

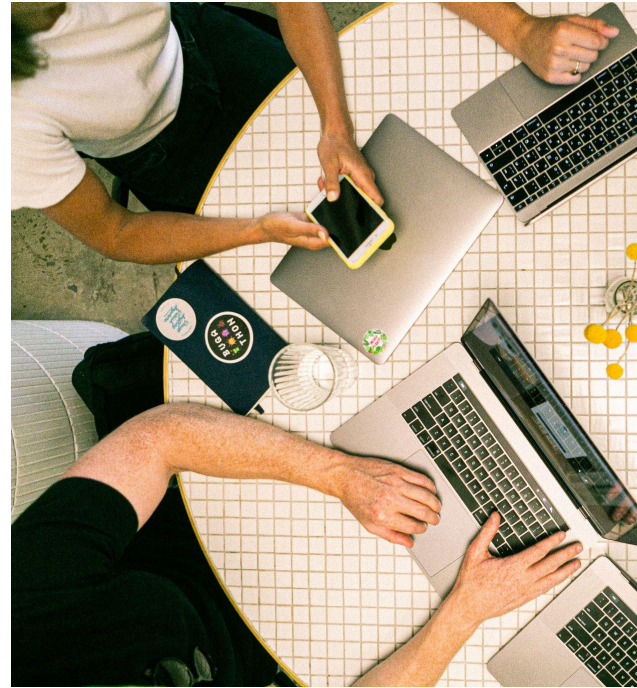
# Project Proposal



This Project Proposal is made for Fulfilling the final project of the Organization and Functional Business Course 2023.

## Group 08 Members :

Krisna Setia Himawhan	- 5026221017
Shof Watun Niswah	- 5026221043
Dewi Maharani	- 5026221046
M. Fazle Mawla S.	- 5026221110
M. Irsyad Fahmi	- 5026221187



**Departemen Sistem Informasi  
Fakultas Teknologi Elektro dan Informatika Cerdas  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
Surabaya  
2023**

# Daftar Isi

Sampul Depan.....	0
Daftar Isi.....	2
Latar Belakang.....	3
Visi & Misi Perusahaan.....	5
Budaya yang ingin dikembangkan Perusahaan.....	6
Analisis SWOT Perusahaan yang akan dikembangkan.....	7

# Latar Belakang

Di era modern ini, kegiatan berbisnis perlu digandrungi oleh banyak kalangan. Terutama kalangan pemuda-pemudi juga perlu terlibat dalam kegiatan berbisnis. Tentunya beberapa faktor di era sekarang akan mendorong pemuda-pemudi untuk menggandrungi kegiatan berbisnis seperti kehadiran internet dan teknologi yang mempermudah akses informasi dan komunikasi antar individu. Dengan kemudahan akses informasi, para pemuda-pemudi memiliki akses ke berbagai peluang bisnis yang lebih banyak dan beragam. Lalu Tren kewirausahaan juga semakin berkembang dan menjadi populer di kalangan pemuda-pemudi. Banyak sekolah atau universitas kini menyediakan program pendidikan yang fokus pada kewirausahaan. Selain itu, media sosial juga turut mempopulerkan kewirausahaan melalui kisah-kisah sukses para pengusaha muda. Lagipula, pemuda-pemudi saat ini lebih mandiri secara finansial dan memiliki akses ke sumber daya yang lebih banyak, baik melalui penghasilan pribadi maupun bantuan orang tua. Hal ini membuat mereka memiliki modal awal yang cukup untuk memulai bisnis. Bisnis juga memungkinkan para pemuda-pemudi untuk memiliki fleksibilitas dalam menentukan waktu kerja mereka sendiri. Hal ini memungkinkan mereka untuk menyesuaikan jadwal kerja dengan kebutuhan dan aktivitas mereka sehari-hari.

Jika melihat kondisi bisnis di lingkungan sekitar Surabaya, kondisi bisnis di sekitar kota ini sangat bervariasi tergantung pada industri dan sektor bisnis tertentu. Beberapa sektor bisnis yang berkembang pesat di Surabaya antara lain industri manufaktur, perdagangan, jasa, pertanian, dan pariwisata. Industri manufaktur terutama berfokus pada pengolahan makanan, minuman, dan produk tekstil, sedangkan perdagangan dan jasa berkembang pesat dengan adanya pusat perbelanjaan modern dan sejumlah pusat bisnis di kota ini. Berdasarkan hal tersebut, muncullah sebuah ide bisnis bidang FnB (Food & Beverages\_ yang ingin kami kembangkan diantaranya yaitu bisnis Coffee Shop, Donut Store, Souffle Pancake, dan Superb's Bento.



