

**PROPOSAL BISNIS PROGRAM PEMBINAAN MAHASISWA  
WIRAUSAHA (P2MW) 2024**



**“Sambal Salero Minang”**

Oleh :

|               |             |
|---------------|-------------|
| Nama Kelompok | NIM (202X)  |
| Nama Kelompok | NIM (202X)  |
| Nama Kelompok | NIM (202X)  |
| Nama Kelompok | NIM (202X)  |
| Nama Kelompok | NIM (202X). |

**INTITUT TEKNOLOGI SUMATERA  
LAMPUNG SELATAN  
2024**

# DAFTAR ISI

|   |           |
|---|-----------|
| <b>DAFTAR ISI .....</b>   | <b>2</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>   | <b>2</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>   | <b>2</b>  |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>   | <b>4</b>  |
| 1.1 Latar Belakang.....   | 4         |
| 1.2 Manfaat Usaha .....   | 4         |
| <b>BAB II DESKRIPSI USAHA .....</b>   | <b>6</b>  |
| 2.1 Noble Purposes .....  | 6         |
| 2.2 Konsumen Potensial.....   | 7         |
| 2.3 Karakteristik calon konsumen potensial .....                              | 7         |
| 2.4 <i>Problem</i> atau masalah calon konsumen potensial .....                | 7         |
| 2.5 Potensi pasar .....   | 7         |
| 2.6 Produk .....  | 9         |
| 2.7 Deferensiasi produk .....   | 9         |
| 2.8 Permasalahan dan kebutuhan konsumen.....                                  | 10        |
| 2.9 Sumber Daya .....   | 11        |
| <b>BAB III RANCANGAN ANGGARAN BIAYA KEUAGAN .....</b>                         | <b>15</b> |
| 3.1 Anggaran biaya variabel untuk satu produk sambal .....                    | 15        |
| 3.2 Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran.....                             | 16        |
| <b>BAB IV. PENUTUPAN.....</b>   | <b>19</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>20</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>   | <b>21</b> |
| <b>1.1 BIODATA PEMBIMBING .....</b>   | <b>21</b> |
| 1.1. Identitas Diri.....  | 21        |
| 1.2. Riwayat Pendidikan .....   | 21        |
| 1.3. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir .....                       | 22        |
| 1.4. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun terakhir.....      | 22        |
| 1.5. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal 5 Tahun Terakhir .....             | 23        |
| 1.6. Pemakalah Seminar Ilmiah (Oral Presentation) Dalam 5 Tahun terakhir..... | 23        |
| 1.7. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir.....                                   | 25        |

|  |           |
|--|-----------|
| 1.8. Perolehan HKI dalam 10 tahun terakhir.....      | 26        |
| <b>1.2 BIODATA KETUA .....</b>                       | <b>27</b> |
| <b>1.3 BIODATA ANGGOTA 1.....</b>                    | <b>29</b> |
| <b>1.4 BIODATA ANGGOTA 2.....</b>                    | <b>31</b> |
| <b>1.5 BIODATA ANGGOTA 3.....</b>                    | <b>33</b> |
| <b>1.6 BIODATA ANGGOTA 4.....</b>                    | <b>35</b> |
| <b>DOKUMENTASI PROGRAM P2MW TAHAP AWAL 2023.....</b> | <b>21</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| <b>Gambar 1</b> (1) Rendang (2) Rendang Suir (3) Dendeng.....                     | 6  |
| <b>Gambar 2</b> Point SDGs yang bisa dicapai .....                                | 9  |
| <b>Gambar 3</b> Dokumentasi recruitment staff Sambal Salero Minang.....           | 11 |
| <b>Gambar 4</b> Grafik jumlah penduduk usia 18-50 tahun di Provinsi Lampung ..... | 12 |
| <b>Gambar 5</b> Ilustrasi Segmentasi Demografis Sambal Salero Minang .....        | 13 |
| <b>Gambar 6</b> Bazar Usaha Sambal Salero Minang.....                             | 17 |
| <b>Gambar 7</b> Produk Sambal Salero Minang .....                                 | 17 |
| <b>Gambar 8</b> Produk Sambal Salero Minang .....                                 | 18 |
| <b>Gambar 9</b> Analisis SWOT Sambal Salero Minang .....                          | 19 |
| <b>Gambar 10</b> Promosi secara Face by face.....                                 | 22 |
| <b>Gambar 11</b> Promosi dengan membuka stand saat acara.....                     | 22 |
| <b>Gambar 12</b> Pemasangan Poster Menarik untuk Promosi .....                    | 23 |
| <b>Gambar 13</b> Mitra Kerja Sama Sambal Salero Minang.....                       | 23 |
| <b>Gambar 14</b> Logo Sambal Salero Minang.....                                   | 23 |
| <b>Gambar 15</b> Teknik pemasaran Sambal Salero Minang.....                       | 24 |
| <b>Gambar 16</b> Konten viral dan menarik untuk promosi online.....               | 26 |

## **DAFTAR TABEL**

|                |   |    |
|----------------|---|----|
| <b>Tabel 1</b> | Analisis potensi pasar metode Customer Persona..... | 14 |
| <b>Tabel 2</b> | Analisa Kompetitor Usaha.....                       | 16 |
| <b>Tabel 3</b> | Analisis Permasalahan dan Kebutuhan Konsumen .....  | 19 |
| <b>Tabel 4</b> | Analisis keahlian anggota tim.....                  | 20 |
| <b>Tabel 5</b> | Pembagian sumber daya fisik dan non fisik .....     | 21 |
| <b>Tabel 6</b> | Anggaran biaya produksi 100 produk sambal.....      | 27 |
| <b>Tabel 7</b> | Laporan Arus Kas sambal Salero Minang .....         | 28 |
| <b>Tabel 8</b> | Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran .....      | 30 |

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Sumatera Barat terkenal dengan masakannya yang mendunia, yaitu rendang. Dilansir dari laman CNN Rabu, 06 Maret 2024 rendang termasuk makanan terlezat di dunia. Selain rendang, sambal dari daerah Minang Juga tidak kalah enakya (Putri sentosa, 2022). Sambal merupakan kuliner Indonesia yang merujuk pada rasa pedas. Sambal berbahan dasar cabai yang dihancurkan sampai keluar kandungan airnya sehingga muncul rasa pedas. Setelah ditambahkan bumbu akan tercipta rasa pedas yang dapat menggugah selera.



(1)

(2)

(3)

**.Gambar 1** (1) Rendang (2)Rendang Suir (3) Dendeng

(Sumber: [www.travistory.com](http://www.travistory.com))

Produk Sambal Salero Minang yang kami produksi terbuat dari cabai asli Sumatera Barat, yakni berasal dari Kota Padang Panjang. Dilansir dari Dinas Pertanian Provinsi Sumatera Barat, cabai dari Kota Padang panjang terkenal dengan cita rasa yang khas dikarenakan tanaman cabai terseut tumbuh baik pada lahan dataran tinggi yang tanahnya gembur dan kaya bahan organik, tekstur ringan sampai sedang, pH tanah berkisar antara 5.5 sampai 6.8, drainase baik dan cukup tersedia unsur hara bagi pertumbuhannya. Kisaran suhu optimum di Kota Padang Panjang bagi pertumbuhan cabai adalah 18 °C sampai 30 °C.

Cabai Sambal Salero Minang diolah dengan cara tradisional dengan menggunakan ulekan, sehingga mempertahankan cita rasanya. Hal ini menjadi keunggulan serta ciri khas dari produk ini. Rasa pedas dan gurih dari rempah asli Sumatera Barat menjadi salah satu karakter masakannya yang dikenali secara umum di Indonesia bahkan dunia.

Masakan Padang khususnya sambal yang dijual di luar daerah Sumatera

Barat umumnya menggunakan rempah dan sambal dari daerah tersebut. Hal ini yang menyebabkan konsumen merasa masakan Padang yang dibelinya tidak pedas sama sekali. Sedangkan di Sumatra Barat, rasa pedas dan rempah adalah 'nyawa' kelezatan masakan itu sendiri, semakin pedas sambalnya maka akan semakin nikmat dan menggugah selera.

Ketatnya persaingan dalam usaha kuliner membuat pelaku bisnis harus pintar membuat terobosan dan inovasi baru agar tetap terdepan dalam bisnis ini. Salah satu usaha yang menjanjikan adalah usaha “Sambal Salero Minang”. Pembuatan Sambal Salero Minang dilakukan dengan cara yang terjangkau dan ramah di saku mahasiswa dan masyarakat secara umum, tentunya hal ini akan menjadi daya tarik bagi mahasiswa dan masyarakat umum.

