

PROPOSAL USAHA
KERIPIK SINGKONG RASA UNIK

“Sensasi Cemilan Klasik dengan Variasi Kekinian”



Owner	: Paska Deswita Manalu
Nama Perusahaan	: Singkong Crunch
Bidang Usah	: Kuliner
Jenis Produk	: Jajanan

PROPOSAL USAHA

KERIPIK SINGKONG RASA UNIK

A. DATA PRIBADI

Nama : Paska Deswita Manalu
Tempat dan Tgl lahir : Tarutung, 27 Maret 2005
Jenis kelamin : Perempuan
Alamat : Hutagalung, Siualuompu
Agama : Kristen
Pekerjaan : Mahasiswi
Nomor KTP :
No.HP : 081264096090
Email : paskamanalu2005@gmail.com

B. DATA USAHA

Nama Perusahaan : Singkong Crunch
Bidang Usaha : Kuliner
Jenis Produk : Jajanan
Lokasi Usaha :
Slogan Usaha : "Kriuknya Unik, Rasanya Asik!"

C. DASAR PEMIKIRAN

Keripik singkong adalah salah satu camilan tradisional yang telah lama dikenal oleh masyarakat Indonesia. Produk ini memiliki cita rasa gurih dan tekstur renyah yang digemari berbagai kalangan, dari anak-anak hingga orang dewasa. Namun, seiring berkembangnya tren kuliner, inovasi dalam varian rasa dan penyajian menjadi kunci untuk menarik perhatian pasar yang semakin kompetitif.

Saat ini, konsumen tidak hanya mencari camilan yang enak, tetapi juga unik dan berbeda dari yang lain. Keripik singkong dengan variasi rasa seperti pedas manis, keju, barbecue, dan balado mampu memberikan pengalaman baru dalam menikmati camilan tradisional. Kombinasi rasa tradisional dan modern ini menghadirkan peluang besar untuk menjangkau generasi muda yang gemar mencoba hal baru, sekaligus tetap relevan bagi masyarakat umum yang mencintai cita rasa klasik.

Selain itu, singkong sebagai bahan baku utama mudah didapatkan dengan harga terjangkau, terutama di daerah pedesaan atau sentra penghasil singkong. Hal ini memungkinkan produksi dengan biaya yang efisien namun tetap menjaga kualitas tinggi. Usaha ini juga mendukung pemberdayaan petani lokal dengan memanfaatkan hasil panen mereka sebagai bahan baku

utama.

Keripik Singkong Rasa Unik hadir dengan fokus pada:

1. Inovasi Produk: Menghadirkan keripik singkong dalam variasi rasa yang berbeda dari produk sejenis.
2. Kualitas dan Kemasan: Menggunakan bahan baku terbaik dan pengemasan menarik untuk meningkatkan daya tarik produk.
3. Strategi Pemasaran Modern: Memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pasar lebih luas, terutama generasi muda.

D. TUJUAN

1. Mengembangkan Produk Tradisional dengan Sentuhan Modern

Memberikan inovasi pada keripik singkong untuk menghadirkan varian rasa unik yang dapat menarik minat pasar, baik dari generasi muda maupun masyarakat umum.

2. Memenuhi Kebutuhan Konsumen akan Camilan yang Praktis dan Lezat

Menyediakan camilan berkualitas tinggi yang mudah dinikmati kapan saja, dengan rasa yang sesuai selera masyarakat.

3. Membangun Brand Lokal yang Kompetitif

Membentuk citra produk yang unik, menarik, dan berkualitas sehingga dapat bersaing di pasar lokal maupun nasional.

4. Mendukung Pemberdayaan Petani Lokal

Memanfaatkan hasil panen singkong dari petani lokal sebagai bahan baku utama, sehingga turut mendukung ekonomi masyarakat setempat.

5. Menghadirkan Alternatif Camilan yang Bernilai Gizi

Menawarkan keripik singkong dengan pengolahan yang higienis dan bahan baku berkualitas, sehingga tetap menjadi pilihan camilan yang bernilai gizi.

6. Menjadi Pemimpin Pasar dalam Inovasi Camilan Berbahan Singkong

Menciptakan tren baru dalam industri makanan ringan berbasis singkong dengan menawarkan rasa dan kemasan yang menarik perhatian konsumen.

7. Meningkatkan Pendapatan melalui Diversifikasi Produk

Memaksimalkan keuntungan dengan memperluas varian rasa dan inovasi produk di masa depan.

E. DETAIL PRODUK (BAHAN BAKU, PROSES, DAN KAPASITAS)

1. Bahan Baku

- Singkong Segar
- Minyak Goreng Berkualitas
- Minyak goreng dengan kadar lemak rendah untuk menjaga kesehatan produk.
- Bumbu Tabur Varian Rasa

- Rasa pedas manis.
- Rasa keju.
- Rasa balado.

2. Proses Produksi

- Pemilihan dan Pengolahan Singkong:
 - Singkong segar dikupas dan dicuci bersih.
 - Diiris tipis dengan ketebalan seragam untuk hasil yang renyah.
- Penggorengan:
 - Digoreng menggunakan teknik deep frying hingga mencapai kerenyahan sempurna.
 - Minyak yang digunakan disaring secara rutin untuk menjaga kualitas produk.

