

PROPOSAL USAHA MIE RUWET

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Mata Kuliah Kewirausahaan

Dosen Pengampu: 1. Prof. Dr. Sowiyah, M.Pd.

2. Muhisom, M.Pd.I

Disusun Oleh:

Kelompok 3

- | | |
|-------------------------------|--------------|
| 1. Latifah Irsyadiyaul Jannah | (2313053042) |
| 2. Desta Dwi Pertiwi | (2313053046) |
| 3. Dina Puspita Sari | (2313053056) |
| 4. Paska Deswita Manalu | (2313053057) |
| 5. Aulia Trihapsari | (2313053038) |
| 6. Putri Reza Anandita | (2353053065) |



PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS LAMPUNG

2024

BAB I

DESKRIPSI USAHA

A. Latar Belakang

Bisnis makanan kuliner merupakan salah satu bisnis yang dewasa ini berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar. Sudah banyak pelaku usaha yang meraup untung dari usaha kuliner ini. Namun tidak sedikit pula pelaku usaha kuliner yang gulung tikar alias bangkrut, karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat dan kualitas pelayanan yang kurang optimal. Artinya keberhasilan sebuah bisnis kuliner dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik yang dijalani dengan konsumen.

Pada zaman sekarang ini banyak jenis makanan yang beredar di pasar baik dalam kemasan ataupun yang di sajikan secara langsung, akan tetapi kebanyakan masyarakat pasti memilih makanan dalam bentuk kemasan. Karena lebih praktis, di samping itu juga masyarakat cenderung lebih memilih makanan yang enak, renyah, gurih, bernutrisi dan tentunya murah dan menyehatkan. Oleh karena itu, kelompok kami berinisiatif untuk melakukan inovasi pada mie dengan membuat “MIE RUWET” yang mempunyai berbagai macam pilihan rasa tentunya. Antara lain: pedas daun jeruk dan original. Dalam pembuatan “MIE RUWET” ini semuanya di buat dengan bahan yang halal dan tentunya aman di konsumsi.

B. Analisis SWOT

- *Strengths* (Kekuatan):
 1. Bahan baku yang mudah di dapatkan
 2. Tidak tergantung pada musim, mie ruwet ini lebih mudah didapatkan dan digemari konsumen
 3. Harga jual relatif stabil, sehingga resiko kerugian sangat kecil
 4. Bisa dijalankan oleh siapa saja tanpa melihat latar belakang pendidikan, asal ada kemauan dan keseriusan pasti bisa menjalankan usaha ini

- *Weaknesses* (Kelemahan):
 1. Ketahanan produk: Produk kami tidak tahan lama
 2. Persepsi Kesehatan: Mie instan seringkali dianggap kurang sehat karena kandungan sodium dan pengawet yang tinggi.
 3. Ketergantungan Bahan Baku: Kenaikan harga bahan baku utama seperti tepung terigu dapat mempengaruhi harga jual produk.
- *Opportunities* (Peluang):
 1. Peluangnya cukup besar untuk dikembangkan
 2. Banyak disukai oleh konsumen, terutama anak muda
 3. Memberikan keuntungan yang cukup besar
- *Threats* (Ancaman):
 1. Perubahan Preferensi Konsumen: Selera konsumen terus berubah, sehingga Anda perlu terus berinovasi untuk menjaga minat konsumen.
 2. Munculnya Produk Substitusi: Produk baru yang serupa atau lebih menarik dapat mengancam pangsa pasar Anda.
 3. Regulasi Pemerintah: Perubahan regulasi terkait makanan dapat berdampak pada produksi dan penjualan produk Anda.
 4. Fluktuasi Harga Bahan Baku: Kenaikan harga bahan baku dapat meningkatkan biaya produksi dan menekan margin keuntungan.
- Strategi yang dapat diterapkan:
 1. Fokus pada Kualitas: Menjaga kualitas produk dan memberikan nilai tambah kepada konsumen.
 2. Mengembangkan: Selalu mengembangkan produk baru dan varian rasa yang menarik.
 3. Pemasaran yang Efektif: Membangun merek yang kuat dan melakukan promosi yang tepat sasaran.
 4. Kolaborasi dengan Pihak Lain: Bekerja sama dengan pihak lain seperti petani, distributor, dan influencer untuk memperluas jaringan dan meningkatkan penjualan.

Analisis SWOT ini dapat membantu tim merencanakan secara strategis dan tetap berada di depan tren pasar. Dalam bisnis kuliner, analisis SWOT dapat mengidentifikasi potensi risiko, baik dari sisi internal perusahaan maupun dari faktor eksternal. Analisis SWOT ini memberikan gambaran umum mengenai situasi bisnis yang akan dijalankan. Untuk strategi yang lebih spesifik, perlu melakukan analisis lebih lanjut, seperti analisis pasar, analisis pesaing, dan analisis keuangan.