Namun tentunya, kami tidak dapat memilih untuk mengembangkan semua ke-4 ide tersebut secara bersamaan, atau saja mungkin terdapat salah satu ide yang kurang cocok dengan kondisi kami sebagai pelaku bisnis pemula. Misalnya, kami memiliki keterhalangan di bagian pendanaan yang mana kami hanya sanggup mengeluarkan uang paling maksimal yaitu 50 juta rupiah mengingat status kami yang saat ini belum berpenghasilan, juga keterbatasan waktu atau ruang bergerak untuk berkembang karena mengingat status kami masih sebagai mahasiswa yang berarti kami juga memilih kewajiban prioritas lain utama selain fokus dalam mengembangkan bisnis kami. Maka dari itu, digunakanlah DSS atau Decision Support System untuk dapat membantu dalam memudahkan pengambilan keputusan kami terhadap manakah opsi ide bisnis yang paling terbaik untuk kami ambil mengingat ketersediaan dengan kemampuan kami saat ini.



# DECISION SUPPORT SYSTEM



## 1. IDENTIFYING A PROBLEM

Menentukan jenis bisnis mana yang paling cocok dengan kriteria kemampuan kami untuk dikembangkan

## 2. IDENTIFYING DECISION CRITERIA

1. Modal < 50 juta
2. Mudah diproduksi
3. Banyak peminat
4. Akses lokasi mudah
5. Mudah dikembangkan
6. Profit besar
7. Lengkap

## 3. ALLOCATING WEIGHTS TO THE CRITERIA

1. Modal < 50 juta	=	10
2. Mudah diproduksi	=	8
3. Banyak peminat	=	8
4. Akses lokasi mudah	=	7
5. Mudah dikembangkan	=	9
6. Profit besar	=	10
7. Lengkap	=	8

## 4. DEVELOPING ALTERNATIVES

Developing Alternatives						
Alternative Analysis						
Business Alternatives	Modal < 50 jt	Mudah diproduksi	Banyak peminat	Akses lokasi mudah	Mudah dikembangkan	Profit besar
Coffee Shop	8	8	10	7	9	8
Donut	9	9	9	9	9	7
Bento	10	10	10	10	9	10
Pancake	9	8	8	9	9	8

## 5. ANALYZING ALTERNATIVES

Analyzing Alternatives						
Alternative Analysis						
Business Alternatives	Modal < 50 jt	Mudah diproduksi	Banyak peminat	Akses lokasi mudah	Mudah dikembangkan	Profit besar
Coffee Shop	80	64	80	49	81	64
Donut	90	72	72	63	81	72
Bento	100	80	80	70	81	80
Pancake	90	64	64	63	81	64

## 6. SELECTING AN ALTERNATIVES

Selecting an Alternatives						
Alternative Analysis						
Business Alternatives	Modal < 50 jt	Mudah diproduksi	Banyak peminat	Akses lokasi mudah	Mudah dikembangkan	Profit besar
Coffee Shop	80	64	80	49	81	64
Donut	90	72	72	63	81	72
Bento	100	80	80	70	81	80
Pancake	90	64	64	63	81	64

## 7. IMPLEMENTING AN ALTERNATIVES



Mulai untuk mengembangkan bisnis bento yaitu bernama "Superb's Bento".

## 8. EVALUATING DECISION EFFECTIVENESS

Dilanjutkan dan kembali ke tahap 1 jika dirasa keputusan yang dihasilkan kurang tepat.

Melalui Decision Support System atau DSS yang telah dibuat, membuat bisnis bento merupakan pilihan yang akan diambil. Berdasarkan DSS, Hal-hal yang menjadi penyebab mengapa bento menjadi pilihan yaitu dikarenakan untuk membuka bisnis bento, modal yang perlu dikeluarkan kurang dari 50 juta. Selain itu, bisnis ini mudah diproduksi dan memiliki akses lokasi yang mudah. Bisnis juga dapat menghasilkan profit besar dibandingkan opsi bisnis yang lain. Sehingga bento menjadi pilihan untuk dijadikan sebuah bisnis yang nantinya akan dinamakan "Superb's Bento".