Salah satu inovasi produk yang ditawarkan oleh Sambal Salero Minang adalah menambahkan isian pada sambal, dengan menambahkan ciri khas dari daerah asal Sumatera Barat yang terkenal dengan “dendeng balado” dan “dendeng batokok”. Pada produk ini kami membuat dendeng menjadi dendeng suwir, sehingga lebih cocok untuk dikombinasikan ke dalam sambal. Selain sambal varian dendeng suwir, Sambal Salero Minang memiliki berbagai varian rasa dengan topping didalamnya misalnya suwir dendeng, suwir ayam, ikan teri medan, cumi-cumi dan petai. Dengan penambahan topping pada produk Sambal Salero Minang ini harapannya produk lebih diterima dan disukai oleh masyarakat umum.

Metode pemasaran yang digunakan untuk usulan usaha tahap bertumbuh ini akan fokus pada penjualan online dan offline. Untuk media online misalnya *broadcast* WA, tiktok, Instagram, dan laman belanja online seperti shopee dan Tokopedia. Kemudian metode pemasaran offline dan pengembangan selanjutnya adalah dengan membuka outlet bisa dijangkau oleh berbagai kalangan. Outlet didirikan di tempat strategis yang berdekatan dengan keramaian dan sering dilalui banyak orang contohnya galeri ITERA, Kantin ITERA, Galeri UIN Raden Intan Lampung, Kantin Raden Intan Lampung dan grosir yang menjual berbagai olahan oleh-oleh di Provinsi Lampung.

Penjualan Sambal Salero Minang pada kegiatan P2MW tahap awal tahun 2023 kemaren mengalami peningkatan penjualan yang sangat tinggi. Hingga saat ini banyak dari mahasiswa atau himpunan yang telah mengajukan kerja sama dengan Sambal Salero Minang. Pada program P2MW tahap awal tahun

2023 Sambal Salero minang sudah melakukan kerjasama dengan berbagai pihak antara lain UKM IKM-ITERA, KM-ITERA, Duta ITERA, Ruang Legal Nusantara, Program Studi Teknologi Pangan Institut Teknologi Sumatera untuk riset pengawetan makanan, Rumah BUMN Bandar Lampung, Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Lampung, Dinas Pariwisata Kabupaten Pasaman, Kementrian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.

Sambal Salero Minang berawal ketika kami sekelompok mahasiswa memiliki keinginan untuk membuat suatu bisnis dibarengi dengan melestarikan kebudayaan dari tanah kelahiran kami sendiri yaitu Minangkabau, Kami sadar hal ini menjadi peluang bisnis besar, dilihat dari eksistensi makanan khas Minangkabau yang banyak diminati.

Awalnya usaha bisnis ini beranggota 5 mahasiswa dari berbagai program studi di Institut Teknologi Sumatera. Kemudian seiring berjalannya waktu usaha ini kami daftarkan dalam ajang atau acara bisnis yang diadakan oleh Institut Teknologi Sumatera yaitu IENTERA tahun 2021. Di Event ini usaha kami berhasil mendapatkan penghargaan dan pemberian dana usaha dari Institut Teknologi Sumatera sebagai salah satu penerima dana usaha. Kemudian usaha bisnis ini berhasil mendapatkan pendanaan dari KEMENDIKBUD RI dalam program P2MW (Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha) tahun 2023 bisnis tahap awal. Dari program yang sudah dijalankan kini usaha Sambal Salero Minang sudah melakukan beberapa pengembangan, antara lain menambah karyawan sebanyak 4 orang mahasiswa ITERA, sudah memiliki rumah produksi dan berbagai legalitas usaha dan Kerjasama dengan berbagai pihak.

## **1.2 Manfaat Usaha**

Bisnis usaha sambal khas Minangkabau tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga manfaat sosial dan budaya yang signifikan, manfaat tersebut antara lain sebagai berikut :

- a) Pemberdayaan Masyarakat Lokal: Bisnis sambal khas Minangkabau dapat memberdayakan masyarakat lokal dan pendapatan tambahan kepada petani atau petani kecil yang memasok bahan baku sambal salero minang.
- b) Pemeliharaan Tradisi Budaya: Produksi sambal khas Minangkabau secara tradisional mempertahankan resep budaya Minangkabau. Bisnis ini



membantu memelihara dan mempromosikan warisan budaya.

- c) Pengembangan Pariwisata Kuliner: Bisnis sambal khas Minangkabau dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang tertarik untuk mencoba makanan lokal autentik.
- d) Pemberdayaan Perempuan: Produksi sambal ini dapat memberdayakan perempuan dengan memberikan mereka kesempatan untuk berkontribusi bagi perkembangan ekonomi.

Bisnis usaha sambal khas Minangkabau tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga menjawab beberapa point SDGs, antara lain :

- a) SDGs 1, **Tanpa Kemiskinan** - Bisnis ini bisa membantu mengurangi kemiskinan dengan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat setempat dan mahasiswa ITERA.
- b) SDG 2, **Tidak Ada Kelaparan** - Dengan meningkatkan akses terhadap pasar dan meningkatkan nilai tambah produk lokal, bisnis ini dapat membantu meningkatkan ketahanan pangan
- c) SDG 8, **Pertumbuhan Ekonomi yang Berkelanjutan** - Bisnis ini dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang inklusif dengan menciptakan lapangan kerja.
- d) SDG 12, **Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab** - Dengan mengutamakan bahan baku lokal dan menerapkan praktik produksi yang berkelanjutan.
- e) SDG 17, **Kemitraan untuk Tujuan** - Kolaborasi dengan pemerintah, lembaga non-pemerintah, dan sektor swasta lainnya.



**Gambar 2** Point SDGs yang bisa dicapai

## **BAB II**

### **DESKRIPSI USAHA**

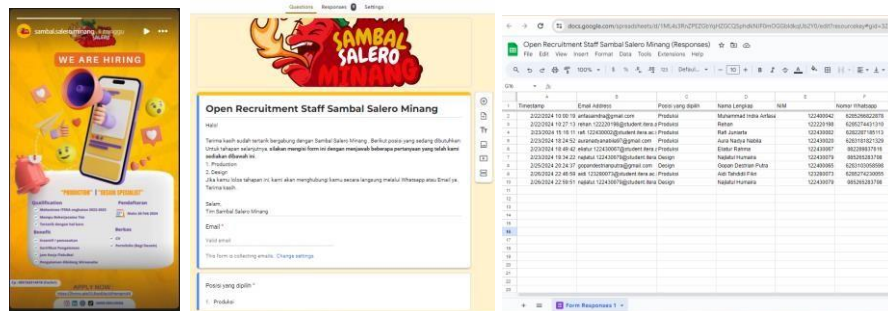
#### ***2.1 Noble Purposes***

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi yang terkenal dengan budaya serta makanan daerahnya yang mendunia. Makanan khas minang kabau ini identik dengan aroma dan rasa rempah-rempah yang khas yang diwariskan secara turun temurun. Keunikan ini seolah-olah sudah mulai dilupakan dan tergeserkan oleh makanan-makanan modern yang kebanyakan berasal dari negara barat (Burgur, nugget, dll). Seperti yang telah dijelaskan bahwa usaha sambal salero minang merupakan usaha yang benar-benar baru di pasaran terkhususnya di provinsi Lampung. Oleh karena itu, melalui produk makanan ini hal yang ingin kamu wujudkan adalah memberikan kontribusi guna meningkatkan eksistensi dan menggaungkan kembali keunikan kebudayaan Minangkabau lewat makanan kepada masyarakat sekitar Provinsi Lampung pada khususnya dan Nasional pada umumnya agar keelokan budaya melalui makanan tradisional tidak dipandang sebelah mata.

Harapannya usaha ini bisa sebagai jembatan agar masyarakat luas tertarik pada kebudayaan terkhusus makanan khas Minangkabau. Sehingga usaha ini juga sebagai promosi kebudayaan terkhususnya bagi generasi Z yang sudah terpapar oleh perkembangan teknologi. Kami juga berharap bahwa usaha ini dapat berkembang di provinsi Lampung terkhususnya dikalangan mahasiswa yang berkuliah di ITERA. Sehingga hal ini bisa sebagai wadah menambah pemasukan bagi mahasiswa yang kurang mampu terutama yang berasal dari Sumatera barat dalam memenuhi kebutuhan hidup selama berkuliah.