C. Tujuan Usaha

1. Mengasah kemampuan dalam berwirausaha
2. Memenuhi kebutuhan pasar yang spesifik
3. Menciptakan peluang usaha dengan modal terjangkau

D. Visi dan Misi

Dalam suatu usaha pasti memiliki visi dan misi untuk memajukan usaha tersebut, tentumenjadi seorang pengusaha itu ingin usaha nya berjalan dengan lancar tanpa ada hambatan, jadi pasti sebuah perusahaan akan maju bila visi dan misi itu di lakukan dengan baik tanpa ada kesalahan sedikit pun, visi di sini berarti cita-cita atau impian yang ingin di capai di masa depan untuk menjamin kesuksesan jangka panjang, sedangkan misi berarti suatu tindakan untuk mewujudkan suatu visi tersebut. Tentu disini kelompok kami memiliki sebuah visi dan misi untuk usaha “Mie Ruwet” ini.

1. VISI

- Menjadikan salah satu produk cemilan sehat untuk di konsumsi oleh konsumen
- Menjadi produk cemilan yang paling laku di sekitar Kampus B FKIP Unila
- Mengutamakan kualitas produk

2. MISI

- Selalu berinovasi dalam mengembangkan produk
- Melayani konsumen dengan baik seperti dalam pemilihan varian rasa yang di inginkan konsumen.

Dengan menciptakan visi dan misi tersebut, kami berharap dapat terlaksana dengan baik dan lancar tanpa hambatan.

E. Gambaran Detail Usaha

Mie Ruwet adalah pilihan sempurna bagi pecinta kuliner yang mencari cita rasa autentik dan kenyamanan dalam setiap suapan. Terbuat dari bahan berkualitas, mie ini memiliki tekstur renyah yang memikat dan rasa yang menggugah selera. Mie Ruwet hadir dalam berbagai varian rasa, mulai dari pedas menggigit hingga yang lebih klasik, cocok untuk semua selera. Proses pembuatan yang sangat perhatian untuk setiap detailnya menjadikan setiap helai mie tidak hanya lezat, tetapi juga bergizi. Kemasannya yang praktis memungkinkan Anda menikmati Mie Ruwet kapan saja dan di mana saja, baik sebagai hidangan utama, camilan, atau bahkan sebagai bahan tambahan dalam resep favorit Anda.

Contoh gambar produk “Mie Ruwet”:



F. Lokasi Usaha

Supaya produk usaha “Mie Ruwet” ini cepat dikenal masyarakat maka perlu mencari lokasi usaha dekat dengan keramaian. Pada saat ini kami hanya memasarkan produk disekitar Kampus B FKIP Unila dan juga Pasar Pargoy, Metro. Tetapi kami berharap usaha kami bisa melebihi target, sehingga kami bisa memperluas target pasar dimana bukan hanya warga kampus dan pasar saja, tetapi juga untuk masyarakat luas.

BAB II

PEMASARAN

A. Segmentasi Pasar

Usaha ini berlokasi di tempat yang strategis yaitu di lingkungan pasar. lokasi tersebut banyak di lewati oleh masyarakat, baik masyarakat yang tinggal di sekitar pasar maupun dari luar lingkungan, sehingga usaha kami dapat dengan mudah untuk dikenal oleh masyarakat. Yang menjadi target pasar kami yaitu masyarakat sekitar yang beraktivitas di pasar.

B. Situasi Persaingan

Belum terlalu banyak pesaing dari usaha ini, akan tetapi di sinilah kreatifitas kita bagaimana cara kita menarik konsumen agar dapat membeli produk kita tanpa membuat pesaing kita merasa tidak senang dengan tindakan kami.

C. Strategi Promosi

Strategi promosi Mie Ruwet akan memanfaatkan kekuatan media sosial dan promosi langsung untuk menjangkau konsumen secara efektif. Melalui *platform digital* seperti Instagram dan Whatsapp, kita akan membagikan konten menarik berupa foto dan video yang menampilkan kelezatan serta keunikan produk kami.

Di sisi lain, promosi langsung akan dilakukan melalui sampling dan juga promosi dari mulut ke mulut, dilakukan dengan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mencicipi langsung dan juga menawarkan produk secara langsung. Tim promosi akan berbagi informasi mengenai manfaat dan variasi Mie Ruwet, serta memberikan diskon untuk pembelian dalam jumlah yang ditentukan. Kombinasi kedua strategi ini diharapkan dapat menciptakan buzz dan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk Mie Ruwet.