# Visi & Misi Perusahaan

## A. Visi Perusahaan

*“Menjadi perusahaan terdepan yang bergerak dalam bidang FNB ( Food & Beverages) yang menyediakan produk berupa makanan sehat dengan harga relatif terjangkau, penyajian cepat, dan sesuai dengan selera masyarakat Indonesia.”*

## B. Misi Perusahaan

- Menyediakan produk makanan yang sehat dan bergizi sesuai dengan takaran standar makanan 4 sehat & 5 sempurna.
- Menyediakan produk makanan dengan harga relatif terjangkau dengan proses penyajian yang relatif cepat.
- Memberikan kualitas produk dan pelayanan yang sangat baik dengan mengutamakan QSV : *Quality Service Value*.
- Dapat Menjadi pilihan makanan utama konsumen yang khususnya memiliki tingkat produktivitas dan kesibukan tinggi seperti umumnya di Kota Metropolitan
- Dapat Menjadi perusahaan yang bersaing dengan merk perusahaan makanan besar lainnya, dan dikenal luas oleh banyak kalangan hingga kancah Internasional.

# Budaya Kerja yang ingin dikembangkan Perusahaan

1. 'Kejujuran' diatas segalanya.  
Kami ingin agar seluruh bagian pelaku bisnis kami mengutamakan nilai kejujuran diatas segalanya, maka dari itu point kejujuran menjadi point pertama dalam budaya kerja yang kami ingin kembangkan.
2. Kita adalah 'Keluarga'.  
Seluruh rekan kerja baik atasan maupun bawahan semuanya adalah bagian keluarga dari perusahaan, oleh karena itu kerukunan dan kesolidaritasan perlu dijaga agar dapat menciptakan hubungan satu dengan yang lain harmonis.
3. 'Instropeksi' adalah hal yang wajar.  
Melakukan sebuah survey dan kuisisioner kepada seluruh anggota setiap periode, karena dengan terbukanya pintu komunikasi yang lebar dapat membantu mewujudkan misi perusahaan serta meminimalisir permasalahan yang sedang atau akna terjadi, baik dari faktor internal ataupun eksternal perusahaan.
4. 'Kreativitas' adalah pasak perusahaan.  
Kami menghargai segala bentuk macam kreativitas yang positif, maka dari itu diadakan forum rutin terkait pembahasan mengenai ide - ide kreatif oleh seluruh anggota perusahaan.
5. 'Nyaman' adalah utama.  
Mendesain tempat kerja dengan nyaman, serta menjaganya agar selalu terawat karena lingkungan kerja yang produktif didukung dengan adanya lingkungan yang nyaman.
6. 'Mading Apresiasi' sebagai ajang motivasi  
Memberikan apresiasi kepada anggota yang berhasil meraih achievement tertentu, dengan seperti itu para anggota akan merasa kerja kerasnya dihargai dan bermanfaat bagi bisnis. Sehingga, mereka lebih termotivasi dalam bekerja
7. 'Disiplin' adalah kewajiban.  
Agar perusahaan dapat berjalan dengan baik dan lancar sebagaimana mestinya, maka perlu ditekankan sifat disiplin kepada para anggota perusahaan namun tidak memberikan sebuah tekanan.
8. 'Kesejahteraan anggota' adalah kunci utama perusahaan sehat.  
Kami tentunya sangat memperhatikan kesejahteraan anggota, terutama hak yang dimiliki anggota, seperti hak sakit, hak izin, kenaikan gaji, potongan gaji, dan segala bentuk kesejahteraan lainnya.

# Analisis SWOT

- Internal Factor Analysis Strategy (IFAS)

Factor Strategy	Weight	Rating	Score
<b>Internal Factor Strategy</b>			
<b>Strong</b>			
1 Model usaha unik	0.05	8	0.4
2 Berkualitas	0.08	9	0.72
3 Model makanan kekinian	0.06	7	0.42
4 Harga yang terjangkau	0.07	8	0.56
Bobot	0.26		2.1
<b>Weakness</b>			
1 Belum memiliki branding yang kuat	0.05	-6	-0.3
2 Keterbatasan sumber daya manusia	0.06	-6	-0.36
3 Belum menemukan pemasok bahan baku dengan harga yang cocok	0.06	-7	-0.42
4 Kurangnya ide/inovasi yang beragam terhadap jenis produk yang akan dijual	0.07	-6	-0.42
Bobot	0.24		-1.5

- External Factor Analysis Strategy (EFAS)

<b>External Factor Strategy</b>			
<b>Opportunity</b>			
1 Alternatif baru bagi Konsumen dengan produktivitas tinggi	0.08	9	0.72
2 Penjualan bisa melalui mediapartner online (grabfood, shopeefood, gofood)	0.07	9	0.63
3 Mudah menjangkau audiens baru yang luas melalui sosial media	0.05	10	0.5
4 Mendapat tawaran kerjasama dengan perusahaan lain yang berpotensi menjadi pemasok bahan baku	0.06	6	0.36
Bobot	0.26		2.21
<b>Threat</b>			
1 Banyak gangguan kompetitor lain	0.07	-6	-0.42
2 Model Produk yg mudah ditiru	0.06	-6	-0.36
3 Fluktuasi harga bahan baku	0.06	-7	-0.42
4 Ketidakkcocokan dengan citarasa lidah masyarakat sekitar	0.05	-6	-0.3
Bobot	0.24		-1.5
<b>Total Bobot</b>	<b>1</b>		

