

**Laporan Project Kelompok : Kewirausahaan dengan konsep E-Commerce**  
**“CheeSum”**

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



**Disusun Oleh Kelompok 5:**

1. Alvito Dika Tama (2313025006)
2. Alya Yuri Agusthin (2313025028)
3. Khoirunnisa'a'stiani (2213025012)
4. Jenita Alexandra Kabes (2213025062)

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNOLOGI INFORMASI  
PENDIDIKAN MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2025**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan projek yang berjudul *Laporan Project Kelompok Kewirausahaan* dengan konsep *E-Commerce* dengan jenis produk “CheeSum” dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini disusun sebagai bentuk pemenuhan tugas mata kuliah e-commerce sekaligus sebagai wujud penerapan konsep bisnis digital dalam dunia usaha yang berkembang pesat di era teknologi informasi.

Laporan project ini bertujuan untuk menjelaskan perencanaan, pengembangan, serta implementasi ide usaha *CheeSum* sebagai produk kewirausahaan berbasis e-commerce. Pembahasan dalam laporan ini mencakup latar belakang usaha, konsep bisnis, strategi pemasaran digital, hingga analisis peluang dan tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usaha secara daring. Melalui penyusunan laporan ini, diharapkan mahasiswa dapat memahami proses perancangan usaha serta mampu mengaplikasikan ilmu kewirausahaan secara kreatif dan inovatif.

Penulis menyadari bahwa laporan project ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan sebagai bahan evaluasi dan perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca, khususnya dalam memahami penerapan kewirausahaan dengan konsep e-commerce.

Bandar Lampung, 22 November 2025

Penulis

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Usaha**

Perkembangan teknologi digital membuka peluang besar bagi mahasiswa untuk merancang dan mengembangkan usaha berbasis *e-commerce*. Kemajuan teknologi informasi serta meningkatnya penggunaan internet dan *smartphone* telah mengubah pola konsumsi masyarakat, khususnya dalam memenuhi kebutuhan makanan. Saat ini, masyarakat cenderung memilih layanan pemesanan makanan secara *online* karena dinilai lebih praktis, cepat, dan efisien.

Berdasarkan kondisi tersebut, direncanakan sebuah usaha kuliner bernama CheeSum, yaitu usaha dimsum goreng dengan isian keju lumer yang dipasarkan melalui platform *e-commerce*. Produk ini dipilih karena dimsum merupakan salah satu camilan yang digemari oleh berbagai kalangan usia, mulai dari pelajar hingga masyarakat umum. Inovasi isian keju lumer diharapkan dapat memberikan nilai tambah pada produk, sehingga mampu menarik minat konsumen di tengah persaingan usaha kuliner yang semakin ketat.

Selain inovasi produk, pemilihan konsep bisnis berbasis *e-commerce* juga menjadi pertimbangan utama dalam perencanaan usaha CheeSum. Usaha ini direncanakan untuk memanfaatkan media digital seperti marketplace makanan (*ShopeeFood* dan *GrabFood*) serta media sosial sebagai sarana promosi dan pemesanan. Melalui pemanfaatan platform digital tersebut, CheeSum diharapkan dapat menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa memerlukan toko fisik.

Dengan konsep usaha yang terencana dan berbasis digital, CheeSum diharapkan dapat menjadi contoh penerapan kewirausahaan mahasiswa yang kreatif, inovatif, serta relevan dengan perkembangan zaman, sekaligus mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan camilan yang praktis dan kekinian.

#### **1.2 Tujuan Pembuatan Project**

Penyusunan project usaha *CheeSum* ini bertujuan untuk :

1. Merancang konsep usaha kuliner berbasis *e-commerce*.
2. Menganalisis peluang bisnis makanan ringan di era digital.
3. Mengembangkan ide kewirausahaan mahasiswa yang kreatif dan inovatif.

4. Menjadi sarana pembelajaran dalam perencanaan usaha, mulai dari konsep produk hingga strategi pemasaran.

### **1.3 Manfaat Usaha**

Adapun manfaat dari usaha *CheeSum* adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa, sebagai media pembelajaran kewirausahaan dan pengembangan keterampilan perencanaan bisnis.
2. Bagi konsumen, memberikan alternatif camilan praktis dimsum goreng keju yang mudah dipesan secara *online*.
3. Bagi lingkungan sekitar, berpotensi menciptakan peluang usaha, membuka lapangan pekerjaan, dan mendukung perkembangan ekonomi digital.

