

**PROPOSAL USAHA
BAKSO BAKAR**



Dosen Pengampu : Wartariyus, S.Kom, M.T.I

Disusun Oleh :

Raki Adya Pratama
NPM 2113025026

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

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-NYA, sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan proposal ini untuk memenuhi tugas dengan judul "Proposal; Usaha Bakso Bakar"

Saya memilih judul tersebut dengan maksud agar para pembaca, masyarakat umum serta mahasiswa pada khususnya agar dapat memahami dan mengetahui tentang Kewirausahaan bakso bakar.

Saya sadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan proposal ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu saya mohon ma'af serta mengharap kritik dan saran yang bersifat membangun kesempurnaan proposal ini.

Akhirnya dengan iringan do'a yang tulus ikhlas semoga proposal ini dapat bermanfa'at bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Bandar Lampung, November 2023

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Sejarah Berdirinya Usaha.....	2
C. Visi dan Misi.....	2
D. Tujuan Usaha.....	2
BAB II PEMBAHASAN	
A. Aspek pemasaran.....	3
B. Strategi pemasaran perusahaan dan pesaing.....	4
C. Aspek produksi.....	10
BAB III PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	24
B. Saran.....	24

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman dan lingkungan maka orang sekarang mulai berhati-hati dalam membeli sesuatu. Salah satu hal dimana orang sangat hati-hati dan teliti sekali dalam memilih dan membeli adalah ketika membeli makanan.

Zaman dulu orang membeli makanan hanya berpedoman pada rasanya yang enak dan murah, ini terutama bagi kalangan masyarakat menengah ke bawah. Dua hal inilah yang menjadi prioritas utama dalam membeli makanan. Mereka tidak begitu memikirkan kandungan gizi dan nutrisi yang terkandung didalam makanan yang mereka beli.

Akan tetapi akhir-akhir ini kecenderungan masyarakat kita dalam membeli makanan adalah memperhatikan rasa, gizi yang terkandung dalam makanan tersebut, baru kemudian memikirkan harga. Oleh karena itu, bakso banyak menjadi pilihan manusia untuk mengganti makanan utama yaitu nasi, dimana dari segi rasa, bakso menawarkan rasa kenyal dan enak, dari segi gizi juga memenuhi kebutuhan gizi manusia, dari segi harga, bakso cukup mudah dijangkau semua kalangan masyarakat.

Berdasarkan fenomena diatas maka sangat cocok dan potensial bila saya mendirikan usaha jualan bakso bakar, dimana dari segi rasa memenuhi rasa kenyal dan enak, dari segi gizi bakso bakar sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen karena mengandung karbohidrat, dan kalori dll. Dari segi harga bakso bakar terbilang cukup mudah dijangkau oleh semua lapisan masyarakat. Oleh karena itu saya mendirikan usaha di bidang kuliner dengan nama “BAKSO BAKAR” dengan tagline “bakso murah tapi ga murahan”

B. Sejarah Berdirinya Usaha

Usaha ini berawal dari coba – coba terhadap cara penyajian baru dalam mengkonsumsi bakso, saya mencoba – coba membuat bakso bakar. Setelah saya amati usaha ini, belum banyak dan sangat jarang ditemukan di Bandar Lampung. Dari informasi yang saya peroleh dan melihat peluang bisnis yang menguntungkan, saya memutuskan untuk mencoba berjualan usaha ini. Dalam menjalankan usaha ini membutuhkan kemantapan dan keuletan dalam menjalankannya.

C. Visi dan Misi

Visi

1. Memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.
2. Menjadi salah satu usaha kuliner tersukses di Bandar Lampung, bahkan Indonesia.
3. Menjadi produsen bakso bakar nomor 1 di Indonesia.

Misi

1. Terus berinovasi dalam menciptakan menu-menu yang unik dan menarik.
2. Menciptakan ide-ide kreatif sebagai penarik minat para pembeli.
3. Memberikan pelayanan yang baik dan ramah dalam upaya menarik pembeli.
4. Menjual produk dengan harga yang terjangkau tetapi dengan kualitas dan rasa yg memukau.

