

# **PROPOSAL**

## **PROGRAM ACHMAD YANI MUDAPRENEUR**

### **BONQUATRO : INOVASI ABON UNIK DARI NANGKA MUDA**



## **BONQUATRO**

### **Kategori Makanan dan Minuman**

Diusulkan Oleh:

1. Hana Listiawati (232304020)
2. Kharisma Shabila Zahra (232304024)
3. Tasya Dewi Febiasari (232304049)
4. Akbar Mubarok (232304054)

**UNIVERSITAS JENDRAL ACHMAD YANI**

**YOGYAKARTA**

**2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PROGRAM ACHMAD YANI MUDAPRENEUR 2025**

**Judul Usaha** : BONQUATRO Inovasi Abon Unik dari Nangka Muda  
**Merek Usaha** : BONQUATRO  
**Tahapan Usaha** : Tahapan Awal  
**Kategori Usaha** : Makanan dan Minuman  
**Ketua Pengusul**  
a. Nama Lengkap : Akbar Mubarok  
b. NPM : 232304054  
c. Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Sosial  
d. Nomor HP : 089618568211  
e. Alamat email : [akbarwatersoon@gmail.com](mailto:akbarwatersoon@gmail.com)  
**Anggota Pengusul 1**  
a. Nama Lengkap : Tasya Dewi Febiasari  
b. NPM : 232304049  
c. Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Sosial  
**Anggota Pengusul 2**  
a. Nama Lengkap : Kharisma Shabila Zahra  
b. NPM : 232304024  
c. Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Sosial  
**Anggota Pengusul 3**  
a. Nama Lengkap : Hana Listiawati  
b. NPM : 232304020  
c. Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Sosial  
Dana yang diusulkan : Rp 6.532.344,00

Yogyakarta, 29 April 2025

Menyetujui  
Dosen Pembimbing



Krisna Mutiara Wati, S.E., M.Sc  
NPP : 2018.13.0131

Ketua Pengusul



Akbar Mubarok  
NPM : 23230454

# DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>I. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>II. Deskripsi Usaha.....</b>	<b>2</b>
<b>A. Tujuan Mulia (Noble Purpose) .....</b>	<b>2</b>
<b>B. Konsumen Potensial.....</b>	<b>2</b>
1) Segmentasi Konsumen .....	2
2) Target Pembeli Potensial .....	3
3) Posisi Produk di Pasar .....	3
4) Potensi Pasar.....	4
<b>C. Produk.....</b>	<b>5</b>
1. Inovasi .....	5
2. Keunikan Produk .....	6
3. Penggunaan Bahan Lokal .....	6
4. Kemampuan Produk Dalam Menyelesaikan Masalah dan Kebutuhan Konsumen .....	7
<b>D. Sumber Daya .....</b>	<b>7</b>
1. Keahlian Masing-Masing Anggota.....	7
<b>E. Pemasaran .....</b>	<b>10</b>
1. Saluran Distribusi .....	10
2. Promosi.....	11
3. Hubungan dengan Pelanggan .....	12
<b>F. Keuangan.....</b>	<b>13</b>
<b>III. Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran.....</b>	<b>15</b>
<b>IV. Penutup .....</b>	<b>20</b>
<b>V. Lampiran .....</b>	<b>21</b>

## **I. Latar Belakang**

Indonesia dikenal sebagai negara agraris dengan kekayaan hasil pertanian dan perkebunan yang melimpah. Salah satu komoditas yang mudah ditemukan di berbagai daerah, termasuk Daerah Istimewa Yogyakarta, adalah nangka (*Artocarpus heterophyllus*). Selain dikonsumsi dalam kondisi matang, nangka juga dimanfaatkan dalam kondisi muda (dikenal sebagai *gori* di masyarakat lokal), yang memiliki tekstur berserat dan cita rasa netral.

Di Yogyakarta, nangka muda umum digunakan dalam berbagai kuliner tradisional seperti gudeg, lodeh, dan sayur santan. Namun, pemanfaatannya sebagai bahan dasar produk pangan modern yang tahan lama masih sangat terbatas. Padahal, secara tekstur, nangka muda memiliki kemiripan dengan serat daging, sehingga berpotensi menjadi alternatif pangan nabati (*plant-based*) yang menarik.

Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pola makan sehat dan etis, semakin banyak konsumen yang menghindari produk hewani, termasuk abon daging. Sebagian dari mereka adalah vegan dan vegetarian, sementara yang lain menghindari daging karena alasan kesehatan, lingkungan, atau preferensi pribadi. Di sisi lain, pilihan abon non-hewani di pasaran masih sangat terbatas.

Melihat kebutuhan ini, kami sebagai mahasiswa di Yogyakarta mengembangkan BONQUATRO (Abon Unik dari Nangka Muda), sebuah inovasi abon nabati yang ramah bagi vegan dan vegetarian, serta cocok bagi siapa saja yang tidak menyukai abon berbahan dasar daging. Produk ini tidak hanya menjawab kebutuhan pasar akan makanan sehat dan berbasis nabati, tetapi juga membantu mengurangi limbah pertanian dengan memanfaatkan potensi lokal secara berkelanjutan.

Melalui inovasi ini, kami berharap BONQUATRO dapat menjadi solusi alternatif yang lezat, sehat, dan etis, sekaligus berkontribusi pada pemberdayaan petani lokal dan pengembangan produk UMKM berbasis agroindustri di Yogyakarta.