Hal mulia ini bersumber dari keresahan bahwa akhir-akhir ini eksistensi kebudayaan minangkabau sudah mulai menurun terkhususnya dalam hal makanan tradisional. Dikarenakan dari perkembangan teknologi yang membuat masyarakat terkhususnya generasi Z lebih tertarik mengenal dan mengkonsumsi makanan modern. Kemudian, hal mulia ini juga atas dasar keprihatinan ya masih banyaknya mahasiswa Minangkabau yang berkuliah di ITERA yang belum bisa membayarkan uang kuliah tunggal (UKT) dikarenakan tidak adanya usaha sampingan sebagai pemasukan. Harapannya usaha ini menjadi solusi dari permasalahan yang ada dengan *goals* / target omset 100 Juta pertahunnya.

Pada Program tahap awal P2MW tahun 2023 yang lalu, usaha Sambal Salero Minang sudah mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Saat ini Tim Sambal Salero Minang sudah melakukan *open recruitment* / menambah staff dengan jumlah 4 orang Mahasiswa minang ITERA, dengan adanya penambahan staff ini diharapkan menjadi solusi bagi Mahasiswa Minangkabau ITERA yang terkendala finansial baik itu untuk membayar UKT maupun untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari.



**Gambar 3** Dokumentasi recruitment staff Sambal Salero Minang

## 2.2 Konsumen Potensial (Awal)

Usaha sambal Salero Minang memiliki potensi untuk menarik berbagai jenis konsumen. Berikut adalah beberapa kelompok konsumen potensial untuk bisnis sambal Salero Minang:

- Mahasiswa, Dosen, dan Akademisi berbagai kampus di Provinsi Lampung. Misalnya adalah Kampus Institut Teknologi Sumatera, UIN Raden Intan Lampung, Universitas Lampung, Politeknik Negeri Lampung, Universitas Bandar Lampung, Universitas Teknokrat Indonesia dan yang lainnya.
- Masyarakat Lokal Minangkabau. Konsumen utama dari sambal Salero Minang pastinya adalah masyarakat lokal Minangkabau yang memiliki rasa yang akrab baik itu yang tinggal di Provinsi Lampung dan Nasional.
- Penggemar Kuliner Indonesi. Orang-orang di seluruh Indonesia yang tertarik dengan masakan khas daerah dan kuliner Indonesia secara umum akan menjadi konsumen potensial.
- Turis Lokal dan Mancanegara. Turis lokal dan mancanegara yang berkunjung ke daerah Provinsi Lampung atau daerah lain di Indonesia juga dapat menjadi konsumen potensial.
- Restoran, Warung Makan, dan Toko Makanan: Bisnis sambal Salero

Minang juga dapat menjual produknya kepada restoran, warung makan, atau toko makanan di Provinsi Lampung.

### 2.3 Konsumen Potensial (Sesudah)

### 2.4 Karakteristik calon konsumen potensial

Dilansir dari laman Universitas Muhammadiyah Semarang, STP atau *Segmentation Targeting Positioning* adalah salah satu pendekatan atau model yang digunakan untuk mengembangkan pesan dan strategi pemasaran yang sesuai pada segmentasi target audiens tertentu. Model pemasaran ini dikenal sebagai salah satu yang paling efektif dan populer digunakan hingga saat ini (Hidayat, 2022).

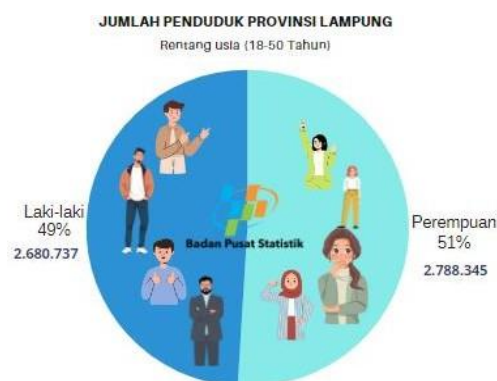
Untuk Analisa konsumen kami melakukan analisis pasar dengan metode STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dengan rincian sebagai berikut:

#### a) *Segmenting*/Segmentasi

Berdasarkan fungsional produk sebagai menu yang praktis bagi konsumen yang sibuk dan sebagai produk edukasi budaya, segmen pasar yang kami bidik dimulai dari usia remaja dan dewasa. Untuk analisa konsumen dibagi kedalam beberapa kategori antara lain :

##### ➤ Segmentasi Demografis usia

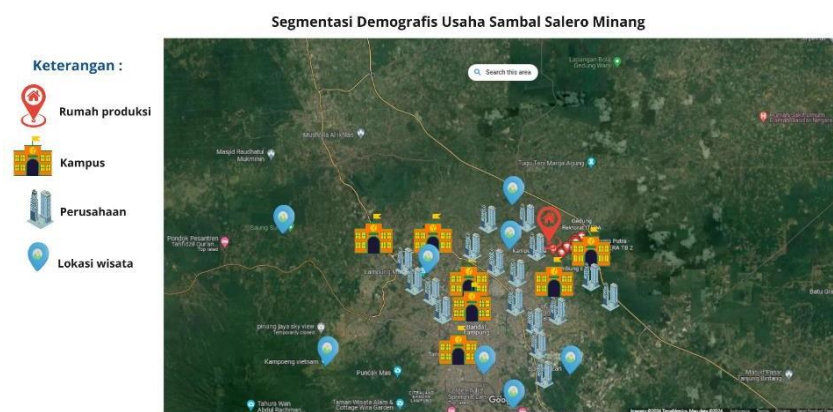
Dilansir dari laman Badan Pusat Statistik Bandar Lampung, bahwa penduduk Provinsi Bandar Lampung tahun 2022 dari rentang usia 18-50 tahun mencapai 5.469.082 Jiwa (Lubis, 2022). Hal ini tentu akan menjadi gambaran konsumen potensial bagi usaha Sambal Salero Minang.



**Gambar 4** Grafik jumlah penduduk usia 18-50 tahun di Provinsi Lampung

➤ Segmentasi Geografis

Secara geografis tempat produksi/usaha Sambal Salero Minang dekat dengan pemukiman padat penduduk, baik itu kampus, Perusahaan, perkantoran dan objek wisata. Antara lain kampus ITERA, UIN RIL, UNILA, UBL, Universitas Teknokrat Indonesia, Politeknik Negeri Lampung. Kemudian berbagai Perusahaan seperti Kantor Perbankan, kantor Dinas, Minimarket dan yang lainnya. Serta objek wisata Bukit Aslan dan yang lainnya. Berikut ilustrasi segmentasi secara geografisnya.



**Gambar 5** Ilustrasi Segmentasi Demografis Sambal Salero Minang

b) *Targeting / Target*

- i. Akademisi (dosen dan mahasiswa)
- ii. Dosen usia ( 26-40 tahun)
- iii. Mahasiswa usia (18-23 tahun)
- iv. Masyarakat umum usia ( 18-50 tahun )

c) *Positioning*

Posisi sambal salero minang di pasaran adalah sebagai alternatif menu makanan praktis yang dapat dikonsumsi langsung, serta sebagai produk unik dengan konsep budaya daerah Sumatera Barat.

## 2.5 Problem atau masalah calon konsumen potensial

Gambaran permasalahan yang sekiranya akan terjadi dalam proses usahayang akanberlangsung ini antara lain:

- a) Para orang tua/masyarakat umum rentang usia 30-50 tahun kesulitan mencarigerai/toko yang menjual sambal salero minang.

- b) Para konsumen yang tidak dapat menentukan dan memilih level kepedasan dari sambal salero minang itu sendiri.


## 2.6 Potensial Pasar

Sambal Salero minang selain enak rasanya, disukai banyak orang juga sangat bermanfaat untuk meningkatkan eksistensi kebudayaan Minangkabau dari segi makanan daerah yang diolah dengan sentuhan masa kini. Oleh karena itu target pasar kami adalah semua kalangan baik itu usia tua maupun muda, pelajar, karyawan, mahasiswa dan lain sebagainya. Kami melakukan metode pemasaran secara Online dan Offline. Metode pemasaran yang digunakan lebih mengutamakan penjualan online misalnya *broadcast* WA, tiktok dan Instagram. Pemilihan metode online ini karena memudahkan dalam segi pemasaran dan iklan. Kemudian untuk metode pemasaran offline kami akan membuat dan menentukan lokasi outlet yang strategis yang nantinya berdekatan dengan tempat keramaian dan sering dilalui banyak orang.

