

BUSINESS PLAN

“SAMYANG ROLL”

Disusun Untuk Memenuhi Tugas
Mata Kuliah Eccommerce



Dosen Pengampu

Wartariyus, S.Kom, M.T.I

Disusun oleh :

Ghaniya Irel zamzamni
2113025033

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat-Nya saya dapat menyelesaikan tugas business plan yang telah diberikan oleh Bapak Wartariyus, S.Kom, M.T.I, sebagai dosen pengampu mata kuliah E-commerce. Business Plan merupakan aspek penting yang menjadi penilaian bagi mahasiswa dalam memenuhi tuntutan mata kuliah E-commerce, di mana rencana bisnis yang disusun dapat menjadi landasan bagi seseorang untuk memulai suatu usaha

Saya menyadari bahwa makalah ini masih jauh dari sempurna, baik dari teknik penulisan maupun materi mengingat kemampuan yang kami miliki. oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu saya harapkan demi kesempurnaan makalah ini.

Sebelumnya, saya mohon maaf jika terdapat kata-kata yang kurang berkenan. Semoga dengan penyusunan makalah ini memberikan manfaat bagi pembaca sehingga dapat menambah pengetahuan dan pemahaman diri. Akhir kata, saya sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan makalah ini. Semoga Allah SWT senantiasa meridhai segala usaha kita. Aamiin.

Lampung, 25 November 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	2
DAFTAR ISI	3
RINGKASAN EKSEKUTIF (<i>Executive Summary</i>)	5
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	6
1.2. Visi dan Misi	7
1.3. Tujuan dan Manfaat.....	8
1.4. Data Perusahaan	8
1.5. Data Pemilik	8
1.6. Konsep Usaha	8
BAB II ASPEK PASAR DAN PEMASARAN	
2.1. Aspek Pasar	10
2.1.1. Gambaran Umum Pasar dan Sasaran	10
2.1.2. Jenis Produk yang Dipasarkan.....	10
2.1.3. Target Pasar	10
2.1.4. Pesaing	10
2.1.5. Sasaran Pembeli.....	11
2.1.6. Diferensiasi.....	11
2.1.7. STP	11

2.2.	Aspek Pemasaran.....	12
2.2.1.	Promosi	12
2.2.2.	Pengembangan Pasar	13
2.2.3.	Pengembangan Produk.....	13
2.2.4.	Langkah-langkah Promosi.....	13
2.3.	Analisis SWOT.....	13
2.4.	Analisa 4P.....	15
2.5.	Distribusi	16

BAB III ASPEK PRODUKSI

3.1.	Deskripsi Produk	17
3.2.	Jenis Produk	17
3.3.	Kualitas Produk	18
3.4.	Komposisi Produk	18
3.5.	Proses Pembuatan Produk	18
3.6.	Pengemasan Produk.....	19

BAB IV ASPEK KEUANGAN

4.1.	Kebutuhan Modal Awal Untuk Memulai Usaha.....	20
4.2.	Proyeksi Rugi/Laba	24
4.3.	Proyeksi BEP	25

BAB V ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

5.1.	Resiko/Hambatan.....	26
------	----------------------	----

5.2. Tindakan Alternatif.....	26
-------------------------------	----

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan.....	28
----------------------	----

6.2. Saran.....	28
-----------------	----

Ringkasan Eksekutif

Samyang roll merupakan inovasi kuliner dengan rasa khas mi instan Samyang dalam format gulungan, menghadirkan pengalaman makan praktis, lezat, dan unik. Keunikan terletak pada kombinasi rasa pedas dan lezat, disajikan dalam format yang mudah disantap. Solusi cepat dan nyaman untuk kebutuhan makanan instan sehari-hari dengan sentuhan inovatif pada konsep mi instan tradisional. Samyang Roll bukan hanya memenuhi kebutuhan rasa, tetapi juga memberikan pengalaman visual yang menarik dengan presentasi gulungan yang unik. Selain itu, Samyang Roll juga memberikan variasi baru dalam dunia mi instan, yang biasanya disajikan dalam bentuk mangkuk atau bungkus. Dengan format gulungan, produk ini memberikan sentuhan inovatif pada konsep mi instan tradisional, memberikan pengalaman makan yang menyenangkan dan berbeda dari yang sudah ada di pasaran.

Executive Summary

Samyang Roll is a culinary innovation featuring the distinctive flavor of Samyang instant noodles in a roll format, providing a practical, delicious, and unique dining experience. Its uniqueness lies in the combination of spicy and flavorful taste, served in an easily consumable format. It offers a quick and convenient solution for daily instant food needs with an innovative touch to the traditional instant noodle concept. Samyang Roll not only satisfies taste preferences but also delivers a visually appealing experience with its unique roll presentation. Furthermore, Samyang Roll introduces a new variation in the instant noodle world, which is typically served in bowls or packets. With the roll format, the product adds an innovative twist to the traditional instant noodle concept, offering a pleasurable and distinct dining experience compared to existing options in the market.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era keseharian yang dinamis dan sibuk, tren konsumsi makanan instan terus meningkat, dan mi instan telah menjadi salah satu pilihan utama untuk memenuhi kebutuhan cepat dan lezat. Merek terkemuka dalam industri ini, Samyang, telah sukses meraih perhatian dengan produk-produknya yang kaya rasa, terutama dikenal karena tingkat kepedasannya yang unik.

Dalam konteks ini, kami mempersembahkan Samyang Roll, sebuah inovasi kuliner yang memadukan kekhasan rasa mi instan Samyang dengan format yang inovatif, yaitu gulungan. Keunikan produk ini terletak pada pengalaman makan yang praktis dan berbeda yang ditawarkan kepada konsumen. Samyang Roll bukan hanya sekadar opsi makanan instan, tetapi merupakan solusi kuliner yang memahami kebutuhan konsumen modern yang mencari keseimbangan antara rasa lezat dan kenyamanan dalam penyajian.

Melihat keberhasilan mi instan di pasar, khususnya dominasi merek Samyang, serta dorongan konsumen terhadap variasi dalam pengalaman makanan instan, Samyang Roll hadir sebagai jawaban inovatif. Dengan memahami preferensi konsumen yang berkembang, produk ini membawa sentuhan kreatif pada konsep mi instan tradisional dengan menyajikan rasa yang dikenal dengan citarasa pedas dan lezatnya dalam format gulungan yang praktis.

Peluncuran Samyang Roll tidak hanya menciptakan pilihan baru bagi pencinta mi instan, tetapi juga memberikan daya tarik visual yang unik dengan presentasi gulungan yang menarik. Dalam proposal business plan ini, kami akan membahas lebih lanjut tentang strategi kami untuk memasarkan produk ini, mengidentifikasi pasar target, dan merinci rencana keuangan yang akan memastikan pertumbuhan berkelanjutan Samyang Roll di pasar yang kompetitif ini.

1.2. Visi dan Misi

Visi

“Menjadi pemimpin dalam inovasi kuliner dengan menyajikan pengalaman makan yang unik dan praktis melalui produk mi instan berformat gulungan, terus memperkaya citarasa yang dikenal dan dicintai.

Misi

- Mengembangkan terus-menerus variasi rasa yang unik dan berkualitas tinggi, memperkuat reputasi Samyang sebagai penyedia mi instan dengan cita rasa yang tak tertandingi. Menjaga kualitas produk agar menjadi produk yang berkualitas.
- Menyajikan solusi makanan instan yang praktis dan mudah disantap, memahami kebutuhan konsumen akan kenyamanan dalam pola makan yang sibuk.
- Membangun hubungan yang erat dengan konsumen melalui interaksi sosial, program loyalitas, dan partisipasi dalam pengembangan produk untuk memastikan kepuasan dan keterlibatan konsumen yang berkelanjutan.