## II. Deskripsi Usaha

### A. Tujuan Mulia (Noble Purpose)

Usaha ini bertujuan untuk menciptakan produk makanan sehat, inovatif, dan ramah lingkungan dari bahan lokal seperti Nangka. Selain itu, usaha ini mendorong pengaruh limbah buah, pemberdayaan petani lokal, dan penyediaan alternatif makanan nabati bagi masyarakat yang peduli Kesehatan dan lingkungan.

### B. Konsumen Potensial

#### 1) Segmentasi Konsumen

Jenis Segmentasi	Kriteria	Penjelasan
<b>Geografis</b>	Yogyakarta dan sekitarnya	Menyasar wilayah dengan populasi pelajar/mahasiswa yang tinggi dan tren gaya hidup sehat yang berkembang, termasuk komunitas vegan/vegetarian.
<b>Demografis</b>	Usia 17 – 45 tahun	Target pada remaja, mahasiswa, dan dewasa muda yang aktif, produktif, dan terbuka pada makanan inovatif berbahan dasar nabati.
<b>Psikografis</b>	Gaya hidup sehat & sadar lingkungan	Individu yang menjalani diet sehat, plant-based, atau fleksitarian. Peduli terhadap keberlanjutan dan memilih makanan dari bahan lokal alami.
<b>Perilaku</b>	Praktis, sehat, dan alternatif daging	Konsumen yang mencari pengganti daging, suka makanan instan sehat, cepat saji, namun tetap enak dan bergizi.

2) Target Pembeli Potensial

Target Konsumen	Alasan Pemilihan
<b>Mahasiswa dan Pekerja Muda</b>	Tinggal jauh dari rumah, rutinitas padat, butuh lauk praktis, cepat saji, dan hemat. cocok sebagai stok makanan.
<b>Komunitas Vegan/Vegetarian</b>	Mencari alternatif lauk non-hewani yang tetap gurih dan sehat, abon gori bisa jadi pilihan plant-based lokal yang unik.
<b>Ibu Rumah Tangga Modern</b>	Ingin makanan siap saji yang aman untuk keluarga, tanpa bahan tambahan berbahaya, dan bisa disimpan dalam waktu lama.
<b>Konsumen Digital</b>	Terbiasa berbelanja lewat e-commerce atau media sosial; responsif terhadap konten kreatif dan testimoni di IG/TikTok.
<b>Pemerhati Gizi dan Lingkungan</b>	Peduli kandungan makanan dan dampaknya terhadap lingkungan, lebih terbuka pada produk lokal nabati berkelanjutan.

3) Posisi Produk di Pasar

Element	Strategi
<b>Product (Produk)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abon dari nangka muda, tekstur mirip daging, tinggi serat dan bebas kolesterol.</li> <li>- Varian: Original, Pedas, Kids (non-pedas, tekstur halus).</li> <li>- Kemasan ramah lingkungan dan praktis (100g, 250g).</li> <li>- Tanpa MSG, tanpa pengawet buatan. Cocok untuk vegan, vegetarian, dan anak-anak.</li> </ul>
<b>Price (Harga)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategi harga terjangkau untuk segmen mahasiswa dan keluarga (Rp15.000–Rp25.000 per bungkus tergantung ukuran).</li> <li>- Value-based pricing: harga mencerminkan manfaat sehat dan kepraktisan.</li> </ul>
<b>Place (Distribusi)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Online: Shopee, Tokopedia, Instagram Shop, WhatsApp Business.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Offline: Titip jual di toko kelontong modern, toko bahan makanan sehat, komunitas kampus dan acara UKM lokal di Jogja.</li> <li>- Sistem pre-order untuk komunitas &amp; arisan keluarga.</li> </ul>
<b>Promotion (Promosi)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten edukatif di Instagram &amp; TikTok: manfaat nangka muda, tips makanan sehat.</li> <li>- Testimoni pelanggan, kolaborasi dengan food vlogger vegan.</li> <li>- Flash sale dan bundling via e-commerce.</li> <li>- Diskon untuk repeat buyer &amp; referensi teman.</li> </ul>

BONQUATRO diposisikan sebagai abon nabati berbasis lokal yang menghadirkan rasa khas Indonesia namun lebih sehat dan aman dikonsumsi harian. Jika biasanya abon dikaitkan dengan daging, produk ini mengisi celah kebutuhan masyarakat akan lauk praktis yang bebas kolesterol dan cocok untuk semua usia. Dengan kemasan modern dan harga kompetitif, BONQUATRO mampu bersaing di segmen pasar produk makanan nabati lokal yang masih tergolong minim pesaing langsung.

#### 4) Potensi Pasar

Dengan meningkatnya kesadaran akan pola makan sehat, lebih dari 65% generasi muda Indonesia mulai mengurangi konsumsi daging merah (2023). Nangka sebagai bahan lokal masih jarang dimanfaatkan untuk produk kemasan, memberikan peluang besar bagi BONQUATRO. Di sisi lain, sektor e-commerce Indonesia diperkirakan mencapai transaksi US\$50,2 miliar pada 2024, dengan produk makanan menjadi kategori terlaris, membuka peluang besar untuk BONQUATRO berkembang di pasar lokal dan nasional.