## **BAB II**

### **ANALISIS PELUANG USAHA**

#### **2.1 Tren Makanan Ringan Kekinian**

Makanan ringan kekinian direncanakan menjadi salah satu segmen pasar yang memiliki peluang cukup besar. Hal ini didukung oleh tingginya minat konsumen, khususnya generasi muda, terhadap camilan yang praktis, memiliki cita rasa unik, serta mudah dikonsumsi di berbagai kesempatan. Tren kuliner saat ini juga menunjukkan bahwa konsumen cenderung tertarik pada produk makanan yang menawarkan inovasi dan tampilan menarik.

Produk dimsum goreng dengan isian keju lumer dipilih karena dinilai sesuai dengan tren tersebut. Kombinasi antara dimsum sebagai camilan yang sudah dikenal luas dengan isian keju yang sedang digemari diharapkan mampu menarik perhatian konsumen. Dengan demikian, produk CheeSum direncanakan memiliki potensi untuk bersaing di pasar makanan ringan kekinian, terutama di kalangan remaja dan dewasa muda.

#### **2.2 Peluang E-Commerce di Bidang Kuliner**

Pemanfaatan *e-commerce* di bidang kuliner memberikan peluang besar dalam menjangkau konsumen secara lebih luas dan efisien. Perkembangan layanan pesan antar makanan serta penggunaan media sosial yang semakin masif menjadi faktor pendukung utama dalam perencanaan usaha CheeSum. Konsumen saat ini cenderung memilih pemesanan makanan secara *online* karena lebih praktis dan menghemat waktu.

Melalui platform pesan antar makanan dan media sosial, usaha CheeSum direncanakan dapat melakukan pemasaran dan penjualan tanpa harus memiliki toko fisik. Konsep ini diharapkan mampu menekan biaya operasional serta memudahkan proses promosi produk. Selain itu, pemanfaatan *e-commerce* memungkinkan usaha CheeSum untuk membangun interaksi dengan konsumen secara lebih efektif.

### **2.3 Analisis Kebutuhan Konsumen**

Dalam perencanaan usaha CheeSum, konsumen diperkirakan memiliki beberapa kebutuhan utama terhadap produk makanan, antara lain:

1. Mudah dipesan secara *online* melalui platform digital.
2. Memiliki rasa yang sesuai dengan selera anak muda.
3. Ditawarkan dengan harga yang terjangkau.
4. Dikemas secara higienis dan menarik.

Berdasarkan kebutuhan tersebut, CheeSum direncanakan menggunakan sistem *pre-order* untuk menjaga kualitas produk. Selain itu, penggunaan kemasan *food grade* serta penyediaan beberapa pilihan saus diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan kenyamanan konsumen.

### **2.4 Keunggulan Produk yang Direncanakan**

Produk CheeSum direncanakan memiliki beberapa keunggulan dibandingkan produk sejenis, antara lain:

1. Inovasi dimsum goreng dengan isian keju lumer sebagai nilai tambah produk.
2. Tersedianya variasi saus sebagai pelengkap yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen.
3. Sistem penjualan berbasis *e-commerce* yang memudahkan proses pemesanan dan pembayaran digital.
4. Penentuan target pasar yang jelas, yaitu pelajar dan mahasiswa usia 15–35 tahun.
5. Konsep branding yang sederhana namun menarik melalui penggunaan kemasan dan stiker produk.

Dengan keunggulan-keunggulan tersebut, usaha CheeSum diharapkan mampu memiliki daya saing serta peluang berkembang di pasar makanan ringan berbasis *e-commerce*.

## BAB III

### KONSEP PERENCANAAN USAHA DAN RENCANA PROSES PRODUKSI

#### 3.1 Konsep dan Perencanaan Usaha

##### 3.1.1 Nama Usaha

Usaha yang direncanakan diberi nama CheeSum, yang merupakan singkatan dari *Cheese Dimsum*. Nama ini dipilih karena mencerminkan produk utama yang ditawarkan, yaitu dimsum goreng dengan isian keju lumer. Nama CheeSum diharapkan mudah diingat dan memiliki daya tarik bagi konsumen.