D. Distribusi Produk

Distribusi “Mie Ruwet” dilakukan melalui beberapa saluran yang memungkinkan konsumen merasakan kelezatan produk secara langsung. Kami mengadakan penjualan di berbagai acara pergelaran seni, festival, dan pasar tradisional, di mana tim kami hadir untuk menawarkan sampel dan menjelaskan keunggulan Mie Iket kepada pengunjung.

Dengan distribusi langsung, kami memastikan produk Mie Iket selalu tersedia dan mudah diakses, memberikan pengalaman langsung kepada konsumen untuk merasakan cita rasa otentik kami.

E. Media Promosi

Media promosi yang kami gunakan yaitu melalui *platform digital* seperti Instagram dan juga WhatsApp dengan cara membuat video promosi ataupun foto produk yang menarik untuk disebarluaskan. Periklanan (*advertising objectives*) produk ini bertujuan untuk member informasi kepada konsumen tentang produk yang dipasarkan, serta membujuk konsumen bahwa produk menawarkan mutu terbaik bagi uang yang akan mereka keluarkan untuk membelinya.

BAB III

PRODUKSI

A. Proses Produksi

1. Bahan-bahan:

- Mie
- Bubuk cabai
- Bubuk varian rasa
- Minyak goreng
- Daun jeruk
- Bawang putih
- Bawang merah
- Plastik klip

2. Alat:

- Wajan
- Kompor
- Sendok
- Spatula
- Pisau

3. Langkah-langkah:

- Ambil 1 helai mie lalu gulung dan ikat dibagian tengahnya.
- Lakukan hingga selesai. Goreng mie diminyak panas dengan api sedang cenderung kecil agar matangnya merata. Angkat lalu tiriskan mie.
- Siapkan bahan bumbu. Tumis bawang putih hingga harum lalu masukkan irisan daun jeruk, tumis hingga kering. Lalu matikan api kompor.
- Masukkan kaldu bubuk, cabe bubuk halus dan kasar, lalu aduk rata. (ketika memasukkan kaldu dan cabe bubuk, api kompor sudah dalam keadaan mati agar tidak gosong). Tunggu bumbu hingga dingin.
- Setelah bumbu dingin, masukkan mie lalu aduk hingga tercampur rata. Sajikan

B. Quality Control Produk

Quality Control adalah suatu pengawasan dan pengendalian mutu yang selalu dilakukan pada setiap tahap pembuatan “ Mie Ruwet” agar tetap menjaga kualitas produk serta untuk menjaga kepuasan konsumen.

BAB IV

KEUANGAN

A. Sumber Modal

Modal yang kita dapat dalam pelaksanaan usaha “Mie Ruwet” berasal dari tabungan mandiri kami sekelompok sebesar Rp.60.000,00

B. Struktur Biaya

NO	NAMA BARANG	JUMLAH	HARGA SATUAN	JUMLAH TOTAL
1	Mie	1 Bungkus	15.000	15.000
2	Bubuk cabai	1 Bungkus	6.000	21.000
3	Minyak goreng	1 Liter	16.000	37.000
4	Daun jeruk	1 Bungkus	2.000	39.000
5	Bawang putih		5.000	44.000
6	Plastik klip	1 Pcs	11.000	55.000
			JUMLAH	55.000

C. Pembagian Keuntungan

Modal yang digunakan pada saat awal proses produksi itu melalui tabungan mandiri, jadi keuntungan yang didapatkan setelah penjualan akan di bagi rata untuk setiap anggota kelompok.

BAB V

KESIMPULAN

Mie Ruwet merupakan produk kuliner yang menawarkan kelezatan dan kenyamanan dalam setiap suapan, dengan tekstur kenyal dan berbagai varian rasa yang menggugah selera. Untuk mempromosikan Mie Ruwet, kami menerapkan strategi efektif melalui media sosial dan promosi langsung, yang tidak hanya meningkatkan interaksi dengan konsumen, tetapi juga menciptakan buzz di kalangan masyarakat.

Distribusi langsung kami dilakukan melalui penjualan di acara kuliner, pasar, dan kemitraan dengan restoran serta kafe, memastikan Mie Ruwet mudah diakses dan dinikmati oleh berbagai kalangan. Melalui kombinasi strategi promosi dan distribusi yang terintegrasi, kami berkomitmen untuk memberikan pengalaman kuliner yang tak terlupakan kepada semua penggemar mie.

Penting untuk adanya potensi pasar yang menjanjikan dan produk “Mie Ruwet” yang unik, kami yakin bahwa penjualan produk ini akan memberikan keuntungan yang signifikan bagi kedua belah pihak. Karena produk kami adalah produk inovatif yang menggabungkan cita rasa tradisional dengan sentuhan modern dan tidak hanya menawarkan kelezatan yang berbeda. Dengan kualitas premium dan variasi rasa yang beragam, kami yakin produk kami akan menjadi pilihan favorit konsumen.