### C. Produk



#### 1. Inovasi

BonQuatro dihasilkan dari inovasi pemanfaatan nangka muda (gori) dengan mengolahnya menjadi produk abon nabati sehat yang lezat dan terjangkau. Nangka muda tersebut kami proses menjadi abon dengan cita rasa gurih khas, sehingga dapat dinikmati oleh semua kalangan, termasuk vegetarian. Produk ini menjadi solusi camilan sehat maupun pelengkap makan yang praktis.



Selain itu, dari segi kemasan, Bonquatro dikemas dalam plastik pouch berwarna merah yang modern dan menarik. Desain kemasan yang kekinian ini tidak hanya melindungi kualitas produk, tetapi juga menambah ketertarikan konsumen potensial untuk membeli produk. Kombinasi antara inovasi olahan pangan lokal dan tampilan produk yang *stylish* menjadikan Bonquatro sebagai pilihan baru yang segar di dunia kuliner sehat dan kekinian.

## 2. Keunikan Produk

Keunikan produk kami terletak pada pemanfaatan nangka muda (gori) sebagai bahan baku utama yang diolah menjadi abon gurih nabati. Nangka muda dipilih karena memiliki tekstur berserat yang menyerupai daging dan mampu menyerap bumbu dengan baik, sehingga menghasilkan cita rasa yang gurih dan lezat. Selain itu, gori memiliki karakteristik khas yang tidak dimiliki oleh bahan pangan lainnya, yaitu seratnya yang lembut namun tetap *chewy*, serta rasa netral yang cocok dikreasikan menjadi berbagai varian rasa. Bonquatro hadir sebagai inovasi kuliner sehat yang mengangkat potensi lokal menjadi produk modern dan bernilai jual tinggi.

## 3. Penggunaan Bahan Lokal

Bahan baku utama Bonquatro berupa nangka muda (gori) kami peroleh dari petani lokal yang berada di wilayah Kecamatan Imogiri, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Daerah ini dikenal sebagai salah satu sentra pertanian yang menghasilkan nangka berkualitas dengan tekstur dan kesegaran yang sangat cocok untuk diolah menjadi abon. Pemanfaatan bahan lokal ini tidak hanya menjamin kesegaran dan mutu produk, tetapi juga menjadi bentuk dukungan terhadap petani lokal serta penguatan ekonomi masyarakat sekitar melalui inovasi produk pangan berbasis potensi daerah.

#### 4. Kemampuan Produk Dalam Menyelesaikan Masalah dan Kebutuhan Konsumen



Produk Bonquatro hadir sebagai solusi atas dua permasalahan utama: melimpahnya hasil panen nangka muda (gori) di wilayah Yogyakarta yang belum dimanfaatkan secara maksimal, serta meningkatnya kebutuhan konsumen akan produk makanan yang sehat, enak, praktis, dan terjangkau. Dengan mengolah gori menjadi abon nabati yang kaya serat dan rendah lemak, Bonquatro menjawab kebutuhan gaya hidup sehat masyarakat modern.

Selain itu, Bonquatro juga menjadi alternatif ideal bagi konsumen yang tidak menyukai daging, menjalani pola makan vegetarian, atau sedang mengurangi konsumsi produk hewani. Tekstur gori yang menyerupai serat daging menjadikan produk ini tetap nikmat dan memuaskan meski tanpa bahan hewani. Kami juga berkomitmen menjaga kualitas produk dengan memperhatikan kandungan gizi dan standar proses produksi yang higienis, sehingga Bonquatro tidak hanya lezat, tetapi juga baik untuk kesehatan tubuh.

#### D. Sumber Daya

##### 1. Keahlian Masing-Masing Anggota

Dalam tim usaha abon nangka ini, setiap anggota memiliki peran dan kompetensi yang saling melengkapi. Salah satu anggota memiliki latar belakang di bidang kuliner dan bertanggung jawab dalam proses pengolahan serta pengembangan rasa produk. Anggota lainnya berfokus pada pengadaan bahan baku dan pengelolaan hubungan dengan petani lokal sebagai supplier utama. Di sisi keuangan, terdapat anggota yang memiliki keahlian dalam pencatatan pembukuan, analisis biaya, dan pengelolaan arus kas. Sementara itu, anggota terakhir memiliki kemampuan di bidang promosi digital dan branding, serta mengelola penjualan produk melalui media sosial dan *marketplace*.

NO.		Nama	:	Akbar Mubarak
1		Jabatan	:	Ketua
		Pengalaman	:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reseller aplikasi premium (Akbarr Premium) dengan penjualan kotor sebulan sebanyak Rp. 3.000.000, 00</li> <li>- Wakil ketua BEM FES UNJAYA periode 2025.</li> </ul>
		Keahlian	:	Pemasaran & Produksi
2		Nama	:	Hana Listiawati
		Jabatan	:	Anggota
		Pengalaman	:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Customer service (menjual skincare MS. Glow) selama 4 bulan</li> <li>- Sekretaris BEM FES Unjaya Periode 2025.</li> </ul>
		Keahlian	:	Distribusi & Produksi
3		Nama	:	Kharisma Shabilla Zahra
		Jabatan	:	Anggota
		Pengalaman	:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Customer service di toko bangunan selama 6 bulan dan mengawasi 4 anak pkl selama 3 bulan.</li> <li>- Penjual parcel lebaran mendapat untung 8 juta bersih pada 2 minggu sebelum lebaran pada tahun 2022.</li> </ul>
		Keahlian	:	Purchasing & Produksi