##### 3.1.2 Logo Usaha

Logo CheeSum dirancang sebagai identitas visual usaha yang merepresentasikan produk dimsum goreng dengan isian keju lumer. Bentuk lingkaran melambangkan kesan sederhana, utuh, dan mudah dikenali, sedangkan ilustrasi dimsum dengan keju meleleh menegaskan keunggulan produk serta konsep camilan kekinian. Penggunaan warna kuning dan merah mencerminkan kehangatan, cita rasa gurih, dan daya tarik visual, sementara tulisan “CheeSum Dimsum” dan “Goreng Keju” memperkuat branding serta memudahkan konsumen mengenali produk CheeSum.



Gambar 3.1 Logo Usaha CheeSum

### **3.1.3 Deskripsi Produk**

Produk yang direncanakan dalam usaha CheeSum adalah dimsum goreng keju, yaitu camilan dengan tekstur renyah di luar dan keju lumer di dalam. Produk akan ditawarkan dalam beberapa pilihan porsi, seperti isi 5 dan 10 pcs, serta dilengkapi dengan variasi saus, antara lain saus sambal dan saus bolognese. Produk direncanakan dikemas menggunakan kemasan *food grade* dan diberi stiker branding.

### **3.1.4 Target Pasar**

Target pasar usaha CheeSum direncanakan meliputi pelajar, mahasiswa, serta masyarakat umum dengan rentang usia 15–35 tahun. Target ini dipilih karena kelompok usia tersebut memiliki ketertarikan tinggi terhadap camilan kekinian dan aktif menggunakan layanan pemesanan makanan secara *online*.

### **3.1.5 Model Bisnis E-Commerce**

Model bisnis yang direncanakan adalah *Business to Consumer (B2C)*, di mana produk dijual langsung kepada konsumen melalui platform digital. Sistem pemesanan dilakukan secara *online* melalui media sosial, aplikasi pesan instan, dan marketplace makanan, dengan metode pembayaran digital seperti *e-wallet* dan transfer bank.

### **3.1.6 Strategi Penjualan Online**

Strategi penjualan CheeSum direncanakan dilakukan sepenuhnya secara *online* tanpa toko fisik. Sistem *pre-order* direncanakan untuk diterapkan guna menyesuaikan jumlah produksi dengan permintaan konsumen serta menjaga kualitas produk.

## **3.2 Rencana Proses Produksi**

### **3.2.1 Bahan Baku Dimsum Goreng Keju**

Bahan baku yang direncanakan digunakan antara lain kulit dimsum, keju parut atau keju leleh, bahan isian tambahan sesuai resep, minyak goreng, serta bahan pelengkap saus. Pemilihan bahan baku direncanakan mengutamakan kualitas dan keamanan pangan.

### **3.2.2 Alat yang Digunakan**

Alat produksi yang direncanakan digunakan meliputi kompor, wajan atau *deep fryer*, spatula, penjepit makanan, saringan minyak, wadah penyimpanan bahan, serta alat pengemasan makanan.

### **3.2.3 Tahapan Pembuatan Produk**

Tahapan pembuatan produk direncanakan sebagai berikut:

1. Menyiapkan seluruh bahan baku.
2. Mengisi kulit dimsum dengan keju dan bahan isian.
3. Membentuk dimsum sesuai ukuran.
4. Menggoreng dimsum hingga matang dan berwarna keemasan.
5. Meniriskan minyak dan mendinginkan produk.
6. Mengemas produk dalam kemasan *food grade* beserta saus.

### **3.2.4 Standar Kebersihan dan Kualitas**

Dalam rencana produksi, standar kebersihan dan kualitas yang direncanakan antara lain menjaga kebersihan alat dan area produksi, menggunakan bahan yang layak konsumsi, serta melakukan pengecekan kualitas produk sebelum dikirim ke konsumen.

## **BAB IV**

### **STRATEGI PEMASARAN DAN ANALISIS USAHA**

#### **4.1 Strategi Pemasaran Digital**

Strategi pemasaran digital direncanakan sebagai upaya untuk memperkenalkan produk CheeSum kepada konsumen secara lebih luas melalui pemanfaatan media *e-commerce* dan media sosial. Pemasaran digital dipilih karena dinilai efektif, efisien, serta sesuai dengan target pasar yang didominasi oleh pelajar dan mahasiswa.