- Matrix IFAS/EFAS & Strategy

<b>Matrix Ifas/efas</b>			
1 Strong		2.1	
2 Weakness		-1.5	
<b>IFAS</b>			0.6
3 Opportunity		2.21	
4 Threat		-1.5	
<b>EFAS</b>			0.71
Kuadran		1	
Strategi		Aggresive	





- Analisis Strategi SWOT

## SO (Maxy – Maxy Strategy)

Analisis Strategi berdasarkan SWOT yang telah ditentukan.		Strong			
		Model usaha unik	Berkualitas	Model makanan kekinian	Harga yang terjangkau
Opportunity	Alternatif baru bagi Konsumen dengan produktivitas tinggi	Menarik perhatian konsumen terutama yg sesuai dengan sasaran kita, dengan menonjolkan model usaha yg unik agar tertarik membeli produk.	Menarik perhatian para konsumen dengan menonjolkan pembuatan dan bahan yg digunakan berkualitas namun dapat dinikmati dalam waktu yang relatif cepat.	Menarik perhatian para konsumen dengan promosi/kampanye yg menunjukkan makanan sehat kekinian yg bisa dinikmati dengan cepat.	Memberikan harga promosi di awal penjualan (dengan penulisan harga sebelum promosi yg sudah murah) untuk menarik para pelanggan baru
	Penjualan bisa melalui mediapartner online (grabfood, shoepfood, gofood)	Menonjolkan model usaha unik sekaligus tagline yang catchy melalui iklan di marketplace agar mendapat exposure dan meningkatkan brand awareness untuk target pasar.	Memasukkan produk ke segment brand premium pada marketplace.	Mempromosikan produk dengan target audiens kekinian melalui media sosial yang saat ini sedang populer (seperti tiktok, instagram, dsbnya) agar mereka melihat produk kita dan tertarik untuk membelinya.	Melakukan kerjasama dengan media partner agar dapat memberikan voucher/potongan harga terhadap konsumen yang membeli melalui mediapartner.
	Mudah menjangkau audiens baru yang luas melalui sosial media		Mempromosikan produk yang diproduksi menggunakan bahan berkualitas ke sosial media.		membuat kartu membership yg memberikan banyak keuntungan promosi saat melakukan transaksi pertama kali dan tawaran menarik atau pemberian poin bagi member lama.
	Mendapat tawaran kerjasama dengan perusahaan lain yang berpotensi menjadi pemasok bahan baku produk	Menerima dan memanfaatkannya untuk menambah keunikan dari produk kita.	Mencamtukan nama perusahaan pemasok bahan baku terkait di kemasan produk berkualitas kita sehingga, membuat perusahaan kita dan perusahaan relasi sama - sama mendapat nilai image bagus dimata publik.	Menerima tawaran kerjasama dari perusahaan lain yang memiliki branding dan audiens kekinian, untuk menarik perhatian audiens perusahaan tersebut.	Memanfaatkan tawaran kerjasama dengan perusahaan terkait agar bisa mendapatkan harga bahan baku relatif murah, sehingga dapat mempertahankan harga jual produk yg terjangkau.