4		Nama	:	Tasya Dewi Febiasari
		Jabatan	:	Anggota
		Pengalaman	:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peserta Market Day waktu kelas 11</li> <li>- Admin <i>online shop</i></li> <li>- Koordinator danusan ayam goreng fairytale dengan penjualan 80 pcs.</li> </ul>
		Keahlian	:	Keuangan & Produksi

a) Sumber Daya Fisik

- |                       |                             |
|-----------------------|-----------------------------|
| 1. Nangka Muda        | 14. Penyedap Bubuk          |
| 2. Garam              | 15. Kaldu Bubuk             |
| 3. Minyak Goreng      | 16. Gula Aren               |
| 4. Bawang Merah       | 17. Kelapa Parut            |
| 5. Bawang Putih       | 18. Panci Besar             |
| 6. Cabe Merah Kriting | 19. Wajan atau Penggorengan |
| 7. Kemiri             | 20. Pisau dan Talenan       |
| 8. Ku4nyit            | 21. Blender                 |
| 9. Lengkuas           | 22. Saringan                |
| 10. Sereh             | 23. Spatula                 |
| 11. Daun Salam        | 24. Kompor                  |
| 12. Daun Jeruk        | 25. Sendok Takaran          |
| 13. Santan Kental     | 26. Wadah Penyimpanan       |

b) Sumber Daya Non Fisik

1) Karyawan (Meliputi tenaga, pikiran, waktu, dan biaya)

c) Strategi Pemasaran Produk

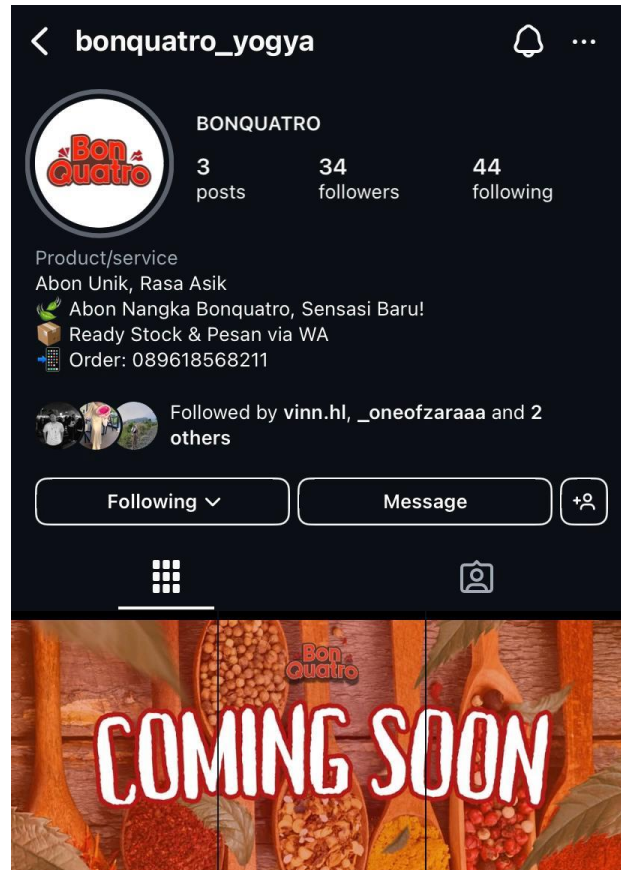
Strategi pemasaran Bonquatro akan dilakukan dengan memanfaatkan saluran pemasaran *online* dan *offline*. Secara *online*, kami akan memasarkan produk melalui platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, dan Shopee untuk menjangkau konsumen lebih luas. Selain itu, kami juga akan membuka website atau toko di *marketplace* untuk kemudahan pembelian.

Untuk pemasaran *offline*, kami akan menyasar kampus-kampus di sekitar Yogyakarta, dengan menjual produk di sekitar area kampus dan menawarkan layanan *Cash on Delivery* (COD) untuk wilayah yang terjangkau, seperti Sleman, Bantul, dan sekitarnya. Kami juga akan menitipkan produk di toko oleh-oleh lokal yang populer, serta bekerja sama dengan *reseller* atau distributor di sekitar kampus-kampus besar untuk memperluas jangkauan pasar.

## **E. Pemasaran**

### **1. Saluran Distribusi**

Saluran distribusi kami akan menjual produk dengan dua cara: langsung dan tidak langsung. Secara langsung, kami akan menjual sendiri ke pembeli, baik lewat pemesanan *offline* maupun *online*. Sedangkan secara tidak langsung, produk akan kami titipkan di beberapa toko agar mudah dijangkau hingga ke-konsumen.



Dengan media sosial yang berkembang dengan pesat dan informasi yang tersampaikan secara *real time* maka dari itu kami memulai dengan media sosial untuk memasarkan produk kami, dan selanjutnya kami akan terus *update* terkait penjualan dan produksi kami.

## 2. Promosi

Untuk memperkenalkan produk Bonquatro, kami aktif di media sosial dengan membuat dan membagikan konten menarik seputar gaya hidup sehat dan proses pembuatan abon nangka muda. Kami juga menghadirkan promo bulanan bertema, seperti *Meatless Monday* (diskon 15% setiap Senin), *Healthy Weekend* (flash sale Sabtu-Minggu), dan *Paket Vegan Hemat* (bundle beli 2 dengan harga spesial). Selain itu, akan ada promo gratis ongkir untuk pelanggan terpilih di sekitaran kampus Universitas Jenderal

Achmad Yani Yogyakarta dan kolaborasi dengan komunitas vegan serta *food* influencer untuk memperluas jangkauan pasar.