3. Pencampuran Bumbu:

- Setelah digoreng, keripik dicampur dengan bumbu tabur sesuai varian rasa.

4. Pengemasan:

- Keripik dikemas dalam kemasan transparan dengan desain menarik untuk menonjolkan kualitas dan daya tarik produk.
- Dikemas dalam ukuran 100 gram hingga 250 gram.

F. PASAR DAN STRATEGI PEMASARAN

1. Target Pasar:

- Target Pasar adalah Mahasiswa di PGDS FKIP Kampus B yang ada di Metro, anak-anak dan seluruh masyarakat disekitar Kampus B dan di pasar pargoy yang berada di Ganjar Agung Metro

2. Strategi Pemasaran:

- Pemasaran Online Menggunakan media sosial (Instagram, TikTok, dan Facebook) untuk promosi dan penjualan, dengan konten menarik seperti Pamflet, foto dan video produk serta testimoni pelanggan.
- Promosi Diskon dan Paket Hemat Menawarkan promo seperti diskon untuk pembelian pertama, paket hemat untuk pembelian dalam jumlah besar.
- Branding Kemasan yang Menarik Menggunakan kemasan yang modern dan eye-catching untuk menarik perhatian konsumen serta menonjolkan keunikan produk.
- Event dan Bazaar Kuliner Mengikuti bazaar kuliner lokal atau acara kampus untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada calon pelanggan.

G. ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA

Untuk menjalankan usaha Sosis Pangsit Pedas Manis saya sendiri.

H. BIAYA PRODUKSI DAN KEBUTUHAN MODAL

1. Biaya Produksi*

Berikut adalah estimasi biaya bahan baku untuk memproduksi 50 bungkus per hari:

NO	BAHAN	BIAYA (Rp)
1	Singkong 5 Kg	25.000
2	Minyak Goreng 1 Liter	15.000
3	Bumbu Tabur (4 rasa)	10.000
4	Kemasan Plastik	2.500

Total Biaya Produksi Harian:Rp 52.500

2. Kebutuhan Modal

Berikut adalah kebutuhan modal awal untuk memulai usaha:

No	KEPERLUAN	BIAYA (Rp)
1	Peralatan masak (wajan, kompor, dll)	250.000
2	Bahan Baku Awal	52.500
3	Kemasan Plastik (100 pcs)	25.000
4	Promosi awal (media sosial, brosur)	25.000
5	Lain-lain	25.000

Total kebutuhan modal awal : Rp. 377.500

I. PROYEKSI PENDAPATAN DAN BIAYA OPERASIONAL

1. Proyeksi Pendapatan

- Target penjualan harian : 50 bungkus x Rp 5.000 = Rp 250.000

- Target penjualan bulanan : Rp 250.000 x 25 hari = Rp 6.250.000

2. Proyeksi Biaya Operasional*

- Biaya bahan baku per bulan : Rp 52.500 x 25 hari = Rp 1.312.500

- Biaya lain-lain (transportasi, listrik, dll.) : Rp 200.000

Total Biaya Operasional Bulanan: Rp 1.512.500

3. Proyeksi Laba Bulanan

- Pendapatan Bulanan : Rp 6.250.000

- Biaya Operasional Bulanan : Rp 1.512.500

Laba Bersih Bulanan : Rp 4.737.500

I. KESIMPULAN

Usaha Keripik Singkong Rasa Unik memiliki potensi yang besar untuk menjadi pilihan camilan favorit masyarakat. Dengan harga jual Rp 5.000 per bungkus, produk ini mampu menjangkau berbagai kalangan, terutama mahasiswa dan masyarakat umum yang menginginkan camilan lezat dengan harga terjangkau.

Keunggulan produk ini terletak pada inovasi varian rasa yang beragam, seperti pedas manis, keju, barbecue, dan balado, yang memberikan pengalaman unik bagi konsumen. Proses produksi yang sederhana namun higienis, serta pemanfaatan bahan baku lokal, menjadikan usaha ini ramah lingkungan dan mendukung pemberdayaan petani singkong.

Berdasarkan proyeksi keuangan, usaha ini dapat menghasilkan pendapatan bulanan sebesar Rp 6.250.000 dengan laba bersih bulanan mencapai Rp 4.737.500. Dengan strategi pemasaran yang efektif, seperti penggunaan media sosial dan promosi menarik, produk ini dapat berkembang lebih pesat dan memperluas pangsa pasar.

Dengan modal awal yang relatif kecil, usaha Keripik Singkong Rasa Unik merupakan peluang bisnis yang menjanjikan, baik sebagai sumber pendapatan maupun sebagai langkah awal dalam dunia wirausaha. Usaha ini diharapkan dapat berkontribusi pada perekonomian lokal sekaligus menjadi solusi camilan modern berbasis tradisional.

Metro 04 November 2024

Mengetahui
Dosen Pengampu

Mahasiswa

Prof. Dr. Sowiyah, M.Pd.
NIP. 196007251984032001

Paska Deswita Manalu