1.3. Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dan manfaat untuk menyusun proposal bisnis ini adalah sebagai berikut:

1. Menjadikan mahasiswa lebih kreatif dan inovatif tentang berwirausaha.
2. Melatih mahasiswa agar dapat berwirausaha dengan baik.
3. Untuk memenuhi tugas mata kuliah Ecommerce.
4. Untuk menambah pengalaman dan pengetahuan tentang berwirausaha.
5. Dapat belajar sendiri dan mengisi waktu luang dengan kegiatan yang bermanfaat dan berorientasi pada masa depan.
6. Untuk selalu berpikir aktif, kreatif dan inovatif serta mengasah kemampuan mahasiswa dalam berbisnis sehingga memunculkan banyak ide-ide baru yang dapat menjadi peluang usaha yang menguntungkan.
7. Untuk membantu berfikir kritis dan objektif atas bidang usaha yang dijalankan

1.4. Data Perusahaan



1	Nama Perusahaan	SavoryBite
2	Bidang Usaha	Kuliner
3	Jenis Produk	Samyang Roll
4	Alamat Perusahaan	Kost Putri nabilla, Gedong Meneng
5	Nomor Telepon	0887437373002
6	Alamat Email	SavoryBite@gmail.com

1.5. Data Pemilik

1	Nama	Ghaniya Irel Zamzamni
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Tempat, Tanggal Lahir	Metro, 11 Juni 2003
4	Alamat	Kost Putri nabilla, Gedong Meneng
5	Telepon/HP	0887437373002
6	E-mail	ghaniya.irel@gmail.com
7	Peran Dalam Perusahaan	Owner

1.6. Konsep Usaha

"Samyang Roll" merupakan konsep usaha kuliner yang menghadirkan revolusi dalam dunia mi instan. Dengan fokus pada produk andalan, mi instan Samyang dalam format gulungan, kami menawarkan pengalaman makan yang praktis, lezat, dan inovatif. Konsep kami mencakup variasi rasa mi instan Samyang yang khas, dari tingkat kepedasan yang menantang hingga pilihan rasa yang menggoda.

Outlet SavoryBite juga terdapat di lokasi yang strategis yang dapat dijangkau oleh kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Suasana yang diciptakan outlet SavoryBite pun bersih dan nyaman, sehingga para konsumen dapat menyantap langsung produk pelangi dadar gulung di outlet dan juga dapat langsung dibawa pulang. SavoryBite bisa memudahkan pelanggan untuk memesan makanan, tidak perlu datang atau mengantre di outlet, para pelanggan dapat memesan dadar gulung ini dengan order ke pelangi dadar gulung. Selain itu, pelangi dadar gulung juga menyediakan jasa *cash on delivery* dan gratis antar bila pelanggan berada di kawasan Gedong Meneng, Bandar Lampung.

BAB II

ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

2.1. Aspek Pasar

2.1.1. Gambaran Umum Pasar dan Sasaran

Usaha penjualan SavoryBite ini merupakan usaha kecil yang dijalankan dari awal dengan membuka satu outlet yang berlokasi di rumah pemilik. Jika usaha ini berhasil atau sukses dan dapat mencapai tujuan yang diharapkan, maka pemilik akan memperbesar usaha ini dengan membuka cabang-cabang.

2.1.2 Jenis Produk yang Dipasarkan

"Samyang Roll" menawarkan jenis produk utama dalam bentuk mi instan gulungan yang memadukan rasa khas mi instan Samyang dengan format inovatif. Produk ini menonjolkan keunikan dalam pengalaman makan, memberikan opsi praktis dan lezat bagi konsumen yang mencari variasi dalam mi instan. Beberapa varian rasa yang ditawarkan mencakup tingkat kepedasan yang khas dari produk-produk Samyang, menciptakan pilihan yang menarik bagi para pencinta makanan pedas. Produk ini tidak hanya memberikan pengalaman makan yang berbeda tetapi juga menghadirkan kemudahan dalam penyajian, memadukan cita rasa lezat dengan kepraktisan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang sibuk.

2.1.3. Target Pasar

"Samyang Roll" menyasar segmen pasar yang luas, mencakup berbagai kelompok konsumen dengan preferensi dan gaya hidup yang beragam. Produk ini khusus ditujukan untuk pencinta mi instan yang mencari pengalaman makan yang praktis dan berbeda. Dengan menawarkan mi instan Samyang dalam format gulungan, "Samyang Roll" menargetkan kelompok generasi sibuk yang menginginkan opsi makanan cepat dan mudah disantap di mana saja. Selain itu, produk ini juga menarik perhatian penggemar produk Samyang yang sudah akrab dengan kelezatan rasa pedas yang khas dari merek tersebut. Konsep inovatif ini juga ditujukan untuk menarik para pencari pengalaman makan yang berbeda, yang tertarik dengan variasi kuliner dan ingin mencoba sesuatu yang baru dalam dunia mi instan. Khususnya, "Samyang Roll" akan menjadi pilihan menarik bagi pecinta makanan pedas, karena produk ini menyajikan varian rasa yang menantang.

Dengan penekanan pada kepraktisan dan kelezatan, produk ini juga

diharapkan dapat menarik kelompok demografis berbagai usia, mulai dari remaja hingga dewasa. Melalui karakteristik rasa khas Samyang, "Samyang Roll" tidak hanya ditujukan untuk pasar lokal, tetapi juga membidik pasar global dengan menawarkan pengalaman makan yang autentik dan unik dari budaya Korea. Dengan cara ini, "Samyang Roll" bertujuan untuk menjadi pilihan utama bagi mereka yang menginginkan pengalaman makan yang kreatif dan memuaskan.

2.1.4. Pesaing

Untuk "Samyang Roll" akan bersaing di pasar yang ramai dengan pesaing-pesaing tangguh. Merek-merek mi instan terkenal seperti Indomie, Nissin, dan merek lokal maupun internasional lainnya menjadi pesaing utama dengan basis pelanggan yang kuat. Tantangan juga datang dari inovasi produk mi instan lainnya yang terus berkembang, baik dari merek besar maupun produsen lokal, yang menarik perhatian konsumen dengan variasi rasa baru. Selain merek mi instan, restoran mi instan atau makanan cepat saji yang menyajikan hidangan instan sebagai bagian dari menu mereka juga menjadi pesaing, menawarkan variasi kuliner yang lebih luas. Produk kuliner Korea lainnya juga dapat menjadi pesaing signifikan karena menawarkan pengalaman kuliner Korea yang autentik. Tak hanya itu, produk mi instan inovatif lainnya, seperti hidangan instan dalam format unik atau mi instan dengan saus khusus bisa menjadi pesaing yang menarik perhatian konsumen pencari inovasi.

2.1.5. Sasaran Pembeli

"Samyang Roll" ditujukan untuk berbagai kelompok konsumen, termasuk pencinta mi instan, penggemar produk Samyang, generasi sibuk, pencari pengalaman kuliner, dan pecinta makanan pedas. Produk ini menawarkan variasi rasa dalam format gulungan untuk memenuhi kebutuhan praktis dan lezat para konsumen yang mencari inovasi dalam makanan instan. Dengan karakteristik rasa khas Korea, "Samyang Roll" juga menargetkan konsumen global yang tertarik pada pengalaman kuliner yang unik.