### 3. Hubungan dengan Pelanggan

Kami akan memberikan informasi produk melalui media sosial dan platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan *marketplace* lainnya. Pelanggan bisa bertanya dan memberi saran lewat platform tersebut. Kami juga akan meminta ulasan dan masukan sebagai bahan untuk meningkatkan kualitas produk ke depannya.

Untuk mempertahankan pelanggan, kami akan memberikan program loyalitas berupa potongan harga khusus untuk pembelian ulang, voucher referral untuk pelanggan yang mengajak orang lain membeli Bonquatro, serta hadiah kecil untuk pelanggan setia setiap akhir bulan. Kami juga rutin mengirim *update* promo dan konten menarik melalui media sosial dan chat personal.

## F. Keuangan

### I. Proyeksi Laba Rugi

<b>BONQUARTO</b>		
<b>Laporan Laba Rugi</b>		
<b>Untuk Periode yang Berakhir 31 Oktober 2025</b>		
<b>Proyeksi Pendapatan</b>		
Proyeksi Penjualan	150	× Rp 15.000
Total Proyeksi Non Penjualan	Rp	-
<b>Total Proyeksi Pendapatan</b>	Rp	2.250.000
<b>Proyeksi Harga Pokok Penjualan</b>		
Proyeksi Harga Pokok Penjualan	150	× Rp 10.000
Total Proyeksi Harga Pokok Penjualan	Rp	1.500.000
<b>Total Proyeksi Laba Kotor</b>	Rp	750.000
<b>Proyeksi Beban-Beban</b>		
Beban Pemakaian Perlengkapan	Rp	110.000
Beban Harga Penyusutan Harga Tetap	Rp	-
Total Proyeksi Beban	Rp	110.000
<b>Proyeksi Laba/Rugi Bersih</b>	Rp	640.000

Berdasarkan Proyeksi Laba Rugi telah kami lakukan dilihat dari proyeksi penjualan sebanyak Rp 2.250.000,00 kami dapat memperoleh **laba** sebanyak **Rp 640.000,00**. Proyeksi ini berguna untuk melihat perusahaan mengalami keuntungan atau justru mengalami kerugian.

### II. Proyeksi Arus Kas

<b>BONQUARTO</b>		
<b>Proyeksi Arus Kas</b>		
<b>Untuk Periode yang Berakhir 31 Oktober 2025</b>		
<b>Kas dari Kegiatan Operasi</b>		
a. Penerimaan Kas dari Penjualan	Rp	2.250.000
b. Pengeluaran Kas untuk <i>Supplier</i>	Rp	1.500.000
c. Pengeluaran Kas untuk Operasional		
Lainnya	Rp	110.000
Kas Bersih dari Kegiatan Operasional	Rp	640.000
<b>Kas dari Kegiatan Investasi</b>		
a. Penerimaan Kas dari Penjualan Harta Tetap	Rp	-
b. Pengeluaran Kas dari Pembelian Harta		
Tetap	Rp	96.000
Kas Bersih dari Kegiatan Investasi	-Rp	96.000
<b>Kas dari Kegiatan Pembiayaan</b>		



Kas Bersih dari Kegiatan Pembiayaan	Rp	-
<b>Total Kas Bersih</b>	Rp	544.000

Berdasarkan Proyeksi Arus Kas yang telah kami lakukan untuk produk BONQUATRO ini memperoleh kas bersih dari kegiatan operasional sebanyak Rp. 640.000,00 sedangkan kas berssih dari kegiatan investasi sebanyak **(Rp. 96.000,00)** sehingga menghasilkan **kas bersih** yaitu sebanyak **Rp. 544.000,00**. Proyeksi ini berguna untuk memprediksi jumlah uang yang masuk dan keluar perusahaan serta mengantisipasi kinerja bisnis di masa depan.

### III. Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran

RENCANA KEGIATAN DAN PENGGUNAAN ANGGARAN									
Kegiatan Utama	Rencana								Penanggung Jawab
	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Keterangan/Referensi Harga	Target Capaian	
	A	B	C	D	E	F = C X E	G	H = <i>Output A</i>	
Pengembangan Produk/Riset	a. Biaya Riset	Riset Pasar	3	kali	20.000	Rp60.000	Riset di wilayah Gamping	1. Adanya peningkatan pengetahuan mengenai pangsa pasar produk. 2.Adanya peningkatan pengetahuan mengenai harga bahan baku.	Tasya Dewi Febiasari
		Riset Harga Bahan Baku	2	kali	23.000	Rp 46.000	Riset di Pasar Gamping		
			Total Biaya Riset				Rp 106.000		
	b. Percobaan	Buah Nangka Muda	3	kg	15.000	Rp 45.000	di Pasar Gamping		
		Garam	1	pcs	3.000	Rp 3.000	di Pasar Gamping		
		Minyak Goreng	2	liter	18.000	Rp 36.000	di Pasar Gamping		
		Bawang Merah	1	ons	3.000	Rp 3.000	di Pasar Gamping		
		Bawang Putih	1	ons	4.000	Rp 4.000	di Pasar Gamping		
		Cabe Merah Keriting	6	biji	500	Rp 3.000	di Pasar Gamping		
		Kemiri	1	bungkus	2.000	Rp 2.000	di Pasar Gamping		
		Kunyit, Sereh, Daun Salam, Daun Jeruk, Lengkuas	1	bungkus	2.000	Rp 2.000	di Pasar Gamping		
		Santan Kental 500 ml	1	bungkus	18.000	Rp 18.000	di Pasar Gamping		