D. Tujuan Usaha

Menjadi salah satu usaha kuliner yang sukses di Bandar Lampung dengan omset yang tinggi sehingga dapat membuka banyak cabang di Indonesia dan menampung banyak karyawan.

BAB II

PEMBAHASAN

A. ASPEK PEMASARAN

1. Segmen Pasar

Bakso merupakan makanan yang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan umur dimulai dari kalangan anak – anak, remaja, dewasa dan orang tua. Sehingga bakso bakar ini sangat aman untuk dikonsumsi. Usaha saya disini mempunyai target pasar bagi kaum menengah keatas (B+,A- dan A+) akan tetapi tidak menutup kemungkinan juga untuk kalangan menengah ke bawah untuk bisa menikmati kuliner saya.

2. Target Pasar

Bakso bakar ditargetkan untuk semua kalangan baik anak-anak maupun dewasa. Adapun Target Pasar yang dituju yaitu Di area kampus tersebut telah di rencanakan secara cermat dan matang karena menurut analisa pasar yang ada, area kampus. Area kampus tidak hanya didominasi oleh masyarakat asli Bandar Lampung tetapi juga terdapat kaum pendatang yang biasanya kos ataupun mengontrak di daerah sekitar kampus. Kaum pendatang tersebut kebanyakan adalah kaum muda. Peluang ini dapat kita manfaatkan karena rata-rata anak kos biasanya lebih menyukai hal-hal yang berbau cepat dalam penyajian (cepat saji) serta dapat pula sebagai alternatif makanan lain jika bosan terhadap menu sehari-hari.

3. Positioning.

Keunggulan dari produk saya mempunyai berbagai macam pilihan rasa yang unik, dan harga lebih terjangkau dibanding yang lain. Melihat situasi di tempat yang akan dimasuki produk, sepertinya produk bakso bakar ini akan laku di pasaran. Hal ini dikarenakan harganya yang terjangkau dan sangat pas untuk ukuran dompet mahasiswa dan masyarakat Bandar Lampung. Selain itu pesaing yang akan menyaingi produk ini tampaknya belum ada khususnya di kampus.

B. STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN DAN PESAING

Strategi Pemasaran Perusahaan dilakukan berdasarkan analisa 7 P dengan alat analisis SWOT menurut Kottler yang terdiri atas :

1. Product

Bakso dan minuman dengan berbagai rasa buah Adapun Produknya ialah sebagai berikut:



Gambar 3.4.1. Produk Bakso Bakar

2. Logo / Lambang Usaha



3. Informatif (nama, alamat, contact no)

Nama Perusahaan : “BAKSO BAKAR ” Alamat Perusahaan :

4. Price

Adapun Harga Yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

a. Makanan

Untuk sementara saya hanya menawarkan produk bakso bakar sangat disukai masyarakat dan mahasiswa.

Tabel . 1.
Harga Makanan

No	Keterangan	Harga
1	Bakso Bakar	Rp. 1.000/tusuk

5. Promotion

Strategi mengenai bagaimana produk kita dapat dikenal oleh konsumen melalui beberapa cara :

a. Advertising (Iklan)

Periklanan (Advertising): Merupakan alat utama bagi pengusaha untuk mempengaruhi konsumennya. Periklanan ini dapat dilakukan oleh pengusaha lewat surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, ataupun dalam bentuk poster-poster yang dipasang dipinggir jalan atau tempat-tempat yang strategis.

b. Penjualan Pribadi (Personal selling):

Merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan calon konsumennya. Dengan kontak langsung ini diharapkan akan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara pengusaha dengan calon konsumennya itu. Yang termasuk dalam personal selling adalah: door to door selling, mail order, telephone selling, dan direct selling.

c. Placement

Merupakan cara untuk mendistribusikan produk kita untuk sampai ke tangan konsumen. Sistem distribusi yang dilakukan dapat secara langsung ke konsumen atau melalui pedagang perantara seperti wholesaler (pedagang besar) atau retailer (pedagang kecil).

d. People

Merupakan kriteria sumber daya manusia secara umum yang dapat meningkatkan penjualan produk ke konsumen secara langsung ataupun tidak langsung.

e. Process

Proses yang ditampilkan kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk membeli. Proses yang dapat ditampilkan seperti proses produksi yang baik ataupun proses pelayanan terhadap konsumen.

f. Physical Evidence

Penampilan fisik dari fasilitas pendukung atau sarana dalam menjual produk yang dapat dilihat langsung oleh konsumen. Seperti tempat yang menarik dan bersih untuk restoran.

6. Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

Tabel 6

Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

KEGIATAN	JADWAL PELAKSANAAN (Dalam Mingguan)			
	1	2	3	4
1. Survey Pasar	☐		☐	☐
2. Menyusun Rencana Usaha	☐	☐		☐
3. Perijinan		☐	☐	
4. Survei tempat usaha	☐		☐	
5. Survei Mesin / Peralatan		☐	☐	☐
6. Pemasangan Sarana Penunjang	☐		☐	
7. Mencari tempat kerja	☐	☐		☐
8. Uji Coba Produksi		☐	☐	☐
9. Operasional		☐	☐	☐

C. ASPEK PRODUKSI

1. Produk

Perencanaan yang perlu dilakukan menyangkut produk (output), terutama pada usaha manufaktur dan industri pengolahan adalah:

a. Deskripsi Produk

Adapun jenis produk yang ditawarkan pada bisnis ini adalah Bakso Bakar Biasa, bakar biasa disajikan dengan 3 butir bakso dalam satu tusuk sate yang di bakar dan dibubuhi bumbu khas ayam bakar special/tersendiri dengan 2 cita rasa, pedas dan pedas manis. Bakso bakar biasa ini disajikan dalam bungkus

b. Nilai/Manfaat Produk

Manfaat yang dapat ditawarkan oleh produk dapat dibagi dalam 5 tingkatan, yaitu:

- 1) Manfaat inti (core benefit): adalah manfaat yang diberikan untuk pemenuhan terhadap kebutuhan utama konsumen, misalnya kebutuhan berbicara jarak jauh.
- 2) Manfaat dasar (basic benefit): adalah manfaat dasar yang diberikan untuk memecahkan masalah kebutuhan utama, misalnya telepon.
- 3) Manfaat yang diharapkan (expected benefit): adalah manfaat yang diharapkan lebih dari sekedar pemenuhan kebutuhan dasar, misalnya telepon yang dapat dibawa-bawa (HP).
- 4) Manfaat di atas harapan (augmented benefit): adalah manfaat yang dapat diberikan lebih dari yang diharapkan oleh konsumen, misalnya HP yang dapat digunakan untuk SMS.
- 5) Manfaat potensial (potential benefit): adalah semua manfaat yang mungkin dapat diberikan lebih dari sekedar augmented benefit, misalnya HP yang dapat digunakan sebagai lampu senter, kamera, video recorder, video calling, fax, internet, dsb.

c. Kegunaan/Fungsi Produk

Produk konsumsi, yaitu produk yang dibeli dan digunakan oleh konsumen akhir (pemakai akhir); meliputi:

- 1) **Convenience goods**, yaitu produk yang dibutuhkan sehari-hari dan mudah didapat, misalnya beras, gula, teh, permen, dll.

- 2) **Shopping goods**, yaitu produk-produk yang dibedakan oleh konsumen berdasarkan kualitas, harga, tren, dan gaya. Contohnya adalah baju, telepon seluler, mobil, dsb.
- 3) **Specialty goods**, yaitu produk yang mempunyai karakteristik unik dan mempunyai merek yang sudah terkenal; misalnya mobil mewah, jam tangan mewah, dsb.
- 4) **Unsought goods**, adalah produk yang kurang dikenal atau diketahui umum tetapi kurang diminati, misalnya asuransi
- 5) **Produk industri**, yaitu produk yang biasa dibeli oleh pelaku usaha produksi lainnya. Biasa dikenal dalam B to B (business to business). Dapat dibagi dalam 3 golongan, yaitu:
 - a) **Bahan baku dan suku cadang**: merupakan bahan mentah yang akan diproses lebih lanjut.
 - b) **Barang modal**: yaitu barang-barang yang berumur lebih dari 1 tahun dan tidak untuk dijual belikan.
 - c) **Perlengkapan dan jasa bisnis**, yaitu produk tidak tahan lama yang membantu operasional perusahaan.