##### **4.1.1 Media Penjualan**

Media digital yang direncanakan untuk penjualan produk CheeSum meliputi:

1. Instagram, digunakan sebagai media promosi utama untuk menampilkan produk, informasi harga, serta membangun interaksi dengan pelanggan melalui fitur *feed*, *story*, dan *reels*.
2. WhatsApp, dimanfaatkan sebagai sarana pemesanan langsung, komunikasi dengan pelanggan, serta layanan pelanggan (*customer service*).
3. Marketplace (Shopee/Tokopedia), digunakan sebagai alternatif media penjualan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas serta meningkatkan kepercayaan pembeli.

##### **4.1.2 Strategi Promosi**

Strategi promosi yang direncanakan dalam usaha CheeSum antara lain:

1. Pemberian diskon dan promo khusus, seperti program beli 2 gratis 1 atau potongan harga pada hari tertentu.
2. Pembuatan konten promosi berupa *reels* dan *story* Instagram untuk meningkatkan jangkauan dan daya tarik visual produk.
3. Pengunggahan testimoni pelanggan secara rutin sebagai upaya membangun kepercayaan calon konsumen.

#### **4.1.3 Sistem Pemesanan dan Pembayaran**

Sistem pemesanan produk CheeSum direncanakan dilakukan melalui WhatsApp dan marketplace. Pembayaran dapat dilakukan melalui transfer bank, *e-wallet* (DANA, OVO, GoPay), serta sistem pembayaran yang tersedia di marketplace. Pembayaran dilakukan sebelum produk dikirim, baik dengan sistem *pre-order* maupun *ready stock*.

#### **4.1.4 Pengiriman Produk**

Pengiriman produk direncanakan menggunakan jasa ekspedisi *online* seperti JNE, J&T, dan Shopee Express, serta layanan ojek *online* untuk pengiriman lokal. Produk akan dikemas dengan rapi dan aman guna menjaga kualitas makanan hingga diterima oleh pelanggan.

### **4.2 Analisis Biaya dan Harga Jual**

Analisis biaya dan harga jual dilakukan sebagai bagian dari perencanaan usaha untuk mengetahui kebutuhan modal serta perkiraan keuntungan yang dapat diperoleh.

#### **4.2.1 Modal Awal**

Modal awal direncanakan digunakan untuk pembelian bahan baku, perlengkapan produksi, kemasan, serta biaya promosi awal.

Total modal awal yang dibutuhkan diperkirakan sebesar Rp1.500.000.

#### **4.2.2 Biaya Produksi per Batch**

Perkiraan biaya produksi untuk 1 batch (50 porsi) adalah sebagai berikut:

1. Bahan baku utama: Rp500.000
2. Kemasan: Rp150.000
3. Biaya operasional (listrik, gas, dan lain-lain): Rp100.000

Total biaya produksi per batch diperkirakan sebesar Rp750.000.

#### **4.2.3 Harga Jual per Porsi**

Harga jual produk CheeSum direncanakan sebesar Rp20.000 per porsi. Dengan jumlah produksi 50 porsi, total pendapatan per batch diperkirakan mencapai Rp1.000.000.

#### 4.2.4 Perkiraan Keuntungan

Berdasarkan perhitungan tersebut, perkiraan keuntungan per batch adalah sebagai berikut:

- Pendapatan per batch: Rp1.000.000
- Biaya produksi per batch: Rp750.000

Sehingga, keuntungan yang diperkirakan diperoleh adalah sebesar Rp250.000 per batch.

### 4.3 Analisis SWOT Usaha

Analisis SWOT merupakan metode analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi faktor internal dan eksternal dalam suatu usaha. Faktor internal meliputi kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses), sedangkan faktor eksternal meliputi peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui kondisi usaha secara menyeluruh sebagai dasar dalam penyusunan strategi pengembangan usaha.