		Kaldu Bubuk	1	pcs	1.000	Rp 1.000	di Pasar Gamping	
		Gula Aren 2 sdm	1	pcs	1.000	Rp 1.000	di Pasar Gamping	
		Kelapa Parut	1	butir	10.000	Rp 10.000	di Pasar Gamping	
		Kemasan	20	pcs	250	Rp 5.000	di Toko Plastik Wilayah Gamping	
		<b>Total Biaya Percobaan</b>				<b>Rp 133.000</b>		
	c. Peningkatan Produk	Penambahan Rasa	2	varian	15.000	Rp 30.000	Riset harga tambahan rasa	1. Adanya penambahan rasa pada produk.
		Kemasan Baru	100	pcs	3.500	Rp 350.000	Riset harga kemasan	
		<b>Total Biaya Peningkatan Produk</b>				<b>Rp 380.000</b>		
	d. Pemasaran	Pemasaran <i>Offline</i> (Brosur, Bazar, <i>Stand Banner</i> )	1	kali	250.000	Rp 250.000	Riset harga brosur, bazar, dan <i>stand banner</i> di Wilayah Gamping	1. Adanya penyebaran brosur usaha serta kegiatan bazar. 2. Adanya penyebaran iklan usaha yang pada Instagram <i>ads</i> . 3. Adanya pengelolaan akun <i>WhatsApp</i> untuk bisnis. 4. Adanya penjualan produk melalui <i>Shopee</i> .
		Pemasaran <i>Online</i> (Instagram <i>ads</i> , Shopee dan <i>WhatsApp</i> )	2	kali	75.000	Rp 150.000	Riset harga pemasaran online melalui media sosial	
		<b>Total Pemasaran</b>				<b>Rp 400.000</b>		

<b>Produksi</b>	a. Persiapan Alat dan Bahan	Buah Nangka Muda	35	kg	15.000	Rp 525.000	di Pasar Gamping	1. Adanya produk usaha.	Kharisma Shabilla Zahra
		Garam	6	pcs	4.000	Rp 24.000	di Pasar Gamping		
		Minyak Goreng	20	liter	19.000	Rp 380.000	di Pasar Gamping		
		Bawang Merah	1	kg	29.000	Rp 29.000	di Pasar Gamping		
		Bawang Putih	1	kg	40.000	Rp 40.000	di Pasar Gamping		
		Cabe Merah Keriting	5	kg	44.000	Rp 220.000	di Pasar Gamping		
		Kemiri	8	bungkus	2.000	Rp 16.000	di Pasar Gamping		
		Lengkuas	8	ons	3.000	Rp 24.000	di Pasar Gamping		
		Daun Jeruk	5	ons	5.000	Rp 25.000	di Pasar Gamping		
		Daun Salam	5	ons	4.000	Rp 20.000	di Pasar Gamping		
		Sereh	8	ons	5.000	Rp 40.000	di Pasar Gamping		
		Kunyit	8	ons	4.000	Rp 32.000	di Pasar Gamping		
		Santan Kental 500 ml	9	bungkus	19.000	Rp 171.000	di Pasar Gamping		
		Kaldu Bubuk	20	pcs	1.000	Rp 20.000	di Pasar Gamping		
		Gula Aren 2 sdm	14	pcs	1.000	Rp 14.000	di Pasar Gamping		
		Kelapa Parut	14	butir	14.000	Rp 196.000	di Pasar Gamping		
		Tampah Bambu Besar uk 80 cm	5	pcs	35.500	Rp 177.500	<a href="https://id.shp.ee/HHoQ5Z5">https://id.shp.ee/HHoQ5Z5</a>		
		Baskom Blurik Jumbo uk 42 cm	3	pcs	60.000	Rp 180.000	<a href="https://id.shp.ee/bjk4lnw?smtt=0.0.9">https://id.shp.ee/bjk4lnw?smtt=0.0.9</a>		
		Pisau Dapur Soligen No. 8	4	pcs	17.999	Rp 71.996	<a href="https://id.shp.ee/pRiTJer">https://id.shp.ee/pRiTJer</a>		
		Talenan 25x12x2	4	pcs	16.000	Rp 64.000	<a href="https://id.shp.ee/65o74GR">https://id.shp.ee/65o74GR</a>		