2.1.6. Differensiasi

"Samyang Roll" mengusung strategi diferensiasi dengan berbagai elemen kunci untuk menonjolkan keunikan produknya di pasar mi instan yang ramai. Dengan menyajikan mi instan dalam format gulungan, merek ini menciptakan pengalaman makan yang inovatif, membedakannya dari produk mi instan konvensional. Kehadiran variasi rasa khas Samyang, yang mencakup tingkat kepedasan yang khas merek tersebut, memberikan pilihan yang menarik bagi konsumen yang mencari pengalaman makan yang unik.

2.1.7. Strategi STP (*Segmentation ,Targeting ,Positioning*)

1) **Segmentation**

a. Demografis

Segmentasi ini dilakukan dengan membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan variabel demografis seperti: Usia, jenis kelamin, besarnya keluarga, pendapatan, ras, pendidikan, pekerjaan.

1. Umur

Produk ini dapat menarik perhatian berbagai kelompok usia, mulai dari remaja hingga dewasa dan kelompok usia menengah yang mencari solusi makanan cepat.

2. Jenis Kelamin

Tidak terbatas pada satu jenis kelamin tertentu; dirancang untuk memenuhi selera dan kebutuhan konsumen pria dan wanita.

3. Pendapatan

Produk ini dapat menjangkau berbagai tingkat pendapatan, mulai dari konsumen dengan pendapatan menengah hingga tinggi yang mencari variasi dalam pengalaman makanan instan

4. Lokasi Geografis

Meskipun fokusnya bisa global, pemasaran awal mungkin lebih ditekankan pada wilayah dengan kecenderungan konsumsi makanan instan yang tinggi, baik di tingkat lokal maupun internasional.

2) **Targeting**

Setelah memetakan pasar, tahap targeting adalah Setelah melakukan pemetaan pasar, tahap targeting "Samyang Roll" menitikberatkan pada pemilihan kelompok konsumen yang menjadi fokus utama strategi pemasaran. Merek ini difokuskan untuk menarik perhatian para pencinta mi instan yang aktif, yang mengutamakan kemudahan penyajian dan mencari variasi rasa unik dalam pengalaman makan mereka. Selain itu, targeting juga dipilih untuk mencakup penggemar rasa khas Samyang, menarik konsumen yang sudah familiar dengan merek dan lebih terbuka untuk mencoba inovasi baru yang diperkenalkan oleh

Samyang.

Target pasar juga diarahkan pada pencari pengalaman kuliner yang ingin mencoba sesuatu yang baru dan berbeda dalam dunia mi instan. Dengan menonjolkan inovasi dalam format dan rasa, "Samyang Roll" membidik konsumen yang mengejar pengalaman makan yang unik. Pecinta makanan pedas juga menjadi sasaran utama, dengan produk ini menawarkan tingkat kepedasan khas Samyang yang menjadi ciri khas dari merek tersebut. Sementara itu, generasi sibuk yang mencari solusi makanan cepat dan praktis tanpa mengorbankan rasa dan keunikan juga menjadi target pasar yang signifikan. Terakhir, "Samyang Roll" mengarahkan upaya pemasarannya pada pasar global, menjangkau konsumen internasional yang tertarik pada citra dan rasa khas Korea yang dihadirkan oleh produk ini. Dengan pendekatan ini, "Samyang Roll" berupaya memaksimalkan daya tarik produknya di berbagai segmen pasar yang berbeda.

3) Positioning

Pada posisi "Samyang Roll" memposisikan dirinya sebagai pionir inovasi dalam dunia mi instan dengan format gulungan yang unik. Dalam benak konsumen, produk ini diidentifikasi sebagai solusi makanan instan yang tidak hanya praktis tetapi juga lezat dan inovatif. Keunikan produk terletak pada kombinasi rasa pedas khas Samyang dengan presentasi yang memikat, menciptakan pengalaman makan yang berbeda dari produk mi instan konvensional. Selain itu, "Samyang Roll" menekankan variasi rasa yang mencakup tingkat kepedasan yang menjadi ciri khas merek. Produk ini diposisikan sebagai pilihan daring bagi pecinta makanan pedas yang mencari tantangan dan kelezatan dalam satu sajian. Dengan penekanan pada kualitas rasa yang tinggi, merek ini menciptakan citra produk yang dapat diandalkan dan memuaskan selera konsumen.

Dalam konteks global, "Samyang Roll" memperkenalkan citra dan rasa khas Korea sebagai nilai tambah, menargetkan konsumen internasional yang mencari pengalaman kuliner yang autentik dari budaya Korea. Keseluruhan, "Samyang Roll" mengokohkan posisinya sebagai produk mi instan inovatif yang tidak hanya memenuhi kebutuhan praktis konsumen tetapi juga menyajikan pengalaman makan yang mengesankan dan berbeda dari yang sudah ada di pasaran.

2.2. Aspek Pemasaran

2.2.1. Promosi

Dalam rangka memasarkan "Samyang Roll", serangkaian strategi promosi dirancang untuk meningkatkan kesadaran dan daya tarik produk ini di pasar. Program loyalitas diterapkan untuk membalas setia pelanggan dengan poin atau diskon eksklusif setiap kali mereka membeli "Samyang Roll," mendorong retensi dan pembelian berulang. Penawaran spesial seperti "Beli Dua Gratis Satu" atau diskon pembelian dalam jumlah tertentu memberikan insentif tambahan kepada konsumen untuk mencoba produk. Selain itu, strategi bundling dengan produk lain dari portofolio Samyang memberikan nilai tambah dan merangsang penjualan lintas produk.

Pada sisi promosi digital, kontes atau giveaway di media sosial diadakan untuk membangun keterlibatan konsumen, sedangkan kolaborasi dengan influencer kuliner terkenal diharapkan dapat mencapai audiens yang lebih luas dan membangun kepercayaan konsumen. Strategi promosi juga diterapkan di poin penjualan, dengan penempatan promosi langsung di rak atau toko. Melalui kemitraan dengan restoran atau outlet makanan cepat saji, "Samyang Roll" diperkenalkan dalam menu khusus, menciptakan peluang baru untuk mencapai konsumen. Selain itu, promosi musiman seperti "Samyang Roll Spesial Valentine's" dan program affiliate dengan mitra penjualan online atau offline dirancang untuk meningkatkan distribusi dan merangsang minat konsumen. Melalui serangkaian strategi ini, "Samyang Roll" berupaya untuk menciptakan kesan positif, meningkatkan penjualan, dan memperluas pangsa pasar produk ini di kategori mi instan yang kompetitif.

2.2.2. Pengembangan Pasar

Dalam upaya pengembangan pasar, "Samyang Roll" merancang serangkaian strategi yang komprehensif. Pertama, perusahaan akan menjajaki variasi produk baru dengan rasa yang inovatif atau merilis edisi terbatas untuk menarik perhatian konsumen dan menciptakan keunikan produk. Selain itu, inovasi pada kemasan, seperti kemasan ramah lingkungan atau ukuran yang lebih praktis, menjadi fokus untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang beragam. Ekspansi ke pasar internasional menjadi langkah selanjutnya dengan penyesuaian strategi pemasaran dan distribusi untuk mencocokkan selera lokal di berbagai negara. Pemasaran internasional dapat memberikan "Samyang Roll" akses ke pangsa pasar global yang lebih luas dan memperkenalkan produk ini kepada konsumen internasional. Selain itu, pendekatan ke segmen pasar yang belum tergarap, kolaborasi dengan merek lain, dan peningkatan distribusi di berbagai saluran ritel termasuk dalam strategi pengembangan. Edukasi konsumen tentang cara menikmati "Samyang Roll" melalui kampanye edukasi atau panduan online diarahkan untuk

memperluas cara konsumen menggunakan produk ini.