Dalam perencanaan usaha CheeSum, analisis SWOT digunakan untuk menilai kesiapan usaha dalam menghadapi persaingan bisnis kuliner berbasis e-commerce yang semakin berkembang. Dengan melakukan analisis ini, diharapkan usaha CheeSum mampu memaksimalkan kekuatan yang dimiliki, meminimalkan kelemahan, memanfaatkan peluang pasar, serta mengantisipasi berbagai ancaman yang dapat memengaruhi keberlangsungan usaha.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, usaha CheeSum diharapkan dapat menentukan strategi yang tepat agar mampu bersaing, berkembang secara berkelanjutan, serta memberikan nilai tambah bagi konsumen di tengah dinamika tren makanan ringan kekinian.

**Tabel 4.1 Analisis SWOT Usaha CheeSum**

Faktor	Uraian
Strengths (Kekuatan)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Produk memiliki inovasi dimsum goreng dengan isian keju lumer yang sesuai dengan tren makanan kekinian.</li><li>2. Target pasar jelas, yaitu pelajar dan mahasiswa yang aktif menggunakan platform digital.</li><li>3. Sistem penjualan berbasis e-commerce sehingga dapat menjangkau konsumen lebih luas tanpa memerlukan toko fisik.</li><li>4. Proses produksi relatif sederhana dan mudah dikembangkan.</li></ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Harga produk terjangkau dan sesuai dengan daya beli target pasar.</li> </ol>
Weaknesses (Kelemahan)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Skala usaha masih kecil sehingga kapasitas produksi terbatas.</li> <li>2. Brand masih baru dan belum dikenal luas oleh konsumen.</li> <li>3. Ketergantungan pada layanan pengantaran online dan platform digital.</li> <li>4. Produk memiliki daya simpan yang terbatas.</li> <li>5. Sumber daya manusia terbatas karena usaha dikelola oleh mahasiswa.</li> </ol>
Opportunities (Peluang)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tren makanan ringan kekinian yang terus berkembang di kalangan anak muda.</li> <li>2. Meningkatnya penggunaan layanan pesan antar makanan berbasis aplikasi.</li> <li>3. Media sosial sebagai sarana promosi yang efektif dengan biaya relatif rendah.</li> <li>4. Peluang pengembangan produk, seperti penambahan varian rasa dan paket penjualan.</li> <li>5. Dukungan perkembangan ekonomi digital terhadap pertumbuhan UMKM.</li> </ol>
Threats (Ancaman)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingginya tingkat persaingan usaha kuliner sejenis.</li> <li>2. Perubahan selera konsumen yang cepat mengikuti tren.</li> <li>3. Kenaikan harga bahan baku yang dapat meningkatkan biaya produksi.</li> <li>4. Persaingan harga dengan produk sejenis di platform e-commerce.</li> <li>5. Risiko keterlambatan pengiriman yang dapat menurunkan kepuasan konsumen.</li> </ol>

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Berdasarkan keseluruhan pembahasan dalam perencanaan usaha ini, dapat disimpulkan bahwa CheeSum merupakan usaha kuliner berbasis e-commerce yang dirancang dengan memanfaatkan perkembangan teknologi digital serta perubahan perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan makanan. Produk dimsum goreng dengan isian keju lumer dipilih karena sesuai dengan tren makanan ringan kekinian dan memiliki daya tarik bagi target pasar, yaitu pelajar dan mahasiswa usia 15–35 tahun. Konsep usaha, model bisnis B2C, proses produksi, serta sistem penjualan online direncanakan secara terstruktur sehingga usaha ini dinilai layak untuk dikembangkan.

Selain itu, hasil analisis peluang usaha dan analisis SWOT menunjukkan bahwa CheeSum memiliki potensi yang cukup baik untuk bersaing di pasar kuliner berbasis e-commerce. Kekuatan utama usaha terletak pada inovasi produk, harga yang terjangkau, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran dan penjualan. Meskipun terdapat beberapa kelemahan dan ancaman, seperti keterbatasan skala produksi dan tingginya persaingan usaha sejenis, hal tersebut dapat diminimalkan melalui strategi pengelolaan usaha yang tepat. Dengan perencanaan dan pengembangan yang berkelanjutan, usaha CheeSum diharapkan dapat berkembang secara optimal serta menjadi sarana pembelajaran kewirausahaan bagi mahasiswa.