		Peniris Minyak uk besar	3	pcs	47.600	Rp 142.800	<a href="https://id.shp.ee/mtpfCop">https://id.shp.ee/mtpfCop</a>		
		Saringan Gagang Kyu <i>Stainless</i> uk 28 cm	4	pcs	33.800	Rp 135.200	<a href="https://id.shp.ee/ReG7aEv">https://id.shp.ee/ReG7aEv</a>		
		Wajan Penggorengan Tebal Full <i>Stainless Steel</i> uk 60 cm	2	pcs	252.200	Rp 504.400	<a href="https://id.shp.ee/qY2d64v">https://id.shp.ee/qY2d64v</a>		
		Spinner Peniris Minyak Plat <i>Stainless Steel</i> Minimalis 3 liter	1	pcs	782.040	Rp 782.040	<a href="https://id.shp.ee/Dvjr1o8">https://id.shp.ee/Dvjr1o8</a>		
		Sutil <i>Stainless</i> uk 38 cm	2	pcs	44.000	Rp 88.000	<a href="https://id.shp.ee/7QZLezE">https://id.shp.ee/7QZLezE</a>		
		Chopper Bumbu	1	pcs	371.288	Rp 371.288	<a href="https://id.shp.ee/H7dZ4Wf">https://id.shp.ee/H7dZ4Wf</a>		
		Kompor Gas Rinnai 2 Tungku	1	buah	654.550	Rp 654.550	<a href="https://id.shp.ee/krkwAfs">https://id.shp.ee/krkwAfs</a>		
		Tisu Dapur 560 gr 2 ply	3	bks	16.190	Rp 48.570	<a href="https://id.shp.ee/n2AmbCZ">https://id.shp.ee/n2AmbCZ</a>		
		<b>Total Persiapan Alat dan Bahan</b>				<b>Rp 4.996.344</b>			
<b>Legalitas, Perijinan, Sertifikasi, Pengujian Produk, dan Standarisasi</b>	a. Legalitas, Perijinan, Sertifikasi, Pengujian Produk, dan Standarisasi	Nomor Induk Berusaha (NIB)	1	kali	0	0	di <i>website</i> penyedia jasa pembuatan NIB		Akbar Mubarok
		Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT)	1	kali	0	0	di <i>website</i> penyedia jasa pembuatan PIRT		
		Sertifikasi Halal	1	kali	350.000	Rp 350.000	di <i>website</i> penyedia sertifikasi halal		
		<b>Total Legalitas, Perijinan, Sertifikasi, Pengujian Produk, dan Standarisasi</b>				<b>Rp 350.000</b>			
<b>Belanja ATK dan Penunjang</b>	Belanja ATK	Buku	3	pcs	3.000	Rp 9.000	di Toko Alat Tulis wilayah Gamping	1. Adanya penggunaan ATK untuk pencatatan dan administrasi.	Hana Listiawati
		Pulpen	1	pack	20.000	Rp 20.000	di Toko Alat Tulis wilayah Gamping		
		Tipe X	2	pcs	3.000	Rp 6.000	di Toko Alat Tulis wilayah Gamping		

		Penggaris	1	pcs	5.000	Rp 5.000	di Toko Alat Tulis wilayah Gamping		
		Pensil	2	pcs	4.000	Rp 8.000	di Toko Alat Tulis wilayah Gamping		
		Penghapus	2	pcs	3.000	Rp 6.000	di Toko Alat Tulis wilayah Gamping		
		Total Belanja ATK				Rp 54.000			
	Penunjang	Plastik Penunjang	3	pack	5.000	Rp 15.000	di Toko Plastik Wilayah Gamping	1. Adanya penggunaan penunjang untuk kegiatan usaha.	
		Nota Cetak	1	pack	25.000	Rp 25.000	di Toko Alat Tulis Wilayah Gamping		
		Timbangan Digital	1	pcs	73.000	Rp 73.000	di Toko Elektronik Wilayah Gamping		
		Total Belanja Penunjang				Rp 113.000			
	TOTAL					Rp 6.532.344			

#### **IV. Penutup**

Dengan ini, kami sampaikan proposal program Achmad Yani Mudapreneur. Kami sangat berharap proposal ini dapat memperoleh dukungan pendanaan agar rencana usaha yang telah disusun dapat terlaksana dan membawa manfaat sesuai dengan tujuan yang telah dirancang. Kami mengucapkan terima kasih atas perhatian dan kerja sama dari semua pihak yang telah mendukung agar proposal ini berjalan dengan lancar dan berdampak.

## V. Lampiran

### 1. Laporan Keuangan

<b>BONQUARTO</b>			
<b>Laporan Laba Rugi</b>			
<b>Untuk Periode yang Berakhir 31 Oktober 2025</b>			
<b>Proyeksi Pendapatan</b>			
Proyeksi Penjualan		150 ×	Rp 15.000
Total Proyeksi Non Penjualan	Rp	-	
<b>Total Proyeksi Pendapatan</b>	Rp	2.250.000	
<b>Proyeksi Harga Pokok Penjualan</b>			
Proyeksi Harga Pokok Penjualan		150 ×	Rp 10.000
Total Proyeksi Harga Pokok Penjualan	Rp	1.500.000	
<b>Total Proyeksi Laba Kotor</b>	Rp	750.000	
<b>Proyeksi Beban-Beban</b>			
Beban Pemakaian Perlengkapan	Rp	110.000	
Beban Harga Penyusutan Harga Tetap	Rp	-	
Total Proyeksi Beban	Rp	110.000	
<b>Proyeksi Laba/Rugi Bersih</b>	Rp	640.000	

<b>BONQUARTO</b>			
<b>Proyeksi Arus Kas</b>			
<b>Untuk Periode yang Berakhir 31 Oktober 2025</b>			
<b>Kas dari Kegiatan Operasi</b>			
a. Penerimaan Kas dari Penjualan	Rp	2.250.000	
b. Pengeluaran Kas untuk <i>Supplier</i>	Rp	1.500.000	
c. Pengeluaran Kas untuk Operasional			
Lainnya	Rp	110.000	
Kas Bersih dari Kegiatan Operasional	Rp	640.000	
<b>Kas dari Kegiatan Investasi</b>			
a. Penerimaan Kas dari Penjualan Harta Tetap	Rp	-	
b. Pengeluaran Kas dari Pembelian Harta			
Tetap	Rp	96.000	
Kas Bersih dari Kegiatan Investasi	-Rp	96.000	
<b>Kas dari Kegiatan Pembiayaan</b>			
Kas Bersih dari Kegiatan Pembiayaan	Rp	-	
<b>Total Kas Bersih</b>	Rp	544.000	