2.2.3. Pengembangan Produk

Pengembangan produk "Samyang Roll" melibatkan perluasan lini dengan memperkenalkan variasi rasa baru, terutama dalam tingkat kepedasan yang beragam. Kolaborasi dengan produsen saus atau bahan tambahan khas juga dipertimbangkan untuk menciptakan produk gabungan yang menarik. Selain itu, eksperimen dengan opsi kemasan yang lebih ramah lingkungan dan inovatif juga menjadi fokus. Strategi pengembangan produk ini bertujuan untuk mempertahankan daya tarik "Samyang Roll" di pasar dan menjawab kebutuhan konsumen yang terus berkembang.

2.2.4. Langkah-langkah Promosi

Pada "Samyang Roll" mengimplementasikan strategi promosi yang beragam untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produknya. Dengan memulai program loyalitas, perusahaan memberikan insentif kepada pelanggan setia melalui poin atau diskon eksklusif, menciptakan ikatan yang kuat dengan konsumen. Selain itu, penawaran spesial dan diskon periodik, kolaborasi dengan influencer kuliner, serta kontes di media sosial, merupakan bagian dari strategi pemasaran digital untuk mencapai audiens yang lebih luas dan membangun keterlibatan konsumen. Penempatan promosi langsung di poin penjualan, kerjasama dengan restoran, dan partisipasi dalam kampanye musiman memberikan daya tarik tambahan, sementara program afiliasi dengan mitra penjualan online atau offline diterapkan untuk meningkatkan distribusi dan memperluas jangkauan produk. Melalui langkah-langkah ini, "Samyang Roll" berusaha memperkuat citra mereknya, meningkatkan penjualan, dan memperkenalkan produknya kepada berbagai segmen konsumen dengan pendekatan yang holistik.

2.3. Analisis SWOT

1. KEKUATAN (*strength*)

- a. Rasa Khas Samyang: Produk ini dapat memanfaatkan kekuatan rasa khas pedas dan lezat yang sudah dikenal oleh konsumen dari merek Samyang. Rasa yang konsisten dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan "Samyang Roll" dari produk sejenis di pasaran.
- b. Inovasi Format Gulungan: Kehadiran "Samyang Roll" dalam format gulungan memberikan kepraktisan dan keunikan dalam penyajian mi instan. Ini dapat menarik konsumen yang mencari variasi dalam cara mereka menikmati mi instan, menciptakan posisi unik di pasar.

- c. Reputasi Merek Samyang: Merek Samyang memiliki reputasi yang kuat dalam kategori makanan pedas. Kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap merek dapat memberikan dorongan positif kepada "Samyang Roll" dan membantu penetrasi pasar.
- d. Distribusi yang Luas: Jaringan distribusi yang kuat, baik secara offline maupun online, memberikan kemampuan produk untuk mencapai lebih banyak konsumen. Ketersediaan produk di berbagai saluran ritel dapat meningkatkan aksesibilitas konsumen terhadap "Samyang Roll."
- e. Potensi Internasional: Dengan ciri khas rasa Korea dan popularitas produk Samyang secara global, "Samyang Roll" memiliki potensi untuk berhasil di pasar internasional, memanfaatkan tren makanan global dan minat terhadap kuliner Korea

2. KELEMAHAN (*Weakness*)

- a. Ketergantungan pada Rasa Pedas

Meskipun rasa pedas adalah kekuatan, ketergantungan penuh pada tingkat kepedasan tertentu mungkin membatasi daya tarik produk bagi konsumen yang tidak menyukai makanan pedas. Ini dapat menciptakan batasan dalam penetrasi pasar.

- b. *Persaingan yang Ketat di Kategori Mi Instan*

Pasar mi instan memiliki persaingan yang ketat dengan berbagai merek dan varian rasa. "Samyang Roll" harus mengatasi persaingan ini dengan strategi pemasaran yang efektif dan terus-menerus berinovasi untuk mempertahankan minat konsumen.

- c. Tergantung pada Keunikan Format Gulungan

Sementara format gulungan memberikan keunikan, jika konsumen tidak menerima atau terbiasa dengan cara penyajian ini, produk dapat menghadapi resistensi. Ini memerlukan upaya untuk membangun kesadaran dan penerimaan terhadap format tersebut.

- d. Tingkat Kepedasan yang Mungkin Terlalu Tinggi

Meskipun kepedasan adalah ciri khas merek, tingkat kepedasan tertentu mungkin terlalu tinggi untuk beberapa konsumen. Produk ini mungkin tidak sesuai dengan selera yang lebih ringan atau konsumen yang mencari rasa yang lebih seimbang.

- e. Tergantung pada Reputasi Merek Samyang

Meskipun reputasi Samyang dapat menjadi kekuatan, tergantung sepenuhnya pada reputasi tersebut juga dapat menjadi kelemahan jika ada masalah atau perubahan persepsi terhadap merek yang dapat memengaruhi citra "Samyang Roll."

3. **PELUANG (*opportunities*)**

a. Selera

Produk "Samyang Roll" memiliki peluang signifikan untuk menggali selera konsumen yang lebih luas dengan berbagai strategi inovatif. Pertama, melalui diversifikasi rasa, produk dapat menciptakan varian baru yang tidak hanya pedas tetapi juga sesuai dengan selera konsumen yang lebih beragam, seperti rasa gurih atau manis-pedas. Selanjutnya, peluang muncul dalam pengembangan produk yang lebih seimbang dengan mempertimbangkan berbagai tingkat kepedasan, menargetkan konsumen yang tidak terlalu menyukai makanan pedas. Selain itu, inovasi dalam format kemasan, seperti kemasan yang lebih ramah lingkungan atau praktis untuk dikonsumsi di berbagai situasi, dapat menarik konsumen yang mencari kenyamanan dalam penggunaan produk.

Mengenali tren kuliner saat ini, terutama minat terhadap makanan Korea, memberikan peluang untuk memperkenalkan rasa dan konsep baru yang sesuai dengan preferensi konsumen saat ini. Selain itu, peluang kemitraan dengan chef atau koki terkenal juga dapat dimanfaatkan untuk menciptakan resep khusus dengan "Samyang Roll," meningkatkan citra produk dan menarik perhatian konsumen yang mencari pengalaman kuliner yang berkualitas. Dengan memanfaatkan peluang-peluang ini, "Samyang Roll" dapat terus memperkuat daya saingnya di pasar mi instan yang kompetitif dan memenuhi kebutuhan selera konsumen yang berkembang.

b. Persaingan

Melihat dari persaingan peluang bisnis "Samyang Roll" dihadapkan pada berbagai tantangan persaingan yang perlu diatasi untuk mempertahankan posisinya di pasar mi instan. Pertama, tingginya persaingan di pasar mi instan, yang dikenal dengan berbagai merek dan varian rasa, menuntut agar "Samyang Roll" terus berinovasi dan membangun strategi pemasaran yang efektif untuk membedakan diri dari pesaing. Selain itu, perubahan selera konsumen dapat menjadi ancaman, sehingga perusahaan harus responsif terhadap pergeseran preferensi makanan atau tren rasa yang mungkin terjadi. Tingkat kepedasan yang tinggi, sementara menjadi ciri khas, juga dapat menjadi hambatan untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas.

