

**LAPORAN
KEWIRAUSAHAAN
(TIFNJK140702)
SEMESTER IV**



Dokumen Business dan Action Plan

Kelompok 9

Nama Anggota:

Aulia Silmi M	(E41231471)
Ilman Nafian	(E41231969)
Lavivah Amelia	(E41230642)
M. Aulia Azkia Rahman	(E41231785)
Rafli Ulya Armadhan	(E41231493)

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA KAMPUS 3 NGANJUK
JURUSAN TEKNOLOGI INFORMASI
POLITEKNIK NEGERI JEMBER
TAHUN 2025**

Dokumen Business Plan

1. Ringkasan Eksekutif

Dokumen ini berisi perencanaan usaha kuliner Ayam Geprek. Usaha Ayam Geprek merupakan bisnis kuliner yang mengutamakan kualitas rasa dan variasi produk. Berdasarkan survei konsumen, ayam geprek menjadi salah satu makanan favorit karena rasanya yang khas dan harga yang terjangkau. Kami berkomitmen untuk menghadirkan ayam geprek berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif serta strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau pelanggan lebih luas.

Sebelum membangun usaha, diperlukan model bisnis yang tepat. Oleh karena itu, Business Plan digunakan sebagai kerangka utama dalam pengembangan usaha yang berfokus pada inovasi, kreativitas, kualitas, dan aksesibilitas. Ayam geprek yang kami tawarkan dibuat dengan resep yang spesial, topping yang lengkap dan tingkat kepedasan yang dapat disesuaikan untuk memberikan pengalaman berbeda bagi pelanggan.

2. Deskripsi Bisnis

- a. Nama Usaha : Geprek Bae
- b. Bentuk Usaha : Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)
- c. Jenis Produk : Ayam geprek dengan berbagai pilihan rasa.
- d. Visi dan Misi
 - Visi :
Menjadi brand ayam geprek favorit dengan inovasi menu menarik dan konsistensi rasa untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.
 - Misi :
 - Menyediakan ayam geprek berkualitas tinggi dengan harga terjangkau.
 - Menjaga standar rasa dan pelayanan yang baik.
 - Meningkatkan jangkauan pemasaran melalui media sosial dan platform digital.
 - Mengembangkan variasi menu berdasarkan tren dan preferensi pelanggan.

3. Analisis Pasar

- Target Pasar
Pelajar atau Mahasiswa, Pekerja Kantoran dan Wiraswasta, serta masyarakat umum lainnya.
- Analisis Produk Kompetitor
 - Kelebihan
 - Menawarkan paket bundling dengan minuman atau lauk tambahan.
 - Menggunakan promosi ugal-ugalan di media sosial dan aplikasi pengantaran makanan.
 - Memiliki brand awareness yang cukup kuat.

➤ Kekurangan

→ Kurang konsisten dalam kualitas rasa dan penyajian.

→ Harga lebih tinggi dibandingkan pasar menengah.

- Strategi Pemasaran

- Branding : Menggunakan media sosial untuk meningkatkan brand awareness.
- Promosi : Menggunakan platform digital seperti Instagram, Tiktok, dan WhatsApp.
- Kerjasama : Bermitra dengan aplikasi layanan pesan antar seperti GrabFood, GoFood, dan Shopee Food.
- Customer Service : Memberikan pelayanan yang ramah dan responsif terhadap feedback pelanggan.

4. Produk dan Layanan

- Menu Utama

1. Ayam Geprek Tanpa Tulang Sambal Original
2. Ayam Geprek Tanpa Tulang Sambal Matah
3. Ayam Geprek Tanpa Tulang Sambal Ijo
4. Ayam Geprek Crispy Tanpa Tulang

- Menu Tambahan

1. Nasi
2. Lalapan
3. Sambal

- Layanan

1. Delivery Order
2. Pemesanan Online melalui Aplikasi

5. Strategi Operasional

- Menggunakan bahan baku ayam segar dengan harga terjangkau.
- Memastikan proses produksi cepat dan higienis.
- Standarisasi resep untuk menjaga kualitas rasa.
- Pelayanan yang cepat dan ramah kepada pelanggan.

6. Analisis Keuangan

- Estimasi modal awal untuk 1 bulan penjualan dengan target 60 porsi
→ Peralatan Masak

No	Kebutuhan	Jumlah	Satuan	Harga	Total
1	Kompor	1	buah	Rp. 150.000	Rp. 150.000
2	Gas	1	buah	Rp. 20.000	Rp. 20.000
3	Pisau	2	buah	Rp. 10.000	Rp. 20.000

4	Sendok	2	buah	Rp. 2.500	Rp. 5.000
5	Talenan	1	buah	Rp. 10.000	Rp. 10.000
5	Wajan	2	buah	Rp. 10.000	Rp. 20.000
6	Blender	1	buah	Rp. 150.000	Rp.150.000
7	Spatula	2	buah	Rp. 5.000	Rp. 10.000
Total					Rp. 385.000

→ Bahan baku awal

No	Nama Bahan	Jumlah	Berat satuan	Harga/kg	Total
1	Daging ayam (dada atas fillet)	3,6	kg	Rp. 50.000	Rp. 180.000
2	Tepung serba guna	3	kg	Rp. 28.000	Rp. 84.000
3	Bawang merah	500	gram	Rp. 27.000	Rp. 13.500
4	Bawang putih	500	gram	Rp. 33.000	Rp. 16.500
5	Cabe rawit	1	kg	Rp. 79.000	Rp. 79.000
6	Cabe ijo	500	gram	Rp. 60.000	Rp.30.000
7	Beras	6	kg	Rp. 13.000	Rp. 78.000
8	Timun	1	kg	Rp. 8.000	Rp. 8.000
9	Kubis	2	kg	Rp.8000	Rp. 8.000
10	Kemangi	4	ikat kecil	Rp. 2.500	Rp. 10.000
11	Kardus packing	60	1 pcs	Rp. 700	Rp. 42. 000
Total					Rp. 549.000

- Estimasi Pendapatan 1 bulan penjualan

→ Harga per porsi : Rp. 15.500

Total Pengeluaran : Total Pengeluaran Alat + Total Pengeluaran Bahan
: Rp. 385.000 + Rp. 549.000
: Rp. 934.000

Harga per porsi : Total Pengeluaran : Jumlah Porsi

: Rp. 934.000 : 60

: Rp. 15.500

→ Target penjualan per hari : 2

7. Strategi Pengembangan

- Memperluas pemasaran dengan mengoptimalkan platform digital.
- Meningkatkan inovasi menu untuk menjaga kepercayaan pelanggan.

Business Action Plan

No	Goals	What Will I Do?	Start Date	Outcome	Date Completed
1	Menganalisa Produk Kompetitor	Mengetahui kelebihan dan kekurangan kompetitor	Maret	Strategi Produk yang lebih unggul	Maret
2	Riset dan Uji coba menu baru	Menciptakan menu inovatif	Maret	Menu baru yang menarik dan disukai pelanggan	April
3	Menjaga konsistensi rasa	Standarisasi resep dan bahan baku	April	Kualitas rasa yang tetap terjangkau	April
4	Promosi di media sosial	Membuat konten promosi yang menarik	April	Meningkatkan awareness dan pelanggan	Mei
5	Produk laris terjual	Memulai penjualan	Mei	Produk laris terjual	Mei