### 2.5.1 Customer Persona

Dilansir dari laman *marketeers*, menjelaskan bahwa *Customer persona* adalah konsep penting dalam strategi pemasaran yang membantu untuk memahami pelanggan dengan lebih mendalam. Ini adalah representasi semi-fiktif dari karakteristik, preferensi, dan perilaku pelanggan ideal sehingga meningkatkan pemahaman potensi pasar (Vethitya, 2023). Selama menjalankan program P2MW tahap awal tahun 2023. Tim sambal Salero Minang sudah melakukan analisa Customer Persona ke beberapa pelanggan, dengan rincian sebagai berikut :

**Tabel 1** Analisis potensi pasar metode Customer Persona

| Nama               | Keterangan  | Dokumentasi   |
|--------------------|---|---|
| Ronaldy<br>Ritonga | <ul style="list-style-type: none"><li>• Mahasiswa</li><li>• Umur 21 tahun</li><li>• Hobi olahraga</li><li>• Tempat tinggal di Jl. Airan Raya, Lampung Selatan</li><li>• Asal Sumatera Barat</li><li>• Biaya hidup 1 juta/bulan</li><li>• 15 kali membeli Sambal</li></ul> |  |

|                  | Salero Minang   |  |
|------------------|---|--|
| Fathi<br>Lizardi | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mahasiswa</li> <li>• Umur 22 tahun</li> <li>• Hobi bermain game</li> <li>• Tempat tinggal di Korpri, Bandar Lampung</li> <li>• Asal Sumatera Utara</li> <li>• Biaya hidup 1,5 juta/bulan</li> <li>• 13 kali membeli Sambal Salero Minang</li> </ul>    |   |
| Tassya           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mahasiswa</li> <li>• Umur 21 tahun</li> <li>• Hobi makan pedas</li> <li>• Tempat tinggal di Wayhalim, Bandar Lampung</li> <li>• Asal Sumatera Selatan</li> <li>• Biaya hidup 1,3 juta/bulan</li> <li>• 13 kali membeli Sambal Salero Minang</li> </ul> |  |

Dari table diatas dapat dianalisa menggunakan metode *Customer Persona* bahwa pelanggan setia Sambal Selero Minang berasal dari kalangan anak muda/mahasiswa. Hal ini sesuai dengan target konsumen potensial yang sudah dipaparkan diatas.

#### 2.5.2 Analisa Kompetitor Usaha

Untuk Pesaing produk kami adalah keberadaan kompetitor yang menjalankan bisnis aneka sambal sejenis. Oleh karena itu, untuk bisa memajukan usaha sambal ini perlu diberikan suatu sentuhan yang bisa membedakan usaha ini dengan usaha sejenisnya, mulai dari sambalnya yang memiliki cita rasa makanan Minang Kabau serta berbagai topping pelengkap di dalam sambalnya. Berikut merupakan kompetitor Sambal Salero Minang baik langsung maupun tidak langsung.



**Tabel 2** Analisa Kompetitor Usaha

| Nama Usaha                 | Jenis   | Produk   | Status                    |
|----------------------------|---|--|---------------------------|
| Sambal Bawang Maya         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sambal khas Lampung</li> <li>• Jenis sambal bawang</li> <li>• Varian ikan teri medan, cumi asin dan Ikan Peda</li> <li>• Harga Rp 25.000 /120 gr</li> <li>• Lokasi Bandar Lampung</li> </ul> |    | Kompetitor tidak langsung |
| Sambal Yenyen khas Lampung | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sambal khas Lampung</li> <li>• Jenis sambal bawang</li> <li>• Varian original</li> <li>• Harga Rp 30.000 /350 gr</li> <li>• Lokasi Bandar Lampung</li> </ul>                                 |    | Kompetitor tidak langsung |
| Sambal Fadhila             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sambal khas Minang</li> <li>• Jenis sambal Hijau</li> <li>• Varian teri, tongkol, petai, Ati ampela, jengkol</li> <li>• Harga Rp 35.000 /150 gr</li> <li>• Lokasi Kota Padang</li> </ul>     |   | Kompetitor langsung       |
| Sambal Munik               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sambal khas Minang</li> <li>• Jenis sambal Hijau dan merah</li> <li>• Varian bajak, belacan, original</li> <li>• Harga Rp 40.100 /245 gr</li> <li>• Lokasi Jakarta Timur</li> </ul>          |  | Kompetitor langsung       |

Dari tabel analisa kompetitor diatas, dapat dilihat bahwa kekuatan dari produk Sambal Salero Minang dibanding para pesaing, yaitu: .

- Masih sedikit yang memproduksi sambal dengan dendeng dan variasi lainnya.
- Dijual di area sekitar kampus Institut Teknologi Sumatera dalam radius 5 Km, sehingga sasaran mudah diperoleh.
- Produk yang unik dengan ciri khas Sumatera yang sangat cocok dengan lidah orang Indonesia. Sambal Salero Minang akan dijual di beberapa tempat, menyesuaikan dengan sasaran pasar dengan cara konsinyasi (titip jual) di kantin ITERA, kantin UIN Raden Inten Lampung, Kantin



Organisasi Minang Lampung dan membuka gerai di kontrakan dan juga menjual secara online.

Untuk strategi promosi yang akan kami lakukan adalah sebagai berikut :

- Promosi online melalui broadcast WA, tiktok, Instagram, dan pemasangan iklan di Website
- Spesial promo dengan memberikan diskon untuk jumlah pembelian tertentu, memberikan kupon untuk setiap pembelian 2 produk sambal yang setiap 15 kupon dapat ditukar dengan 1 produk sambal salero minang.
- Mengikuti berbagai bazar dan pameran usaha yang diselenggarakan oleh kampus atau mitra terkait. Contohnya pada tahap awal P2MW tahun 2023 Sambal Salero Minang sudah mengikuti berbagai pameran usaha yang meningkatkan penjualan dan marketing usaha.



**Gambar 6** Bazar Usaha Sambal Salero Minang

## 2.7 Produk (Awal)

Produk Sambal Salero Minang mengalami beberapa beberapa inovasi dimulai dari kegiatan IENTERA tahun 2021, kemudian pada saat program P2MW tahap Awal tahun 2023. Berikut merupakan produk Sambal Salero Minang yang akan diajukan pada tahap bertumbuh P2MW tahun 2024.



**Gambar 7** Produk Sambal Salero Minang

## 2.8 Deferensiasi produk

Sambal Salero Minang adalah program usaha dalam perdagangan sambal kemasan yang memiliki isian suir dendeng yang didirikan pada tanggal 10

November 2021. Melihat trend dan kebiasaan zaman sekarang yang sangat menyukai makan-makanan yang pedas dan peluang pasar yang sangat meyakinkan serta adanya peluang pendanaan bisnis dalam kegiatan IENTERA, Sambal Salero Minang memulai usaha sambalnya dengan melakukan membuat 3 varian sambal, yaitu sambal isi cumi, sambal petai, dansambal suwir dendeng yang merupakan ide awal sambal ini sampai sekarang ini. Dan pada tahun 2023 Sambal Salero Minang mendapatkan pendanaan dan pengembangan usaha pada Program P2MW (Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha) tahap awal.

Sambal Salero Minang sangat banyak diminati oleh mahasiswa ITERA dan masyarakat sekitar, dilihat dari pemesanan awal Sambal Salero Minang yang mencapai 60 botol. Sambal Salero Minang memiliki rasa pedas khas Minangkabau ditambah dengan resep produksi. Sambal Salero Minang sangat cocok dipadukan dengan nasi putih hangat atau makanan lainnya, sehingga sangat praktis untuk dikonsumsi tanpa harus memikirkan lauk pauk untuk menemani saat makan. Dengan rasa yang khas dan memiliki variasi isian sambal akan membuat konsumen tertarik dan ingin membeli produk sambal ini.

Adapun spesifikasi produk sebagai berikut:

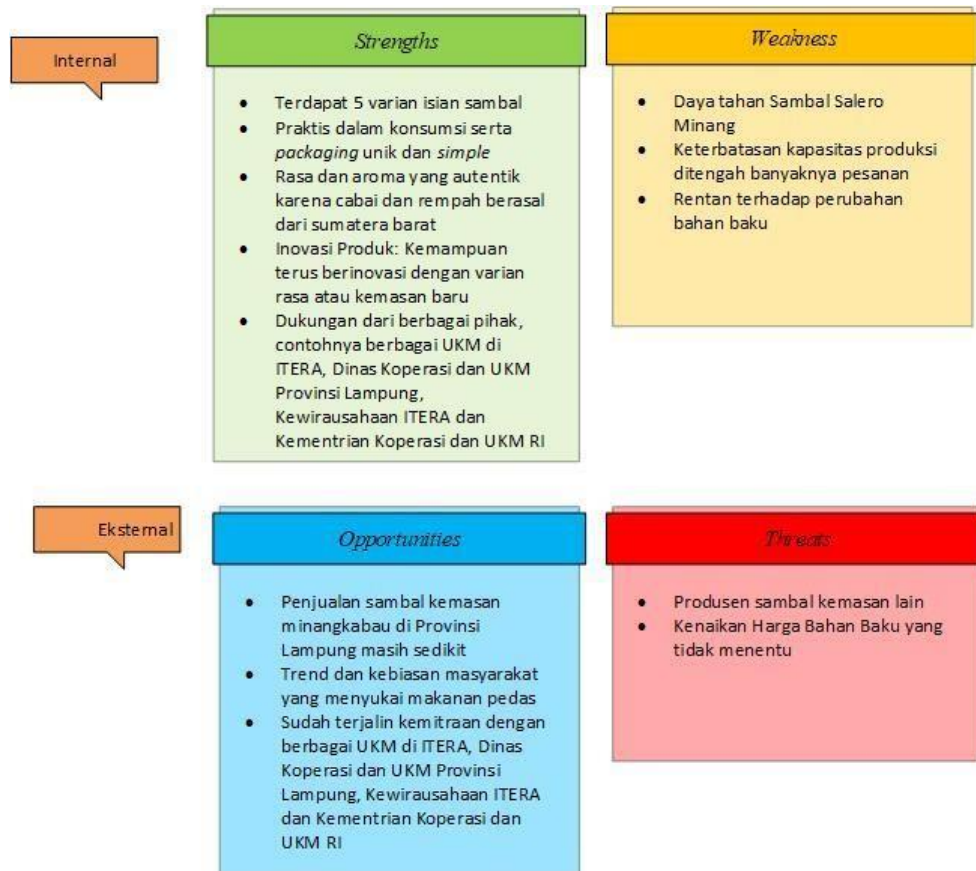
- Bahan : Cabe dan resep produksi
- Dikemas dalam botol plastik yang disegel plastik
- Berat : 120gr
- Sudah memiliki kemasan higienis dengan tutup botol alumunium yang ditutup dengan mesin press.
- Sudah melalui tahap sterilisasi botol untuk menghilangkan bakteri.



**Gambar 8** Produk Sambal Salero Minang

Berdasarkan pengalaman kegiatan P2MW tahap awal tahun 2023, adapun analisis SWOT dari usaha Sambal Salero Minang adalah sebagai berikut :

## Analisis SWOT (Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats)



**Gambar 9** Analisisi SWOT Sambal Salero Minang

### 2.9 Permasalahan dan Kebutuhan Konsumen

Untuk analisa permasalahan dan kebutuhan konsumen tim Sambal Salero minang menggunakan analisis dengan metode *Gain,Pain* dan *What they get*. Adapun analisisnya sebagai berikut :

**Tabel 3** Analisis Permasalahan dan Kebutuhan Konsumen

| <i>Gain</i>  | <i>Pain</i>         | <i>What they get</i>   |
|--|---------------------|--|
| Segel produk yang maksimal                                 | Minyak sambal bocor | Segel produk maksimal dan minyak sambal tidak bocor                |
| Daya tahan sambal lama dengan mengikuti sarana penyimpanan | Daya tahan sebentar | Daya tahan sambal cukup lama dengan sesuai dengan saranpenyimpanan |

|   |  |   |
|---|--|---|
| Memiliki variasi isian                      | Tidak ada variasi isian                        | Memiliki variasi isian  |
| <i>Packaging</i> produk menarik             | Tidak ada <i>packaging</i> produk              | <i>Packaging</i> produk menarik   |
| Praktis dalam konsumsi sambal               | Ribet dalam konsumsi                           | Praktis dalam konsumsi sambal   |
| Dukungan dari berbagai sektor dan komunitas | Belum adanya dukungan dan pangsa pasar sedikit | Dukungan dari mitra dan komunitas dan konsumen setia yang sudah didapat |

## 2.10 Sumber Daya

### 2.9.1 Keahlian masing-masing anggota tim Sambal Salero Minang :

**Tabel 4** Analisis keahlian anggota tim

| N o. | Nama | Posisi         | Tanggung Jawab   | Foto |
|------|------|----------------|--|------|
| 1.   | Nama | Ketua Kelompok | Sebagai penyusun strategi pemasaran serta menjalin kerjasama dengan relasi yang sudah ada.                             |      |
| 2.   | Nama | PIC Keuangan   | Sebagai pengelola dan pelaporan keuangan untuk modal produk, pemasaran serta keuntungan.                               |      |
| 3.   | Nama | PIC Pemasaran  | Sebagai marketing, menganalisis keadaan pasar, melaksanakan survey guna eskalasi penjualan kemudian Sebagai penanggung |      |

|    |      |                             |  |  |
|----|------|-----------------------------|--|--|
|    |      |                             | jawab dalam menjalankan pengiklanan dan pengenalan produk ke masyarakat secara luas serta mengelola platform media sosial penjualan. |  |
| 4. | Nama | PIC Produksi                | Sebagai pengelola produksi dan pengembangan produk sambal salero minang  |  |
| 5. | Nama | PIC Operasional Sumber Daya | Sebagai penanggung jawab dalam operasional dan Sumberdaya Tim.   |  |

## 2.9.2 Sumber daya fisik dan non fisik serta strategi pemasaran produk

### a) Sumber daya fisik dan non fisik

**Tabel 5** Pembagian sumber daya fisik dan non fisik

| Sumber daya fisik   | Sumber daya non fisik  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Daging sapi</li> <li>• Daging cumi</li> <li>• Petai</li> <li>• Ikan teri Medan</li> <li>• Ayam</li> <li>• Cabai</li> <li>• Bawang Merah</li> <li>• Bawang Putih</li> <li>• Garam</li> <li>• Minyak Goreng</li> <li>• Daun salam</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sumber Daya Manusia</li> <li>• Kemampuan</li> <li>• Pengalaman</li> <li>• Kepelatihan</li> <li>• Manajemen keuangan</li> <li>• Manajemen marketing dan pemasaran</li> </ul> |

- |              |  |
|--------------|--|
| • Daun jeruk |  |
|--------------|--|

b) Strategi Pemasaran Produk

- *Offline/langsung*
  - Promosi secara *Face by face*

Tim Sambal Salero Minang akan memingkatkan pemasaran *face by face* untuk usulan tahap bertumbuh P2MW tahun 2024. Strategi ini dinilai berhasil dan dapat meningkatkan pangsa pasar. Berikut adalah dokumentasi kegiatan pemasaran yang dilakukan.



**Gambar 10** Promosi secara Face by face

- Membuka stand jualan saat acara kampus

Tim Sambal Salero Minang akan memingkatkan pemasaran dengan cara membuka stand saat acara dikampus untuk usulan tahap bertumbuh P2MW tahun 2024. Strategi ini dinilai berhasil dan dapat meningkatkan pangsa pasar pada tahun sebelumnya.



**Gambar 11** Promosi dengan membuka stand saat acara

- Memasang poster/brosur yang menarik di kampus

Tim Sambal Salero Minang akan memingkatkan pemasaran dengan cara memasang poster menarik dikampus untuk usulan tahap bertumbuh P2MW tahun 2024. Strategi ini dinilai berhasil dan dapat meningkatkan pangsa pasar pada tahun sebelumnya.





**Gambar 12** Pemasangan Poster Menarik untuk Promosi

➤ Melakukan Kerjasama dengan komunitas dan pihak terkait

Untuk meningkatkan strategi pemasaran produk Tim Sambal Salero minang sudah melakukan Kerjasama dengan berbagai pihak. Untuk usulan P2MW tahap bertumbuh tahun 2024 kerjamasa ini akan terus ditingkatkan baik itu dengan mitra lokal Provinsi Lampung maupun Nasional. Beberapa Kerjasama mitra yang sudah dilakukan adalah sebagai berikut:



**Gambar 13** Mitra Kerja Sama Sambal Salero Minang

➤ *Branding*

Branding melalui Logo dan Tagline yang unik agar produk mudah diingat pelanggan. Kini sambal salero minang mempunyai *tagline* “Sabana Lamak Sabana Rancak”, dengan arti sangat bagus dan sangat enak.

Logo :



**Gambar 14** Logo Sambal Salero Minang

- *Online*

Dikutip dari kompas.com pengguna internet indonesia periode Maret hingga 14 April 2019 yaitu 171,17 juta atau sekitar 64,8% dari total populasi. Dikutip dari liputan6.com pada tanggal 25 Juni 2019 Indonesia menduduki peringkat ke-4 pengguna Facebook dan Instagram terbanyak didunia, dimana 120 juta jiwa menggunakan Facebook, 56 juta jiwa menggunakan Instagram. Dari data tersebut peluang untuk memasarkan produk menggunakan media online / internet sangatlah besar. Sambal Salero Minang memanfaatkan media online untuk memasarkan produk dengan menggunakan teknik pemasaran sebagai berikut :

- **Iklan** : Menggunakan Google Ads, Facebook dan Instagram Ads ,tiktok, dan *paid promote*
- **Endorsement**: Bekerjasama dengan *influencer* pada makanan
- untuk mempromosikan produk Sambal Salero Minang
- **Giveaway**: Mengadakan kuis sederhana berhadiah produk SambalSalero Minang untuk menarik pengunjung baru
- **Konten Viral**: Membuat konten yang sedang banyak dibicarakan dengan nyisipkan produk Sambal Salero Minang.