Peningkatan persaingan juga dapat mendorong pesaing untuk mereposisi produk mereka atau memperkenalkan inovasi yang dapat mengalihkan perhatian konsumen dari "Samyang Roll." Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa produknya tetap relevan dan menarik bagi konsumen.

4. **ANCAMAN (*Threats*)**

- a. Akan Pergeseran Selera Pasar: Perubahan mendadak dalam selera pasar dapat menjadi ancaman serius. Jika konsumen beralih ke rasa atau jenis makanan yang berbeda, "Samyang Roll" mungkin menghadapi penurunan permintaan.
- b. Regulasi dan Kebijakan Pangan: Perubahan dalam regulasi pangan atau kebijakan industri dapat memengaruhi produksi, distribusi, dan pemasaran "Samyang Roll." Ketentuan baru atau perubahan label produk dapat memerlukan penyesuaian dan berpotensi menghambat operasional.
- c. Ketidakpastian Ekonomi: Fluktuasi ekonomi, terutama kenaikan harga bahan baku atau fluktuasi nilai mata uang, dapat memberikan tekanan pada biaya produksi "Samyang Roll" dan mengurangi daya saingnya di pasar.
- d. Peningkatan Biaya Bahan Baku: Kenaikan harga bahan baku, seperti tepung atau rempah-rempah, dapat meningkatkan biaya produksi "Samyang Roll." Jika perusahaan tidak dapat menyesuaikan harga jual, ini dapat mengurangi profitabilitas.
- e. Tantangan Distribusi dan Logistik: Masalah dalam rantai pasokan atau logistik, terutama dalam situasi seperti pandemi atau ketidakstabilan politik, dapat menghambat distribusi produk dan mengakibatkan kelangkaan di pasar.
- f. Tingkat Kesehatan yang Lebih Tinggi: Peningkatan kesadaran konsumen terhadap kesehatan dan kebutuhan diet yang lebih sehat dapat menjadi ancaman jika "Samyang Roll" dianggap kurang sehat atau tidak memenuhi tren makanan sehat.
- g. Persaingan yang Terus Berkembang: Penambahan produk serupa oleh pesaing atau munculnya merek baru di pasar mi instan dapat meningkatkan persaingan. Ini memerlukan "Samyang Roll" untuk terus berinovasi dan mempertahankan daya saingnya.

2.4. Analisa 4P

1. Produk (*Product*)

Produk "Samyang Roll" adalah inovasi kuliner yang menghadirkan rasa khas mi instan Samyang dalam format gulungan, menciptakan pengalaman makan yang praktis dan unik. Produk ini menawarkan variasi rasa mi instan Samyang yang terkenal dengan tingkat kepedasan yang menantang, memberikan pilihan kepada konsumen yang mencari pengalaman kuliner pedas. Keunggulan produk terletak pada kombinasi rasa pedas yang khas dengan format gulungan, memudahkan konsumen untuk menikmati mi instan dengan cara yang berbeda dan nyaman. "Samyang Roll" juga menonjolkan presentasi gulungan yang unik, menciptakan pengalaman visual menarik. Dengan mempertahankan esensi rasa Samyang yang terkenal, produk ini memberikan solusi instan untuk kebutuhan makan sehari-hari dengan sentuhan inovatif pada konsep mi instan tradisional.

Melalui elemen "Produk," "Samyang Roll" berupaya memberikan nilai tambah kepada konsumen dengan menyajikan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan rasa, tetapi juga memberikan pengalaman makan yang menyenangkan dan berbeda dari produk mi instan lainnya di pasaran.

1. Harga Jual (*Price*)

Dengan menyesuaikan harga jual "Samyang Roll" sebesar Rp.27.000,00 untuk satu box, perusahaan menunjukkan kesadaran terhadap harga pasar dan strategi penetapan harga yang kompetitif. Keselarasan harga dengan pesaing dapat membantu "Samyang Roll" mempertahankan daya saingnya dan menarik perhatian konsumen yang mencari produk sejenis dengan harga yang serupa. Pentingnya menyesuaikan harga dengan pesaing adalah untuk memastikan bahwa "Samyang Roll" tidak terlalu mahal atau terlalu murah dibandingkan dengan produk sejenis di pasaran. Dengan menjaga keseimbangan ini, perusahaan dapat menarik konsumen yang memiliki sensitivitas terhadap harga sambil tetap mempertahankan nilai produknya.

Selain itu, dengan menetapkan harga sebesar Rp.27.000,00, perusahaan dapat mempertimbangkan strategi pemasaran tambahan seperti penawaran khusus, diskon volume, atau promosi lainnya untuk meningkatkan daya tarik produk dan mendorong pembelian konsumen. Dengan demikian, strategi penetapan harga yang bijak dapat menjadi salah satu faktor kunci dalam kesuksesan "Samyang Roll" di pasar. Promosi pelangi dadar gulung dilakukan dengan memberikan *discount* untuk pembelian dalam satu bulan pertama. Promosi yang akan kami lakukan dengan menyebarkan brosur

tempat-tempat ramai dan menyebarkannya di sosial media seperti Instagram, Twitter, Line, *Whatsapp* dan lain-lain. Pada bulan-bulan pertama kami juga akan memberikan diskon maupun potongan harga kepada para konsumen, agar para konsumen tertarik terhadap produk kami dan dapat berkunjung kembali.

2. Sistem Pemasaran dan Distribusi (*Place*)

"Samyang Roll" merancang sistem pemasaran dan distribusi yang kuat untuk memastikan ketersediaan produk secara luas dan efisien. Dengan jaringan distribusi yang melibatkan kemitraan dengan berbagai jenis toko dan platform e-commerce, "Samyang Roll" memastikan bahwa konsumen dapat dengan mudah mengakses produk ini. Kolaborasi dengan distributor regional dan nasional serta potensi ekspansi global melalui toko-toko internasional menunjukkan komitmen untuk mencapai pangsa pasar yang lebih luas. Sistem pengelolaan stok yang cermat dan penempatan produk yang strategis di rak toko-toko fisik, didukung oleh promosi di tempat penjualan, memberikan visibilitas dan daya tarik maksimal terhadap produk. Pengelolaan rantai pasokan yang efisien dan sistem inventaris yang terkendali memastikan ketersediaan "Samyang Roll" sesuai permintaan pasar.

Dengan strategi ini, "Samyang Roll" membangun fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan dan keberhasilan dalam pasar mi instan yang penuh persaingan.

2.5. Distribusi

Distribusi "Samyang Roll" dirancang untuk mencakup pasar secara luas dan memberikan kemudahan akses kepada konsumen. Melalui kemitraan dengan berbagai jenis toko, seperti supermarket, minimarket, dan toko kelontong, "Samyang Roll" memastikan bahwa produk ini dapat dengan mudah ditemukan di berbagai titik penjualan. Selain itu, adopsi distribusi online melalui platform e-commerce memungkinkan konsumen untuk membeli produk secara digital, meningkatkan kenyamanan dalam berbelanja.

Kolaborasi dengan distributor regional dan nasional menjadi landasan distribusi yang efisien, memastikan bahwa "Samyang Roll" dapat ditemukan di sejumlah besar toko di seluruh wilayah. Potensi ekspansi global juga menjadi bagian dari strategi distribusi, membuka pintu bagi produk ini untuk memasuki pasar internasional melalui toko-toko internasional atau melalui pengeksportan.

