

PROPOSAL USAHA

“MIE JEBEW CHILI OIL TEH DEWI KHAS GARUT”



DOSEN :

RAHMAWATI S.Kom., M.Kom.

Mata Kuliah : Kewirausahaan

Oleh :

NIM

NAMA

1. 211011401457

Muhamad Royhan Adriansyah

2. 211011401309

Nova Ardiansyah

07-TPLE008

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

FAKULTAS ILMU KOMPUTER UNIVERSITAS PAMULANG

2023/2024

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI..... 2

DAFTAR GAMBAR..... 3

BAB I..... 4

PENDAHULUAN 4

1.1 Latar Belakang..... 4

1.2 Visi..... 4

1.3 Misi..... 4

BAB II..... 5

PEMBAHASAN 5

2.1 Profil Usaha 5

2.2 Target Pasar 5

1. Segmentasi Pasar 5

2. Target Pasar Utama..... 6

3. Analisis Kebutuhan Pasar 6

4. Ukuran Pasar 6

2.3 Strategi Pemasaran..... 6

2.4 Analisa SWOT..... 6

1. Strengths (Kekuatan) 6

2. Weaknesses (Kelemahan) 7

3. Opportunities (Peluang) 7

4. Threats (Ancaman)..... 7

BAB III..... 8

MANAGEMEN PRODUKSI..... 8

3.1 Alat – Alat (Foto) 8

3.2 Bahan Baku (Foto)..... 8

3.3 Proses Produksi (Foto)..... 8

BAB IV..... 9

PERENCANAAN ANGGARAN 9

4.1 Modal Usaha..... 9

4.2 Harga Jual 9

4.3 Bagi Hasil..... 9

BAB V 10

PENUTUP..... 10

5.1 Lampiran Foto Produk..... 10

5.2 Lampiran Foto Saat Produksi 10

5.3 Lampiran Foto Transaksi 10

5.4 Laporan Keuangan 14 hari 10

DAFTAR GAMBAR

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, industri kuliner Indonesia, khususnya sektor makanan cepat saji, sedang mengalami perkembangan pesat. Masyarakat modern semakin menjunjung tinggi pangan yang praktis, enak dan terjangkau, dengan tetap mempertahankan cita rasa khas lokal. Sebagai salah satu produk pangan Indonesia yang digemari, MIE mempunyai peluang besar untuk berkembang dengan inovasi dan cita rasa yang berbeda.

MIE JEBEW hadir sebagai sebuah inovasi dalam dunia kuliner khususnya pada kategori mie instan dan fast food. Memadukan cita rasa pedas asli Indonesia dengan teknik penyajian yang praktis dan cepat, MIE JEBEW menawarkan pengalaman kuliner baru bagi pecinta mie. Nama “JEBEW” sendiri mencerminkan pengalaman rasa pedasnya sehingga memberikan keunikan tersendiri dibandingkan produk mie lain yang ada di pasaran.

Kami menyadari besarnya potensi pasar terhadap makanan viral “MIE JEBEW”, terutama di kalangan anak muda dan pekerja profesional yang membutuhkan makanan cepat saji, dan kami hadir untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Kami berkomitmen untuk menyediakan produk berkualitas dengan harga bersaing untuk dinikmati berbagai kalangan.

Inovasi variasi rasa, tingkat kepedasan dan kualitas bahan baku menjadi keunggulan utama MIE JEBEW dalam persaingan di industri ini. Dengan demikian, MIE JEBEW berpotensi menjadi produk yang banyak diminati masyarakat, tidak hanya karena keunikan rasanya, namun juga karena konsep penawarannya yang modern dan sesuai dengan gaya hidup masyarakat Masu saat ini.

1.2 Visi

Menjadi brand mie terdepan yang menggabungkan cita rasa autentik Nusantara dengan inovasi modern, serta dikenal luas di Indonesia sebagai pilihan utama makanan praktis, lezat, dan berkualitas tinggi.

1.3 Misi

1. Menyediakan produk mie berkualitas tinggi yang mengutamakan bahan baku terbaik dan proses produksi higienis, sehingga menghasilkan rasa yang lezat dan autentik.
2. Menawarkan harga yang terjangkau tanpa mengurangi kualitas, agar dapat dinikmati oleh berbagai kalangan masyarakat.
3. Mengembangkan strategi pemasaran yang kreatif dan efektif, baik secara online maupun offline, untuk menjangkau konsumen di Indonesia.