Gambar 15 Teknik pemasaran Sambal Salero Minang

- **Data Reseacrh**. Sambal Salero Minang melakukan riset data menggunakan Google Analytics, Google Tranding, Twitter Trending, Facebook Insight, dan Instagram Insight untuk menentukan target beriklan serta menuntukan topik yang sedang ramai diperbincangkan (Viral), agar iklan lebih tertarget dan konten yang dibuat lebih relevan.
- **Menentukan Target**. Dari data riset yang telah diperoleh kemudian mengerucutkan target seperti wilayah, minat, gender dan lainnya.



- **Mengelompokkan Target.** Setelah target diperoleh kemudian target dikelompokkan menjadi 3 golongan sebagai berikut :
  - Golongan dingin (*cold*) adalah target yang belum tahu sama sekali tentang brand dan produk SambalSalero Minang.
  - Golongan hangat (*warm*) adalah target yang telah berinteraksi dengan tapi belum melakukan transaksi pembelian.
  - Golongan panas (*Hot*) adalah target yang telah melakukan transaksi atau telah membeli produk SambalSalero Minang.
- **Membuat Konten.** Setelah target dikelompokkan menjadi beberapa golongan kemudian membuat konten sesuai dengan golongan target yang telah ditentukan
  - Target *cold*, membuat konten yang berisi edukasi tentang brand dan produk Sambal Salero Minang.
  - Target *warm*, membuat konten yang berisikan tentang promoseperti mengadakan diskon, gratis ongkir, dan lainnya.
  - Target *Hot*, membuat konten yang berisikan fitur terbaru, produk terbaru dan lainnya.
  - Membuat konten viral untuk mendatangkan lebih banyak pengunjung.

Pada saat pelaksanaan usaha tahapan awal P2MW tahun 2023, tim Sambal Salero minang sudah melakukan strategi pemasaran produk secara online, baik itu melalui *Broadcast* WA, konten menarik di IG, LinkedIn, Tiktok dan lainnya. Hal tersebut dianggap efektif dan akan ditingkatkan pada usulan P2MW tahap berkembang tahun 2024 ini. Dokumentasi pemasaran online yang sudah dilakukan adalah sebagai berikut :



**Gambar 16** Konten viral dan menarik untuk promosi online

### BAB III

#### RANCANGAN ANGGARAN BIAYA KEUANGAN

#### 3.1 Anggaran biaya variabel untuk produk sambal

Berdasarkan pengalaman selama mengikuti program tahapan awal P2MW tahun 2023 berikut ini adalah anggaran biaya produksi sambal per 100 produk untuk usulan tahap bertumbuh P2MW tahun 2024.

**Tabel 6** Anggaran biaya produksi 100 produk sambal

| Komponen                    | Biaya per 100 Produk |
|-----------------------------|----------------------|
| Minyak Goreng 10 Liter      | Rp. 150.000          |
| Daging Sapi 1 Kg            | Rp.130.000           |
| Cumi 1 Kg                   | Rp. 100.000          |
| Petai 2 Papan               | Rp. 50.000           |
| Bumbu Dapur :               |                      |
| 1. Bawang Merah/2kg         | Rp. 70.000           |
| 2. Bawang Putih/1,5kg       | Rp. 45.000           |
| 3. Daun Jeruk               | Rp. 4.000            |
| 4. Cabai Merah Keriting/2kg | Rp. 130.000          |
| 5. Cabai Rawit/2kg          | Rp. 130.000          |
| 6. Cabai Setan/1,5kg        | Rp. 90.000           |
| 7. Serai                    | Rp. 4.000            |
| 8. Daun Salam               | Rp. 6.000            |
| 9. Jahe                     | Rp. 4.000            |
| 10. Ketumbar                | Rp. 6.000            |
| 11. Garam                   | Rp. 20.000           |
| 12. Daun salam 50 lembar    | Rp. 28.000           |
| 13. Gula Pasir 1 Kg         | Rp. 10.000           |
| 14. Serai 1 ikat            |                      |
| <b>JUMLAH</b>               | <b>Rp. 1.130.000</b> |

Biaya Total Produksi / 100 Produk = **Rp 977.000**

Biaya Produksi / produk = **Rp 9.770**

### 3.2 Laporan Arus kas Sambal Salero Minang

Beriku ini merupakan laporan arus kas Sambal Salero Minang pada program P2MW tahapan awal tahun 2023.

**Tabel 7** Laporan Arus Kas sambal Salero Minang

| Sambal Salero Minang                                |                       |               |              |               |
|---|-----------------------|---------------|--------------|---------------|
| Proyeksi Laporan Rugi Laba                          |                       |               |              |               |
| Untuk Periode Yang Berakhir (Januari-Februari 2023) |                       |               |              |               |
| Pendapatan (Bulan)                                  |                       | Januari       | Februari     | Total         |
|   | Penjualan             | Rp4.622.000   | Rp1.800.000  | Rp6.422.000   |
|   | Total Pendapatan      | Rp4.622.000   | Rp1.800.000  | Rp6.422.000   |
| Harga Pokok Penjualan (HPP)                         |                       | Januari       | Februari     | Total         |
|   | Harga Pokok Penjualan | Rp.2.100.000  | Rp. 500.0000 | Rp. 2.600.000 |
| Total Harga Pokok Penjualan                         |                       | Rp.2.100.000  | Rp. 500.0000 | Rp. 2.600.000 |
| Total Laba Kotor                                    |                       | Rp. 3.882.000 |              |               |
| Beban-beban :                                       |                       |               |              |               |
|   | Beban Listrik         | Rp. 50.000    | Rp. 50.000   | Rp. 100.000   |
| Total Beban   |                       | Rp. 50.000    | Rp. 50.000   | Rp. 100.000   |
| Laba/Rugi Bersih                                    |                       | Rp. 3.782.000 |              |               |

| <b>Sambal Salero Minang</b>                                |                             |              |              |                      |
|--|-----------------------------|--------------|--------------|----------------------|
| <b>Proyeksi Laporan Rugi Laba</b>                          |                             |              |              |                      |
| <b>Untuk Periode Yang Berakhir (Januari-Februari 2023)</b> |                             |              |              |                      |
| <b>Pendapatan (Bulan)</b>                                  |                             | Januari      | Februari     | <b>Total</b>         |
|  | Penjualan                   | Rp4.622.000  | Rp1.800.000  | Rp6.422.000          |
|  | <b>Total Pendapatan</b>     | Rp4.622.000  | Rp1.800.000  | Rp6.422.000          |
| <b>Harga Pokok Penjualan (HPP)</b>                         |                             | Januari      | Februari     | <b>Total</b>         |
|  | Harga Pokok Penjualan       | Rp.2.100.000 | Rp. 500.0000 | Rp. 2.600.000        |
|  | Total Harga Pokok Penjualan | Rp.2.100.000 | Rp. 500.0000 | <b>Rp. 2.600.000</b> |

|                         |               |                      |            |             |
|-------------------------|---------------|----------------------|------------|-------------|
| <b>Total Laba Kotor</b> |               | <b>Rp. 3.882.000</b> |            |             |
| <b>Beban-beban :</b>    |               |                      |            |             |
|                         | Beban Listrik | Rp. 50.000           | Rp. 50.000 | Rp. 100.000 |
| <b>Total Beban</b>      |               | Rp. 50.000           | Rp. 50.000 | Rp. 100.000 |
| <b>Laba/Rugi Bersih</b> |               | <b>Rp. 3.782.000</b> |            |             |