BAB III

ASPEK PRODUKSI

3.1. Deskripsi Produk

Samyang Roll merupakan inovasi kuliner yang menghadirkan rasa khas mi instan Samyang dalam format gulungan, menciptakan pengalaman makan yang praktis dan unik. Produk ini memadukan rasa pedas khas mi instan Samyang dengan presentasi gulungan, memberikan opsi makanan instan yang berbeda dari yang sudah ada di pasaran. Keunggulan utama "Samyang Roll" terletak pada kombinasi rasa pedas yang menantang dan lezat, disajikan dalam format yang mudah disantap. Produk ini tidak hanya memenuhi kebutuhan rasa, tetapi juga memberikan pengalaman visual yang menarik dengan presentasi gulungan yang unik. Dengan variasi rasa mi instan Samyang yang khas, "Samyang Roll" memberikan solusi cepat dan nyaman untuk kebutuhan makanan instan sehari-hari dengan sentuhan inovatif pada konsep mi instan tradisional.

3.2. Jenis Produk

Samyang Roll merupakan produk mi instan yang disajikan dalam format gulungan. Produk ini hadir dalam berbagai varian rasa mi instan Samyang yang terkenal dengan tingkat kepedasan yang menantang. Keunikan "Samyang Roll" terletak pada kombinasi rasa mi instan Samyang yang khas, namun disajikan dalam bentuk gulungan, menciptakan pengalaman makan yang berbeda dari produk mi instan konvensional. Varian rasa yang tersedia mencakup berbagai tingkat kepedasan, memberikan pilihan kepada konsumen sesuai dengan preferensi mereka. Dengan demikian, "Samyang Roll" tidak hanya menawarkan kelezatan rasa, tetapi juga konsep makanan instan yang inovatif dan praktis.

Jika konsumen ingin memilih tambahan menu di luar paket, maka ada tambahan jenis menu yaitu :

- Daging Ayam Crispy Samyang Roll:

Gulungan mi instan Samyang yang disajikan dengan potongan daging ayam crispy yang gurih. Diperkaya dengan rempah-rempah khas Samyang untuk pengalaman makan yang lezat dan memuaskan.

- Samyang Roll Goreng Telur Mata Sapi:

Mi instan gulung yang digoreng hingga renyah, disajikan dengan telur

mata sapi yang lezat di atasnya. Kombinasi rasa pedas dan kelezatan telur menjadikan hidangan ini pilihan yang menggugah selera.

- **Samyang Roll Keju Mozzarella:**

Mi instan gulung dengan tambahan keju mozzarella yang meleleh, menciptakan paduan rasa pedas dan creamy yang lezat. Cocok untuk pecinta keju yang menginginkan sentuhan kelezatan ekstra.

- **Samyang Roll Sayuran Segar:**

Mi instan gulung yang diperkaya dengan berbagai sayuran segar seperti wortel, kubis, dan daun bawang. Memberikan opsi sehat dan keseimbangan rasa yang menyegarkan.

- **Samyang Roll Seafood Spesial:**

Gulungan mi instan Samyang yang diisi dengan campuran seafood spesial seperti udang, cumi, dan potongan ikan. Kombinasi rasa pedas dan kelezatan seafood memberikan pengalaman makan yang istimewa.

3.3. Kualitas Produk

Kualitas produk yang kami berikan sangatlah berkualitas karena bahan-bahan yang digunakan merupakan bahan-bahan alami tanpa mengandung pengawet apapun.

3.4. Komposisi Produk

Komposisi dari Samyang roll adalah :

- Air
- Saus pedas
- Mie samyang instan
- Sayuran
- Rice paper

Untuk isian samyang roll :

- Daging ayam Pedas
- Udang Crispy

- Telur
- Keju mozzarella
- Rumput laut (Nori)
- Biji wijen

3.5. Proses Pembuatan

CARA MEMBUAT SAMYANG ROLL :

Example: pembuatan samyang roll dengan isian keju mozzarella

1. Rebus mi instan Samyang sesuai petunjuk pada kemasan. Setelah matang, tiriskan dan sisihkan.
2. Letakkan selembar nori di atas permukaan datar atau bambu sushi mat. Ratakan mi instan yang telah dimasak di atas nori.
3. Tempatkan sayuran segar, dan batangan keju mozzarella di tengah-tengah mi instan.
4. Mulailah menggulung gulungan dari sisi yang berlawanan dengan Anda. Pastikan gulungan rapat dan padat. Jika perlu, gunakan bambu sushi mat untuk membantu.
5. Sebelum menyelesaikan gulungan, berikan sedikit air di ujung nori untuk membantu melembungkannya dan menutup rapat gulungan.
6. Gunakan pisau yang tajam untuk memotong gulungan menjadi beberapa bagian. Sajikan dengan saus tambahan jika diinginkan.
7. Jika Anda ingin keju mozzarella meleleh, Anda bisa memanggang gulungan di oven selama beberapa menit.

3. 6. Pengemasan Produk

Pengemasan produk Samyang Roll memiliki peran sentral dalam memastikan keamanan dan kualitas produk sepanjang rantai pasokan. Setelah mi instan Samyang dimasak, langkah pertama melibatkan pembungkusan individual mi instan dalam kemasan yang tahan panas dan kering, bertujuan untuk menjaga kelembaban dan kualitas mi. Selanjutnya, gulungan mi instan tersebut dipotong dan ditempatkan dalam bungkus penyegel atau lembaran plastik transparan untuk menjaga kebersihan dan memberikan visibilitas pada produk. Setiap kemasan dilengkapi dengan label yang mencantumkan informasi penting seperti komposisi bahan, tanggal kadaluwarsa, petunjuk penyimpanan, dan informasi nutrisi, memberikan kejelasan kepada konsumen. Sejumlah gulungan mi instan yang sudah dikemas kemudian

ditempatkan dalam kemasan kelompok atau box, yang dirancang untuk melindungi produk selama distribusi dan penyimpanan. Penggunaan teknologi Modifikasi Atmosfer (MAP) dapat menjadi pertimbangan untuk meningkatkan daya tahan produk dengan mengganti udara di dalam kemasan. Selain itu, pengemasan yang ramah lingkungan juga menjadi pertimbangan, dengan pilihan material yang dapat didaur ulang atau ramah lingkungan sesuai dengan praktik keberlanjutan. Keseluruhan proses pengemasan ini tidak hanya memastikan kualitas produk tetap terjaga, tetapi juga memenuhi standar kebersihan, keamanan, dan keberlanjutan yang diharapkan oleh konsumen

BAB IV ASPEK KEUANGAN

2.1. Kebutuhan Modal Awal Untuk Memulai Usaha

Kebutuhan modal awal untuk memulai usaha adalah sebesar Rp. 2.950.000,-. Dana tersebut dialokasikan untuk kebutuhan pengeluaran awal produksi. Berikut ini adalah rincian kebutuhan awal yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha pada awal produksi.