BAB II

PEMBAHASAN

2.1 Profil Usaha

MIE JEBEW CHILI OIL TEH DEWI adalah brand kuliner yang bergerak di bidang makanan cepat saji, khususnya mie dengan cita rasa pedas khas Garut. Berdiri dengan semangat menghadirkan inovasi dalam industri makanan, Mie Jebew menyasar pasar yang menginginkan makanan praktis, lezat, dan penuh sensasi rasa pedas yang menggugah selera.

Nama "Jebew" sendiri terinspirasi dari istilah lokal yang menggambarkan sensasi pedas yang ‘menyengat’ dan meninggalkan pesan mendalam di lidah. Mie Jebew tidak hanya menawarkan rasa pedas, tetapi juga memadukan berbagai bumbu rempah tradisional Indonesia yang kaya akan cita rasa. Produk ini hadir untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan alternatif makanan cepat saji dengan kualitas premium dan rasa khas.

Dengan berbagai varian rasa dan level kepedasan, Mie Jebew siap menjangkau pasar yang luas, mulai dari kalangan muda yang gemar mencoba hal baru, hingga konsumen yang menginginkan cita rasa otentik dalam setiap suapan mie. Selain fokus pada inovasi produk, Mie Jebew juga menerapkan standar kebersihan dan kualitas dalam setiap proses produksi, memastikan konsumen mendapatkan pengalaman kuliner terbaik.

2.2 Target Pasar

1. Segmentasi Pasar

a. Demografis:

- Usia: 15-35 tahun (pelanggan muda hingga dewasa muda yang gemar mencoba makanan unik dan trend).
- Jenis kelamin: Pria dan wanita.
- Penghasilan: Menengah ke atas (mampu membeli makanan dengan harga terjangkau namun menarik).
- Status sosial: Mahasiswa, pekerja kantoran, dan keluarga muda.

b. Geografis :

- Lokasi: Kota-kota besar dan pusat keramaian seperti kampus, area perkantoran, atau mal.
- Wilayah target utama: Daerah perkotaan dengan gaya hidup cepat dan kebutuhan makanan praktis.

c. Psikografis :

- Gaya hidup: Pelanggan yang aktif di media sosial, senang mencoba makanan viral, dan mencari pengalaman kuliner baru.

- Minat: Makanan pedas, street food, dan tren kuliner.

d. Perilaku :

- Kebiasaan: Sering makan di luar, mencari makanan yang terjangkau dan cepat disajikan.
- Loyalitas: Konsumen yang mudah tergoda oleh promosi atau tren makanan baru di media sosial.

2. Target Pasar Utama

Target pasar utama untuk "Mie Jebew" adalah :

- Remaja dan Mahasiswa : Usia 15-24 tahun, yang gemar mencoba tren makanan baru dan menginginkan pengalaman kuliner yang seru dan menantang.
- Pekerja Kantoran Muda : Usia 25-35 tahun, mencari makanan praktis dan lezat untuk makan siang atau santapan cepat di tengah kesibukan kerja.

3. Analisis Kebutuhan Pasar

Pelanggan "Mie Jebew" menginginkan :

- Makanan cepat saji yang mengenyangkan.
- Sensasi rasa yang unik dan pedas, sesuai dengan tren makanan pedas yang sedang populer.
- Harga terjangkau, cocok untuk konsumen muda dengan penghasilan menengah.
- Pengalaman makan yang bisa dibagikan di media sosial, sehingga menjadi daya tarik tersendiri.

4. Ukuran Pasar

- Dalam satu kota besar, seperti Jakarta atau Surabaya, terdapat ribuan mahasiswa dan pekerja muda yang menjadi target utama.
- Pasar makanan pedas terus berkembang karena meningkatnya tren di media sosial dan preferensi makanan yang lebih berani dalam hal rasa.

2.3 Strategi Pemasaran

- Media sosial : Memanfaatkan Instagram, TikTok, dan YouTube untuk menarik perhatian pelanggan muda dengan konten makanan pedas dan tantangan kuliner.
- Program diskon : Diskon untuk mahasiswa atau pekerja kantoran saat jam makan siang.
- Kolaborasi : Kerjasama dengan influencer lokal untuk memperkenalkan produk

2.4 Analisa SWOT

1. Strengths (Kekuatan)

- Inovasi Produk : Mie Jebew menawarkan makanan dengan konsep yang unik dan kekinian, terutama dengan pilihan rasa pedas yang sesuai dengan tren kuliner saat ini.

- Harga Terjangkau : Produk ini dijual dengan harga yang ramah di kantong, sehingga mudah diakses oleh target pasar utama seperti mahasiswa dan pekerja muda.
- Cepat Saji : Produk dapat disiapkan dengan cepat, sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang menginginkan makanan praktis.