## WO (Mini – Maxy Strategy)

Analisis Strategi berdasarkan SWOT yang telah ditentukan.		Weakness			
		Belum memiliki branding yang kuat	Keterbatasan sumber daya manusia	Belum menemukan pemasok bahan baku dengan harga yang cocok	Kurangnya ide/inovasi yang beragam terhadap jenis produk yang akan dijual
Opportunity	Alternatif baru bagi Konsumen dengan produktivitas tinggi	Endorsement kepada para influencer yg memiliki target audiens dengan produktivitas tinggi.	Membuat sistem/aplikasi untuk pengguna memesan secara mandiri. Sehingga SDM hanya digunakan dalam proses pembuatan produk	(-)	Menyebarkan angket ke konsumen untuk merekomendasikan rasa/ide baru untuk produk, lalu dieksekusi
	Penjualan bisa melalui mediapartner online (grabfood, shoepfood, gofood)	Iklan pada aplikasi media partner agar brand muncul dalam pencarian rekomendasi aplikasi.	Membuat sistem yang mengintegrasikan data penjualan melalui media partner online dengan penjualan offline untuk menghemat tenaga kerja.	Memanfaatkan analisis Bigdata dari mediapartner untuk mendapatkan alternatif pemasok bahan baku dengan harga yg cocok serta inovasi/ide baru dari produk.	
	Mudah menjangkau audiens baru yang luas melalui sosial media	Promosi dan memamerkan produk dengan sosial media (seperti mengadakan campaign sensasional) yg membuat brand akan semakin dilirik oleh banyak masyarakat dan perusahaan.	Promosi perekrutan karyawan baru dengan konten disosial media	Membuka penawaran kepada para supplier yg ingin bekerja sama dengan beberapa syarat yg kita butuhkan.	Memanfaatkan konten sosial media dimana kita membuat kampanye berhadiah terkait inovasi produk.
	Mendapat tawaran kerjasama dengan perusahaan lain yang berpotensi menjadi pemasok bahan baku produk		Membuat tawaran kerjasama untuk mengirimkan bantuan SDM dari perusahaan terkait ke perusahaan kita.	Bekerja sama dengan perusahaan lain sebagai pemasok bahan baku produk dengan melakukan analisis cost dan kualitas.	Bekerjasama dengan perusahaan terkait untuk berinovasi menciptakan produk baru.



## WT (Maxy - Mini Strategy)

Analisis Strategi berdasarkan SWOT yang telah ditentukan.		Weakness			
		Belum memiliki branding yang kuat	Keterbatasan sumber daya manusia	Belum menemukan pemasok bahan baku dengan harga yang cocok	Kurangnya ide/inovasi yang beragam terhadap jenis produk yang akan dijual
Threat	Banyak gangguan kompetitor lain	Bekerja sama dengan perusahaan atau influencer untuk mendapatkan brand awareness.	Memfokuskan tenaga kerja yang minim pada bidang-bidang keahliannya, sehingga bisa memiliki performance yang bersaing dengan kompetitor dan menginovasikan ide produk baru.	Mencontek dan melihat kompetitor mendapatkan bahan baku dari mana serta ide/inovasi dari kompetitor lalu dieksekusi dengan ciri khas brand kita.	
	Model Produk yg mudah ditiru	Membuat produk atau model makanan yang unik dan sesuai dengan branding yang ingin ditonjolkan.		(-)	(-)
	Fluktuasi harga bahan baku	Melakukan diversifikasi produk dengan cara memperkenalkan produk yg menggunakan bahan baku berbeda agar bisnis tidak tergantung pada satu jenis bahan baku & dapat mempertahankan harga yg stabil untuk produk.	Mengurangi kuantitas pegawai yg aktif sementara hingga menemukan solusi dari permasalahan.	Membatasi penjualan produk yg bahannya mengalami fluktuasi hingga solusi ditemukan.	Membatasi pengembangan inovasi produk yg memicu penggunaan bahan baku yg mengalami fluktuasi
	Ketidakcocokan dengan citarasa lidah masyarakat sekitar	melakukan riset dan inovasi produk makanan baru yang sesuai dengan lidah masyarakat sehingga masyarakat mudah menerima makanan yang ditawarkan oleh bisnis ini.	Merekrut SDM dari penduduk setempat agar dapat mengetahui selera lidah masyarakat sekitar dan bisa menyalurkannya kedalam pembuat produk.	(-)	Melakukan survey kepada warga sekitar agar dapat membantu pengembangan produk baru.

## ST (Mini - Mini Strategy)

Analisis Strategi berdasarkan SWOT yang telah ditentukan.		Strong			
		Model usaha unik	Berkualitas	Model makanan kekinian	Harga yang terjangkau
Threat	Banyak gangguan kompetitor lain	Membuat menu baru yg beragam kekinian dengan harga terjangkau agar dapat membuat sebuah ciri khas dari produk kita agar bisa bertarung dengan kompetitor lain.			
	Model Produk yg mudah ditiru				
	Fluktuasi harga bahan baku	Melakukan analisis demand dan supply dengan mempertimbangkan variabel naik turunnya harga bahan baku. Sehingga tetap bisa membuat produk berkualitas, kekinian, namun harga tidak ikut mengalami fluktuasi.			
	Ketidakcocokan dengan citarasa lidah masyarakat sekitar	Menyesuaikan dengan cita rasa dari masyarakat setempat dan memberikan layanan feedback setiap menu agar kedepannya dapat dikembangkan sesuai dengan cita rasa yang sesuai. Dibantu dengan menggabungkan aspek bahan yg sesuai dengan ciri khas wilayah tersebut (yg tentunya bahan bisa didapatkan dengan harga terjangkau).			