a. Investasi

No.	Komponen	Jumlah	Satuan	Harga per Unit (Rp)	Total Biaya (Rp)	Umur Ekonomis (tahun)	Penyusutan/Tahun (Rp)
1	Etalase	1	Unit	1.700.000	1.700.000	4	425.000
2	Kompor Gas	1	Unit	150.000	150.000	2	75.000
3	Tabung Gas 3kg	1	Unit	150.000	150.000	2	75.000
4	Panci	3	Unit	45.000	135.000	3	45.000
5	Box Packing	2	Pack	15.000	30.000	2	15.000
6	Sumpit	3	Pack	10.000	50.000	2	25.000
7	Pisau	2	Unit	20.000	40.000	2	20.000
8	Label	2	Pack	10.000	20.000	2	10.000
9	Nampan	2	Unit	30.000	60.000	2	30.000
Total Biaya					Rp 2.335.000		Rp 750.000

b. Bahan baku untuk produksi

No.	Bahan	Jumlah	Total Harga per Produksi	Total Harga per Tahunan
	Bahan Utama			
1	Saus pedas sachet	1 pack	Rp 10.000	Rp 3.300.000
2	Mie samyang ramen	2 pack	Rp 40.000	Rp 26.400.000
3	Nori	2 pack	Rp 20.000	Rp 13.200.000
4	Rice paper	2 pack	Rp 25.000	Rp 16.500.000
5	Minyak sayur 900g	1 unit	Rp 30.000	Rp 9.900.000
6	Selada	6 pcs	Rp 5.000	Rp 9.900.000
	Bahan Pelengkap :			
1	Keju mozarella	2 pcs	Rp 40.000	Rp 26.400.000
2	Daging ayam pedas	2 kg	Rp 55.000	Rp 36.300.000
3	Udang crispy	2 kg	Rp 57.000	Rp 37.620.000
4	Telur	5 kg	Rp 30.000	Rp 19.800.000
5	Biji wijen	2 kg	Rp 10.000	Rp 6.600.000
6	Sumpit	2 pack	Rp 15.000	Rp 9.900.000
7	Pangsit	2 kg	Rp 28.000	Rp 18.480.000
Jumlah			Rp 310.000	Rp 228.600.000

*1 Tahun Kerja = 330 hari

c. Biaya Operasional

No.	Komponen	Biaya per bulan	Biaya per tahun
1	Listrik & Air	100.000	1.200.000
2	Gas	30.000	240.000
3	Komunikasi & Informasi Promosi	100.000	1.200.000
4	Tenaga Kerja 1 orang	1.000.000	12.000.000
5	Pemeliharaan Alat	50.000	600.000
6	Sewa	1.500.000	18.000.000
Jumlah		Rp 2.780.000	Rp 33.240.000

Kebutuhan modal awal untuk memulai usaha Samyang Roll adalah sebesar Biaya Peralatan + Biaya Bahan Baku + Biaya Operasional

$$= \text{Rp } 2.335.000 + \text{Rp } 310.000 + \text{Rp } 2.780.000$$

$$= \text{Rp } 5.425.000$$

Total Biaya

Biaya Investasi	Rp 2.335.000 / tahun
Biaya Produksi	Rp 228.600.000 / tahun
Biaya Operasional	Rp 33.240.000 / tahun
Biaya Penyusutan	Rp 750.000 / tahun

Harga Pokok Produksi (HPP)

- Biaya Tetap = Biaya Penyusutan + Biaya Operasional
$$= \text{Rp } 750.000 / \text{tahun} + \text{Rp } 33.240.000 / \text{tahun}$$
$$= \text{Rp } 33.990.000 / \text{tahun}$$

- HPP = Biaya Tetap + Biaya Produksi / Jumlah Produksi
$$= \text{Rp } 33.990.000 + \text{Rp } 228.600.000 / (100 \times 330)$$
$$= \text{Rp } 33.990.000 + \text{Rp } 228.600.000 / (33.000)$$
$$= \text{Rp } 33.990.000 / 33.000 = 7.959,090.90$$
$$= \text{Rp } 7.95$$

Harga Jual Per Unit

$$\text{Rp } 7.958 \times 25\% = \text{Rp } 1.990$$

$$\text{Jadi } \text{Rp } 7.958 + \text{Rp } 1.990 = \text{Rp. } 9.900$$

Atau Harga Jual Rp. 10.000

Analisis R/C

- Total Biaya Produksi = Biaya Produksi + Biaya Operasional
$$= \text{Rp } 228.600.000 / \text{tahun} + \text{Rp. } 33.240.000 / \text{tahun}$$
$$= \text{Rp } 261.840.000 / \text{tahun}$$
- Total Pendapatan = HPP x Jumlah Produksi
$$= \text{Rp } 7.920 \times 33.000 / \text{tahun}$$
$$= \text{Rp } 261.360.000 / \text{tahun}$$
$$= \text{Rp } 21.780.000 / \text{bulan}$$
- Keuntungan = Total Pendapatan – Total Biaya Produksi
$$= \text{Rp } 261.840.000 / \text{tahun} - \text{Rp } 228.600.000 / \text{tahun}$$
$$= \text{Rp } 33.240.000 / \text{tahun}$$
$$= \text{Rp. } 2.770.000 / \text{bulan}$$

$$\begin{aligned} \text{R/C} &= \text{Total Pendapatan} : \text{Total Biaya Produksi} \\ &= \text{Rp } 261.360.000 / \text{tahun} : \text{Rp } 228.600.000 / \text{tahun} \\ &= 1,143 \text{ atau } 114,3\% \end{aligned}$$

Maka usaha Samyang Roll menguntungkan jika nilai $R/C > 1$

$$\begin{aligned}
 \text{ROI} &= \text{Keuntungan} : \text{Total Biaya Produksi} \times 100\% \\
 &= \text{Rp. 33.240.000} / \text{tahun} : \text{Rp 228.600.000} / \text{tahun} \times 100\% \\
 &= 14,55 \%
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Jangka Waktu Pengembalian Modal} &= \text{Biaya Investasi} \times \text{Masa Produksi} / \text{Keuntungan} \\
 &= \text{Rp 2.335.000/ tahun} \times 1 \text{ tahun} / \text{Rp 228.600.000} / \text{tahun} : \text{Rp 33.240.000} / \text{tahun} \\
 &= 0,030 \text{ tahun}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil analisis finansial di atas, maka modal usaha atau biaya investasi yang dikeluarkan unruk mendirikan bisnis ini akan kembali dalam jangka waktu 0.015 tahun, dengan jumlah produksi 33.000 bungkus per tahunnya dari 330 hari kerja per tahun.

2.2. Proyeksi Rugi/Laba

Proyeksi rugi-laba dalam satu tahun produksi usaha.

PENDAPATAN		TOTAL
1	Penjualan (Rp. 10.000,00 x 100 packs x 330 hari)	Rp. 330.000.000,00
Total Pendapatan		Rp. 330.000.000,00
BIAYA PRODUKSI		TOTAL
1	Biaya Variabel (variable cost)	
Biaya Bahan Baku & Bahan Pendukung		Rp. 228.600.000
Biaya Tetap (fixed cost)		
Total Biaya Tetap		Rp 33.240.000
Total Biaya Produksi		Rp 261.840.000
Laba (Pendapatan - Biaya Produksi)		Rp 68.160.000

2.3. Proyeksi BEP

PENJUALAN		TOTAL
1	Penjualan (Rp. 10.000,00 x 100 packs x 330 hari)	Rp. 330.000.000
Total Penjualan		Rp. 330.000.000
BIAYA VARIABEL		TOTAL
1	Biaya Bahan Baku dan Pendukung	Rp 228.600.000
Total Biaya Variabel		Rp 228.600.000
BIAYA TETAP		TOTAL
Total Biaya Tetap		Rp 33.240.000
BEP = $FC / 1 - (VC/Pendapatan)$		Rp. 108.858.237