### 3.3 Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran

**Tabel 8** Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran

| Kegiatan Utama                           | Rencana                                       |                                |           |                   |              |  | PenanggungJawab                   |
|--|---|--------------------------------|-----------|-------------------|--------------|--|-----------------------------------|
|  | Kegiatan                                      | Jenis Barang                   | Kuantitas | Harga Satuan (Rp) | Jumlah (Rp)  | Target Capaian                                 |                                   |
|  | A   | B                              | C         | D                 | E=C x D      | F= Output A                                    |                                   |
| Pengembangan Pasar dan salurandistribusi | Melakukan Promosi dan Pemasaran Secara Luring | Tripod Banner (Sign & Display) | 2         | Rp.300.000        | Rp. 600.000  | Produk menjadi dikenal oleh masyarakat sekitar | PIC Pemasaran (Aura Nadya Nabila) |
|  |   | Cetak Brosur Promosi A6        | 5.000     | Rp. 300           | Rp.1.500.000 |  |                                   |
|  |   | Tenda Outdoor Jualan           | 1         | Rp. 750.000       | Rp. 750.000  |  |                                   |
|  |   | Meja Lipat                     | 1         | Rp. 400.000       | Rp. 400.000  |  |                                   |
|  |   | Spanduk Promosi                | 1         | Rp. 300.000       | Rp. 300.000  |  |                                   |
|  |   | Papan Tulis Promosi            | 1         | Rp. 200.000       | Rp.200.000   |  |                                   |

|                           |   |                           |      |               |               |   |   |
|---------------------------|---|---------------------------|------|---------------|---------------|---|---|
|                           | Melakukan Promosi dan Pemasaran Secara Daring | Instagram Ads             | 1    | Rp. 1.050.000 | Rp. 1.050.000 | Produk bisa dipasarkan dan dilihat 3000 oleh akundi Instagram   | PIC Pemasaran (Aura Nadya Nabila)                 |
|                           |   | Website                   | 1    | Rp. 1.500.000 | Rp. 1.500.000 | Pusat Informasi Produk dan Menjadi tempat melakukan pesanan Online  |   |
|                           | Pembuatan Foto Produk                         | Foto untuk katalog produk | 1    | Rp. 500.000   | Rp. 500.000   | Konsumen tertarik dengan brand Sambal Salero ditandai dengan naiknya Insight Kunjungan Media Sambal Salero Minang |   |
|                           | Pembuatan Video Promosi                       | Video Promosi             | 1    | Rp. 1.000.000 | Rp. 1.000.000 |   |   |
| Pengembangan Produk/Riset | Pembaharuan Kemasan                           | Dus Produk                | 300  | Rp. 3.000     | Rp. 900.000   | Kenyamanan Konsumen Saat Menerima Produk  | PIC Operasional Sumber Daya (Aidi Tahdidil Fikri) |
|                           |   | Paper Bag                 | 1000 | Rp.500        | Rp. 500.000   |   |   |

|          |   |   |     |             |              |   |                                       |
|----------|---|---|-----|-------------|--------------|---|---------------------------------------|
|          |   | Kemasan <i>Full</i><br>Foil 15x20             | 400 | Rp.500      | .Rp. 200.000 | Kebaharuan<br>Sambal Salero<br>Minang dari Versi<br>Varian Ukuran   |                                       |
|          |   | Standing<br>Pouch                             | 500 | Rp. 1000    | Rp.500.000   | Kebaharuan Sambal<br>Salero Minang dari<br>Versi Bentuk<br>Kemasan  |                                       |
| Produksi | Pengawetan<br>Sambal untuk<br>Meningkatkan<br>Ketahanan<br>Simpan | Natrium<br>Benzoat<br>T&T<br>Chemical 1<br>Kg | 10  | Rp. 86.000  | Rp. 860.000  | Meningkatkan<br>masa simpan<br>sambal sehingga<br>dapat bertahan<br>lebih lama tanpa<br>mengalami<br>kerusakan atau<br>kehilangan<br>kualitasnya. | PIC<br>Produksi<br>(Rafi<br>Juniarta) |
|          | Produksi dan<br>Pengolahan<br>Sambal                              | Blender<br>Oxone                              | 1   | Rp. 850.000 | Rp. 850.000  | Efektifnya dan<br>Efisiennya jalannya<br>produksi   |                                       |
|          |   | Kompor<br>Besar                               | 1   | Rp. 500.000 | Rp. 500.000  |   |                                       |
|          |   | Gas Elpiji                                    | 1   | Rp. 200.000 | Rp. 200.000  |   |                                       |



|   |                             |                       |       |               |               |   |  |
|---|-----------------------------|-----------------------|-------|---------------|---------------|---|--|
|   |                             | Sendok Takar          | 1     | Rp. 90.000    | Rp. 90.000    | Terjaganya isi sambal, meningkatkan daya tarik konsumen   |  |
|   | Pengemasan Sambal           | Botol Pet Can 75 X 40 | 1.000 | Rp. 4.000     | Rp. 4.000.000 |   |  |
|   |                             | Label Botol Produk    | 100   | Rp. 15.000    | Rp. 1.500.000 |   |  |
| Legalitas, Perizinan, sertifikasi, dan Standarisasi | Sertifikasi Terhadap Produk | Sertifikasi PIRT      | 1     | Rp. 500.000   | Rp. 500.000   | Meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas pangsa pasar, dan memastikan kepatuhan hukum, yang semuanya berkontribusi pada kesuksesan dan keberlanjutan bisnis sambal Anda. | Ketua Kelompok (Fadilla Raidatul Assifa) |
|   |                             | Sertifikasi Halal     | 1     | Rp. 1.000.000 | Rp. 1.000.000 |   |  |
|   |                             | Sertifikasi HAKI      | 1     | Rp. 500.000   | Rp. 500.000   |   |  |
| Belanja ATK dan Penunjang                           | Buku Notes                  | Buku Catatan          | 2     | Rp. 50.000    | Rp. 100.000   | Catatan Produksi dan Keuangan   | PIC Keuangan (Azzahra Auliafitri Raelka) |
| TOTAL   |                             |                       |       |               | Rp.20.000.000 |   |  |

## PENUTUP

Dalam mengakhiri proposal pengajuan wirausaha untuk usaha Sambal Salero Minang, kami telah memaparkan secara rinci mengenai *noble purpose*, konsumen potensial, penjelasan produk, sumber daya, pemasaran, kemudian proyeksi keuangan yang realistis dan memberikan gambaran mengenai potensi pengembangan usaha di masa depan.

Dengan didukung pengalaman dan keahlian yang dimiliki oleh tim Sambal Salero Minang, kami yakin bahwa usaha sambal Sambal Salero Minang memiliki peluang yang sangat baik dan sukses di pasaran.

Oleh karena itu, kami mengajukan permohonan untuk mendapatkan dukungan pada program P2MW usaha bertumbuh tahun 2024. Dukungan ini memungkinkan kami untuk membangun dan mengembangkan usaha ini lebih cepat dan efisien, serta membuka peluang bagi kami untuk berinovasi dan memperluas pasar sambal khas Minang di Indonesia.

Lampung Selatan, 06 Maret 2024

Tim Sambal Salero Minang

## DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, R. (2022) 'Mengenal Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP) Marketing', *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang*. Universitas Muhammadiyah Semarang. Available at: <https://bemfe.unimus.ac.id/mengenal-segmenting-targeting-dan-positioning-stp-marketing/>.
- Lubis, P. (2022) *Penduduk Menurut Kelompok Umur (Jiwa), 2020-2022, Lampung, Badan Pusat Statistika Provinsi Lampung*. Available at: <https://lampung.bps.go.id/indicator/12/46/1/penduduk-menurut-kelompok-umur.html>.
- Putri sentosa (2022) *10 Makanan Indonesia yang Diakui Sebagai Makanan Terenak di Dunia, CNN Indonesia*. Available at: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20221003110442-262-855611/10-makanan-indonesia-yang-diakui-sebagai-makanan-terenak-di-dunia> (Accessed: 6 March 2024).
- Vethitya, M. (2023) *4 Teknik Memaksimalkan Customer Persona dalam Strategi Pemasaran, marketeers*. Available at: <https://www.marketeers.com/4-teknik-memaksimalkan-customer-persona-dalam-strategi-pemasaran/> (Accessed: 6 March 2024).