2. Weaknesses (Kelemahan)

- Ketergantungan pada Tren: Jika tren makanan pedas atau viral di media sosial menurun, permintaan untuk produk bisa ikut berkurang.
- Persaingan Tinggi : Banyak bisnis makanan cepat saji atau street food yang menawarkan produk serupa, sehingga perlu inovasi berkelanjutan agar tetap kompetitif.
- Skalabilitas : Jika usaha berkembang cepat, ada tantangan dalam menjaga konsistensi rasa, kualitas, dan pelayanan.
- Segmentasi Pasar Terbatas : Mie pedas mungkin tidak disukai oleh semua kalangan, terutama orang yang kurang toleran terhadap makanan pedas.

3. Opportunities (Peluang)

- Tren Makanan Pedas : Makanan pedas terus mendapatkan popularitas, terutama di kalangan anak muda, sehingga memberikan peluang besar untuk menarik pelanggan.
- Ekspansi ke Online : Dengan tren pemesanan makanan online yang semakin meningkat, ada peluang untuk memperluas jangkauan melalui aplikasi pengantaran makanan.
- Kolaborasi dengan Influencer : Menggunakan influencer lokal atau food blogger untuk memperkenalkan produk bisa meningkatkan popularitas merek.
- Diversifikasi Menu : Menambah varian rasa atau tingkat kepedasan yang lebih bervariasi bisa menarik lebih banyak pelanggan dan memperluas target pasar.

4. Threats (Ancaman)

- Persaingan dari Kompetitor : Banyak bisnis makanan serupa yang dapat meniru konsep atau menghadirkan produk lebih inovatif, sehingga persaingan sangat ketat.
- Perubahan Selera Konsumen : Selera dan preferensi konsumen dapat berubah seiring waktu, sehingga ada risiko penurunan minat jika produk tidak mengikuti tren baru.
- Faktor Ekonomi : Perubahan harga bahan baku atau kondisi ekonomi yang kurang baik bisa mempengaruhi biaya produksi dan daya beli konsumen.
- Perkembangan Inovasi : Jika tidak berinovasi dengan membuat menu baru, Mie Jebew akan kehilangan pelanggan. Karena selera orang mudah bosan.

BAB III

MANAGEMEN PRODUKSI

3.1 Alat – Alat (Foto)

3.2 Bahan Baku (Foto)

3.3 Proses Produksi (Foto)

BAB IV
PERENCANAAN ANGGARAN

4.1 Modal Usaha

Berikut Modal Usaha yang diperlukan :

Bahan Baku	Satuan	Pembelian	Harga	Pemakaian	Modal 1 Resep
Mie	Kg	1Kg	Rp. 17.000	18 Resep	Rp 1,700
Pangsit	Kg	1kg	Rp. 17.000	50 Resep	Rp 340
Ayam Dada Fillet	Kg	0,5kg	Rp. 25.000	50 Resep	Rp 500
Minyak	L	1Liter	Rp. 14.000	50 Resep	Rp 280
Bawang Putih	Kg	0,3Kg	Rp. 5.000	50 Resep	Rp 100
Bawang Merah	Kg	0,3Kg	Rp. 5.000	25 Resep	Rp 200
Kecap Asin	Botol	1Botol	Rp. 10.000	50 Resep	Rp 200
Cabe Kering	Pack	1Pack	Rp. 10.000	30 Resep	Rp 333
Cabai Merah	kg	0.2kg	Rp. 10.000	18 Resep	Rp 556
Saos Sambal	Pack	1Pack	Rp. 12.000	70 Resep	Rp 171
Saus Tomat	Pack	1Pack	Rp. 13.000	80 Resep	Rp 163
Garam	Pack	1Pack	Rp. 3.000	150 Resep	Rp 20
Kecap Manis	Pack	1Pack	Rp. 12.000	50 Resep	Rp 240
Packaging	pcs	1pcs	Rp. 500	18 qty	Rp 675
Gas LPG 3Kg	Tabung	1 Tabung	Rp. 22.000	150 Resep	Rp 147

Modal Keseluruhan = Rp 187,150

Modal 1 porsi = Rp. 5.624

4.2 Harga Jual

Harga Jual = Rp. 10.000

Keuntungan = Rp.4.377

4.3 Bagi Hasil

Pembagian Hasil 50% sesuai kesepakatan bersama. Dari hasil keuntungan 25% akan di putar kembali menjadi modal berikutnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Lampiran Foto Produk

5.2 Lampiran Foto Saat Produksi

5.3 Lampiran Foto Transaksi

5.4 Laporan Keuangan 14 hari