2. Proses Produksi

Proses pembuatan bakso dan bahan-bahan lainnya sangat saya perhatikan di sini dalam proses penakaran rempah-rempah dan daging sapi, sampai bumbu rahasia yang saya buat sangat menentukan cita rasa makanan yang akan saya hasilkan sehingga membutuhkan kejelian, kecermatan dan kesabaran yang pada intinya pembuatan nya dengan sentuhan cinta sang pengracik nya.

Adapun mekanisme produksi dan penyajian bakso bakar ini adalah sebagai berikut

Tabel 9
Bahan Utama Membuat Bakso

No	Bahan	Takaran
1	Daging ayam giling	1200 gram

2	Tepung sagu	200 gram
3	Putih telur	4 butir
4	Tusukan sate	secukupnya

Tabel 10
Bumbu
Halus

No	Bahan	Takaran
1	Bawang putih	8 siung
2	Merica bubuk	4 sendok teh
3	Pala bubuk	1 sendok teh
4	Bumbu kaldu bubuk	1 sendok teh
5	Garam	1 sendok teh

Tabel 11
Olesan Luar Pada Bakso

No	Bahan	Takaran	Keterangan
1	Kecap manis	20 sendok makan	Aduk Rata
2	Margarin	20 sendok makan, cair	
3	saos pedas/ saos manis	Secukupnya	

Tabel 13
Cara Membuat Bakso Bakar

No	Bahan	Keterangan
1	Baso	campur semua bahan baso bersamabumbu halus, aduk rata Bentuk adonan menjadi bulat-bulat, lalu masukkan dalam air hangat Rebus baso hingga matang dan terapung, angkat dan tiriskan
2	Tusukan sate	Tusuk baso dengan tusukan sate

3. Kapasitas Produksi

Perencanaan kapasitas produksi dilakukan untuk semua mesin, peralatan, dan faktor produksi lainnya sesuai dengan rencana jumlah produk akhir yang akan dihasilkan. Dengan sendirinya, kapasitas produksi sampai dengan tingkatan yang rinci semuanya akan mengacu pada hasil dari perhitungan peluang pasar atas produk yang bersangkutan. Kapasitas produksi biasa dinyatakan dalam unit per periode waktu tertentu (tahun, bulan, minggu, hari, atau jam). Untuk perencanaan strategis, proyeksi kapasitas dilakukan dalam jangka

minimal 3 tahun ke depan, sesuai dengan rencana produksinya.

BAB III PENUTUP

A. Kesimpulan

Sebagai wirausahawan menurut saya usaha bakso bakar ini dapat memberikan penghasilan yang cukup untuk kebutuhan sehari-hari dan juga dapat membuka peluang bila manajemen dan perencanaannya disajikan dengan baik dan matang.

Menurut pandangan saya usaha ini akan berkembang dan mencapai kesuksesan. Meskipun di zaman sekarang ini banyak aneka jajanan yang tergolong mewah akan tetapi saya optimis bahwa usaha ini akan berkembang dan memberi harapan yang sangat menjanjikan.

B. Saran

Proposal ini disusun sebagai gambaran tentang usaha yang saya jalankan, sehingga dapat digunakan sebagai acuan dalam melaksanakan kegiatan usaha. Agar usaha dapat berjalan dengan acuan maka, perlu dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Perencanaan yang matang mengenai usaha yang akan dilaksanakan
2. Melakukan pengorganisasian yang lebih spesifik sesuai dengan kegiatan
3. Menjalankan usaha tersebut sesuai yang telah dilaksanakan
4. Melakukan pengawasan terhadap usaha yang telah dijalankan sehingga dapat diketahui kekurangan dan kelemahannya
5. Memperbaiki kesalahan, kekurangan, kelenahan yang dapat diatasi semaksimal mungkin