial.
- 2) Pertimbangkan untuk terus mengembangkan variasi produk cireng untuk menjaga daya tarik konsumen dan memberikan pilihan yang lebih banyak.