## 2. Surat Pengantar



**YAYASAN KARTIKA EKA PAKSI  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Jl. Siliwangi, Ring Road Barat, Gamping, Yogyakarta 55293  
Telp. (0274) 552489, 552851 Fax. (0274) 557228 Website: www.unjaya.ac.id E-mail: manajemen@unjaya.ac.id



Yogyakarta, 9 Mei 2025

Nomor : B/001/MAN-FES/V/2025  
Perihal : Pengantar Kepesertaan Achmad Yani Mudapreneur 2025

Kepada Yth. Ketua Pelaksana Achmad Yani Mudapreneur  
Di Unjaya

Dengan hormat,  
Berikut kami sampaikan kelompok mahasiswa untuk mengikuti kegiatan Kompetisi Achmad Yani Mudapreneur 2025 dari Prodi Manajemen ( S-1 ):

Judul Proposal	: BONQUATRO : Inovasi Abon Unik Dari Nangka Muda	
Ketua Kelompok	: Akbar Mubarak	(NPM: 232304054)
Anggota	: 1. Tasya Dewi Febiasari	(NPM: 232304049)
	: 2. Kharisma Shabila Zahra	(NPM: 232304024)
	: 3. Hana Listiawati	(NPM: 232304020)

Demikian surat pengantar kami sampaikan untuk dapat dipergunakan dalam proses selanjutnya.

Yogyakarta, 9 Mei 2025  
Pjs. Ketua Prodi Manajemen

Murwani Eko Astuti, S.E., MBA.

### 3. Business Model Canvas BONQUATRO

#### 1. Business Model Canvas BONQUARTO

<i>Key Partners</i> (Mitra Utama)	<i>Key Activities</i> (Aktivitas Utama)	<i>Value Propositions</i> (Proposi Nilai)	<i>Customer Relationships</i> (Kemitraan Pelanggan)	<i>Customer Segments</i> (Segmen Pelanggan)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supplier bahan baku nangka dan bumbu</li> <li>• Supplier kemasan/packaging</li> <li>• Penyelenggara pameran dan festival makanan</li> <li>• Mitra toko dan reseller lokal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produksi abon nangka berkualitas dengan nilai gizi</li> <li>• Desain dan produksi kemasan yang unik dan kekinian</li> <li>• Promosi aktif melalui media sosial dan brosur</li> <li>• Penjualan produk secara online dan offline</li> <li>• Riset dan pengembangan produk (R&amp;D)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abon nangka sebagai produk makanan ringan sehat dan bernilai gizi</li> <li>• Harga terjangkau dan kompetitif</li> <li>• Produk khas yang dapat menjadi buah tangan dari Yogyakarta</li> <li>• Kemasan menarik dan berkarakter lokal</li> <li>• Produk inovatif dengan bahan dasar lokal (nangka)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Respon cepat melalui WhatsApp dan DM Instagram</li> <li>• Layanan pelanggan melalui chat e-commerce (Shopee, Tokopedia, Lazada)</li> <li>• Program loyalitas: diskon, promo, dan gratis ongkir</li> <li>• Keterlibatan pelanggan melalui polling dan feedback di media sosial</li> </ul>	<p>Anak-anak hingga dewasa (usia 5 – 50 tahun)</p> <p>Penggemar makanan ringan sehat dan unik</p> <p>Wisatawan/pengunjung Yogyakarta yang mencari oleh-oleh</p> <p>Pelanggan online melalui e-commerce</p> <p>Retail dan toko oleh-oleh</p>

Key Resources (Sumber Daya Utama)	Channels (Saluran Distribusi)	Cost Structure (Struktur Biaya)	Revenue Streams (Arus Pendapatan)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Bahan baku (nangka dan rempah-rempah)</li> <li>Peralatan produksi dan pengemasan</li> <li>Lokasi produksi</li> <li>Tim produksi dan pemasaran</li> <li>Akun media sosial dan e-commerce</li> </ul> <p>Kontak komunikasi (WhatsApp, IG)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Titip jual di toko oleh-oleh dan minimarket lokal</li> <li>Media sosial (Instagram, WhatsApp)</li> <li>Brosur promosi di area startegis</li> </ul> <p>Platform e-commerce: Shopee, Tokopedia, Lazada, Marketplace)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Biaya pembelian bahan baku</li> <li>Biaya produksi dan pengemasan</li> <li>Biaya promosi dan pemasaran</li> <li>Biaya distribusi dan logistik</li> <li>Biaya riset dan pengembangan</li> <li>Biaya legalitas, sertifikasi, dan perizinan</li> </ul> <p>Biaya kemitraan dan bagi hasil</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Penjualan langsung produk BONQUARTO</li> <li>Pendanaan dari program Achmad Yani Mudapreneur</li> <li>Potensi kolaborasi dengan mitra retail/UMKM</li> </ul> <p>Penjualan produk turunan (varian rasa, kemasan edisi khusus)</p>