BAB V

ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

5.1. Resiko/Hambatan

Selain memiliki peluang usaha yang menjanjikan, kami juga menyadari adanya sejumlah resiko yang mungkin kami hadapi dalam menjalankan bisnis ini. Berikut adalah beberapa resiko yang perlu diperhatikan beserta solusi potensialnya:

a. Persaingan

Dalam menghadapi persaingan yang tinggi di industri makanan instan, Samyang Roll akan mengadopsi strategi yang mencakup diferensiasi produk, perlindungan hak kekayaan intelektual, dan pemasaran kreatif. Kami akan terus membedakan Samyang Roll dengan varian rasa yang unik dan kombinasi bahan eksklusif, sambil melindungi keunikan resep melalui hak kekayaan intelektual. Respons cepat terhadap perubahan tren konsumen, fokus pada riset dan pengembangan produk, serta pemahaman mendalam terhadap pasar dan pelanggan akan menjadi prioritas. Kami akan menjaga adaptabilitas strategi untuk mengatasi inovasi pesaing dan menjaga kualitas produk untuk bersaing baik di pasar lokal maupun global. Dengan strategi ini, Samyang Roll siap menghadapi tantangan persaingan dan mempertahankan posisi yang kuat dalam industri makanan instan yang dinamis.

b. Daya Tahan Produk

Daya tahan produk Samyang Roll menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan. Produk ini memiliki batasan daya tahan karena tidak menggunakan bahan pengawet dan salah satu komponennya adalah santan/kara. Oleh karena itu, Samyang Roll direkomendasikan untuk dikonsumsi dalam waktu singkat setelah disajikan. Produk ini dapat bertahan satu hari di suhu ruang dan tiga hari di dalam kulkas.

Untuk memastikan kesegaran produk, disarankan untuk memproduksi Samyang Roll sesuai dengan permintaan atau dalam jumlah yang dapat segera terjual. Pengelolaan stok yang baik dan siklus produksi yang efisien akan membantu meminimalkan limbah dan memastikan konsumen selalu mendapatkan produk yang segar. Selain itu, eksplorasi bahan pengganti atau metode pengemasan tertentu dapat menjadi langkah-langkah yang diambil untuk meningkatkan masa simpan tanpa mengorbankan kualitas rasa.

5.2. Tindakan Alternatif

Tindakan yang akan kami lakukan untuk mengatasi resiko dan hambatan tersebut adalah sebagai berikut:

a. Persaingan

Usaha Dalam menghadapi resiko persaingan yang tinggi di industri makanan instan, Samyang Roll akan mengambil sejumlah tindakan strategis. Pertama, kami akan terus meningkatkan inovasi dalam produk, seperti mengenalkan varian rasa baru dan kombinasi bahan yang menarik. Hal ini bertujuan untuk membedakan Samyang Roll dari produk sejenis yang ada di pasaran. Selanjutnya, kami akan mengintensifkan upaya perlindungan hak kekayaan intelektual untuk menjaga keunikan resep dan konsep produk kami. Respons cepat terhadap perubahan tren konsumen akan diwujudkan melalui pembaruan menu sesuai selera terkini dan kebutuhan pelanggan. Fokus pada riset dan pengembangan produk akan mendukung terciptanya produk yang inovatif dan responsif terhadap keinginan pasar. Kami juga akan memperdalam pemahaman terhadap pasar dan pelanggan dengan melakukan survei dan interaksi langsung. Dengan mengoptimalkan adaptabilitas strategi, Samyang Roll akan dapat menjawab inovasi pesaing dan menjaga standar kualitas produk kami. Melalui langkah-langkah ini, kami yakin dapat mengatasi tantangan persaingan dan memperkuat posisi Samyang Roll di pasar makanan instan yang dinamis

b. Daya Tahan Produk

Upaya Untuk mengatasi resiko terkait daya tahan produk Samyang Roll, kami akan menerapkan beberapa tindakan strategis. Pertama, kami akan mengadopsi model produksi "just-in-time" yang memungkinkan kami memproduksi Samyang Roll sesuai dengan permintaan pasar, mengurangi risiko produk tidak terjual dalam waktu yang singkat. Pengelolaan stok yang efisien akan menjadi fokus utama untuk menghindari pemborosan dan memastikan kelangsungan pasokan yang segar.

Selanjutnya, kami akan melakukan riset lebih lanjut terkait bahan pengganti atau metode pengemasan yang dapat meningkatkan masa simpan produk tanpa mengorbankan kualitas rasa. Eksplorasi opsi ini dapat mencakup teknologi pengemasan yang inovatif atau penggunaan bahan alami yang memiliki sifat pengawet alami. Dengan demikian, Samyang Roll dapat tetap mempertahankan kesegarannya lebih lama tanpa menambahkan bahan pengawet buatan.

Selain itu, kami akan menyusun kebijakan rotasi stok yang baik dan menjalin kerjasama yang kuat dengan pemasok bahan baku untuk memastikan bahwa bahan yang digunakan selalu dalam kondisi terbaik. Langkah-langkah ini diambil untuk mengurangi potensi pemborosan, menjaga kualitas produk, dan meminimalkan dampak lingkungan. Dengan upaya ini, kami berharap dapat mengatasi resiko daya tahan produk.

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Samyang Roll menggambarkan konsep inovatif dalam industri makanan instan dengan menghadirkan produk yang unik dan praktis. Samyang Roll, sebagai varian terbaru dari mi instan Samyang, mengusung pengalaman makan yang berbeda melalui format gulungan. Keunikan produk terletak pada kombinasi rasa pedas khas Samyang dengan kemudahan konsumsi. Strategi bisnis mencakup diferensiasi produk, perlindungan hak kekayaan intelektual, pemasaran kreatif, dan respons cepat terhadap perubahan tren konsumen. Meskipun dihadapkan pada resiko persaingan yang tinggi dan daya tahan produk yang terbatas, tindakan strategis termasuk inovasi produk, manajemen stok efisien, dan eksplorasi bahan pengganti untuk meningkatkan masa simpan. Dengan keseluruhan strategi ini, Samyang Roll siap menghadapi tantangan di pasar makanan instan, memperluas pangsa pasar, dan mempertahankan posisi yang kuat dalam industri yang dinamis.

6.2. Saran

Dari proposal bisnis ini, diharapkan usaha Samyang Roll dapat berjalan lancar dan diminati konsumen. Saran pentingnya kreativitas dan inovasi tinggi, agar produk tetap menarik dan tidak membuat konsumen bosan. Dalam berbisnis Samyang Roll, diperlukan konsep unik untuk membedakan diri dari pesaing. Perhatikan minat masyarakat dan berikan pelayanan ramah kepada konsumen, sambil terus mencari peluang menguntungkan di pasaran. Cerdik dalam berwirausaha akan membantu mencapai kesuksesan, dengan menjadi pencari peluang yang pintar dan memastikan produk yang dijual sesuai dengan selera masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Lincih Menulis Artikel Ilmiah Populer & Jurnal (Teori & Praktik)*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, D., Hasan, M., & Parlyna, R. (2017). *Pengantar Ilmu Organisasi*. Bogor: In Media.
- Fadiati, A., Purwana, D., & Maulida, E. (2008). *Wirausaha: Jalur Cepat Menuju Sukses*. Jakarta: UNJ Press.
- Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi wirausaha sukses*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hidayat, N., & Purwana, D. (2017). *Perpajakan : Teori & Praktik*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, Dedi & Hidayat, N. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.