## LAMPIRAN

### 1. BIODATA PEMBIMBING

#### 1.1. Identitas Diri

|     |                          |  |
|-----|--------------------------|--|
| 1.  | Nama Lengkap             |  |
| 2.  | Jenis Kelamin            |  |
| 3.  | Jabatan Fungsional       |  |
| 4.  | NIP/NIK/NRK              |  |
| 5.  | NIDN/NIDK                |  |
| 6.  | Tempat dan Tanggal Lahir |  |
| 7.  | E-mail                   |  |
| 8.  | Nomor Telepon/HP         |  |
| 9.  | Alamat Kantor            |  |
| 10  | No. Telp/Fax             |  |
| 11. | Matakuliah yang diampu   |  |

#### 1.2. Riwayat Pendidikan

|                               |     |     |    |
|-------------------------------|-----|-----|----|
|                               | S-1 | S-2 | S3 |
| Nama Perguruan Tinggi         |     |     |    |
| Bidang Ilmu                   |     |     |    |
| Tahun Masuk-Lulus             |     |     |    |
| Judul Skripsi/Tesis/Disertasi |     |     |    |
| Nama Pembimbing/Promotor      |     |     |    |

#### 1.3. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

|    |       |                  |                  |                  |
|----|-------|------------------|------------------|------------------|
| No | Tahun | Judul Penelitian | Sumber Pendanaan | Jumlah (Juta Rp) |
|    |       |                  |                  |                  |

|   |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
| 2 |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |

#### 1.4. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

| No | Tahun | Judul Penelitian | Sumber Pendanaan | Jumlah (Juta Rp) |
|----|-------|------------------|------------------|------------------|
| 1  |       |                  |                  |                  |
| 2  |       |                  |                  |                  |
| 3  |       |                  |                  |                  |
| 4  |       |                  |                  |                  |

#### 1.5. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal 5 Tahun Terakhir

| No. | Judul Artikel Ilmiah | Nama Jurnal | Volume/<br>Nomor/Tahun |
|-----|----------------------|-------------|------------------------|
| 1   |                      |             |                        |
| 2   |                      |             |                        |
| 3   |                      |             |                        |
| 4   |                      |             |                        |

1.6. Pemakalah Seminar Ilmiah (Oral Presentation) Dalam 5 Tahun Terakhir

| No. | Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar | Judul Artikel Ilmiah | Waktu dan Tempat |
|-----|-------------------------------|----------------------|------------------|
| 1   |                               |                      |                  |
| 2   |                               |                      |                  |
| 3   |                               |                      |                  |
| 4   |                               |                      |                  |
| 5   |                               |                      |                  |

1.7. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

| No. | Judul Buku | Tahun | Jumlah Halaman | Penerbit |
|-----|------------|-------|----------------|----------|
|     |            |       |                |          |
|     |            |       |                |          |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|

#### 1.8. Perolehan HKI dalam 10 tahun terakhir

| No | Judul /Tema HKI | Tahun | Jenis | Nomor P/ID |
|----|-----------------|-------|-------|------------|
|    |                 |       |       |            |
|    |                 |       |       |            |
|    |                 |       |       |            |
|    |                 |       |       |            |
|    |                 |       |       |            |
|    |                 |       |       |            |
|    |                 |       |       |            |
|    |                 |       |       |            |
|    |                 |       |       |            |

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi sebagai dosen pembimbing dari tim Sambal Salero Minang di dalam Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha.

Lampung Selatan, 06 Maret 2024  
Pembimbing Pengusul

( Nama Dosen Pembimbing )  
NRK.

## 2. BIODATA KETUA

- Nama Lengkap :
- NIM
- Semester
- Program Studi :
- Jurusan :
- Nomor Telp
- Email :
- Nama Orangtua/Wali :
- Nomor Telp
- Riwayat Pendidikan Mahasiswa

| No. | Jenjang | Nama Sekolah | Tempat<br>(kabupaten) | Jurusan | Tahun<br>lulus |
|-----|---------|--------------|-----------------------|---------|----------------|
| 1.  | SD      |              |                       |         |                |
| 2.  | SLTP    |              |                       |         |                |
| 3.  | SLTA    |              |                       |         |                |

- Prestasi yang pernah diraih
- Pengalaman Kegiatan Wirausaha
- Pengalaman Keorganisasian
- Pengalaman Kegiatan Lain

Lampung Selatan, 10 Maret 20223

Mahasiswa,



### 3. BIODATA ANGGOTA 1

- Nama Lengkap :
- NIM
- Semester
- Program Studi :
- Jurusan :
- Nomor Telp
- Email :
- Alamat Rumah/Asal :
- Nama Orangtua/Wali :
- Nomor Telp
- Riwayat Pendidikan :

| No. | Jenjang | Nama Sekolah | Tempat<br>(kabupaten) | Jurusan | Tahun<br>lulus |
|-----|---------|--------------|-----------------------|---------|----------------|
| 1.  | SD      |              |                       |         |                |
| 2.  | SLTP    |              |                       |         |                |
| 3.  | SLTA    |              |                       |         |                |

- Prestasi yang pernah diraih
- Pengalaman Kegiatan Wirausaha
- Pengalaman Keorganisasian
- Pengalaman Kegiatan Lain

Lampung Selatan, 06 Maret 2023  
Mahasiswa,

#### 4. BIODATA ANGGOTA 2

- Nama Lengkap :
- NIM
- Semester
- Program Studi :
- Fakultas :
- Nomor Telp
- Email :
- Alamat Rumah/Asal :
- Nama Orangtua/Wali :
- Nomor Telp
- Riwayat Pendidikan Mahasiswa

| No. | Jenjang | Nama Sekolah | Tempat<br>(kabupaten) | Jurusan | Tahun<br>lulus |
|-----|---------|--------------|-----------------------|---------|----------------|
| 1.  | SD      |              |                       |         |                |
| 2.  | SLTP    |              |                       |         |                |
| 3.  | SLTA    |              |                       |         |                |

- Prestasi yang pernah diraih
- Pengalaman Kegiatan Wirausaha
- Pengalaman Keorganisasian Pengalaman Kegiatan Lain
  - Panitia Amazing Tournament Of Smantika
  - Divisi acara batagak gala IKM ITERA Maret 2023
  - Volunteer Baliak Ka Nagari 2023 dan 2024
  - Panitia operasional first gathering Teknik Biomedis 2023
  - Sebagai mentor/daplok dalam pengembangan sumber daya keluarga IKM ITERA 2023

Lampung Selatan, 10 Maret 2023

Mahasiswa,

## 5. BIODATA ANGGOTA 3

- Nama Lengkap :
- NIM
- Semester
- Program Studi :
- Fakultas :
- Nomor Telp
- Email :
- Alamat Rumah/Asal :
- Nama Orangtua/Wali :
- Nomor Telp
- Riwayat Pendidikan Mahasiswa

| No. | Jenjang | Nama Sekolah | Tempat<br>(kabupaten) | Jurusan | Tahun<br>lulus |
|-----|---------|--------------|-----------------------|---------|----------------|
| 1.  | SD      |              |                       |         |                |
| 2.  | SLTP    |              |                       |         |                |
| 3.  | SLTA    |              |                       |         |                |

- Prestasi yang pernah diraih
  - Pengalaman Kegiatan Wirausaha
  - Pengalaman Keorganisasian
  - Pengalaman Kegiatan Lain

Lampung Selatan, 10 Maret 2023

Mahasiswa,

## 6. BIODATA ANGGOTA 4

- Nama Lengkap :
- NIM
- Semester
- Program Studi :
- Fakultas :
- Nomor Telp
- Email :
- Alamat Rumah/Asal :
- Nama Orangtua/Wali :
- Nomor Telp
- Riwayat Pendidikan Mahasiswa

| No. | Jenjang | Nama Sekolah | Tempat<br>(kabupaten) | Jurusan | Tahun<br>lulus |
|-----|---------|--------------|-----------------------|---------|----------------|
| 1.  | SD      |              |                       |         |                |
| 2.  | SLTP    |              |                       |         |                |
| 3.  | SLTA    |              |                       |         |                |

- Prestasi yang pernah diraih
- Pengalaman Kegiatan Wirausaha
- Pengalaman Keorganisasian
- Pengalaman Kegiatan Lain

-

Lampung Selatan, 7 Maret 2024

Mahasiswa,

## A. Dokumentasi Program P2MW Tahap Awal tahun 2023

### a) Dokumentasi Pembelian Peralatan Usaha



### b) Dokumentasi Produksi Sambal Salero Minang



### c) Dokumentasi Penjualan Sambal Salero Minang







d) Dokumentasi mengikuti kegiatan bazar dan stand Sambal Salero Minang



e) Dokumentasi diskusi rutin dengan Dosen Pembimbing dan Diskusi Tim SSM



f) Dokumentasi Pelatihan Kewirausahaan yang diikuti oleh Tim Sambal Salero Minang



g) Dokumentasi Branding Usaha Sambal Salero Minang melalui pemberian materi Kewirausahaan di ITERA





h) Dokumentasi Branding Sambal Salero Minang melalui laman berita online

**Mahasiswa ITERA dan Pemuda Sumatera Barat Ikuti Pelatihan dan Mentoring Entreprenur Kemenkop UKM**

**PERS NASIONAL**

**UDA Rahmat Saleh Bantu UKM**

**Andalas-Time**  
Media Informasi Rakyat

**PT PATRA ANDALAS SURKES**  
Mengucapkan  
"Marhaban Ya  
Ramadhan"

**JMSI**  
JAMKIN MEDIA BERKEMAJUAN

**UDA Rahmat Saleh**