

BASRENG KIWKIW



**JALAN TANJUNG SARI,
WANASARI, BREBES**

CP : 085640427685

BAB I Overview

1. Bussines Background

Basreng KiwKiw merupakan sebuah produk makanan yang terbuat dari bakso yang digoreng dengan bumbu rahasia yang menjadi ciri khas lezatnya. Pemilihan produk makanan ini dikarenakan Basreng merupakan cemilan yang cukup populer bagi kalangan anak muda karena rasanya yang gurih dan harganya yang terjangkau. Selain itu, pemilihan produk makanan ini juga merupakan pilihan yang sangat tepat karena salah satu anggota kelompok ini memiliki bisnis menjual basreng sehingga lebih mudah untuk diterapkan dalam praktek entrepreneurship ini. Dari banyaknya peminat jajanan basreng, kami mencoba untuk berbeda dari basreng yang biasanya dijual di pasaran dengan membuat varian rasa yang berbeda dari umumnya.

2. Vision & Mission Statement

Vision :

- Membangun usaha basreng dengan ciri khas yang berbeda dari lainnya.

Mission :

- Membuat variant rasa yang berbeda dari basreng pasaran.
- Mengutamakan kualitas produk untuk kepuasan konsumen.
- Memberikan layanan penjualan yang baik untuk kenyamanan konsumen.

3. Product Description

Basreng KiwKiw terbuat dari bakso ikan pilihan yang digoreng lalu dibumbui rempah – rempah seperti cabai, daun jeruk dan bumbu dapur lainnya. Basreng KiwKiw memiliki beberapa varian rasa yang sesuai dengan selera orang – orang zaman sekarang. Selain rasa yang unik, Basreng KiwKiw memiliki harga yang terjangkau sehingga ramah bagi kantong masyarakat.

Basreng KiwKiw menyediakan berbagai varian mulai dari yang umum sampai yang tidak umum / berbeda dari lainnya. Berikut adalah varian Basreng KiwKiw.

Original



(gambar hanyalah contoh)

Original merupakan rasa asli dari bahan baku bakso tersebut yang dimana hanya ditambah penyedap saja, walaupun tidak ditambah bumbu lain rasa original memiliki rasa khas dimana rasa dari bahan baku utamanya akan lebih terasa ciri khasnya.

Dibandingkan dengan varian rasa yang lain , selain itu rasa original pada basreng sangat cocok dimakan menggunakan saos sambal.

Salted Egg



(gambar hanyalah contoh)

Rasa yang satu ini memiliki rasa yang mirip seperti telur yang gurih dan asin. Walaupun asin, namun berbeda pada umumnya karena asin dari rasa salted egg ini melekat rasa khas telur yang menjadikan basreng rasa salted egg ini semakin gurih.

Keju Pedas



(gambar hanyalah contoh)

Keju Pedas merupakan perpaduan rasa khas dari keju dan pedas. Karena rasa keju cukup banyak diminati oleh lidah masyarakat Indonesia, maka akan lebih menarik lagi jika dipadukan dengan rasa pedas yaitu rasa favorit masyarakat Indonesia sehingga dipilihlah perpaduan rasa ini untuk varian rasa Basreng KiwKiw!.

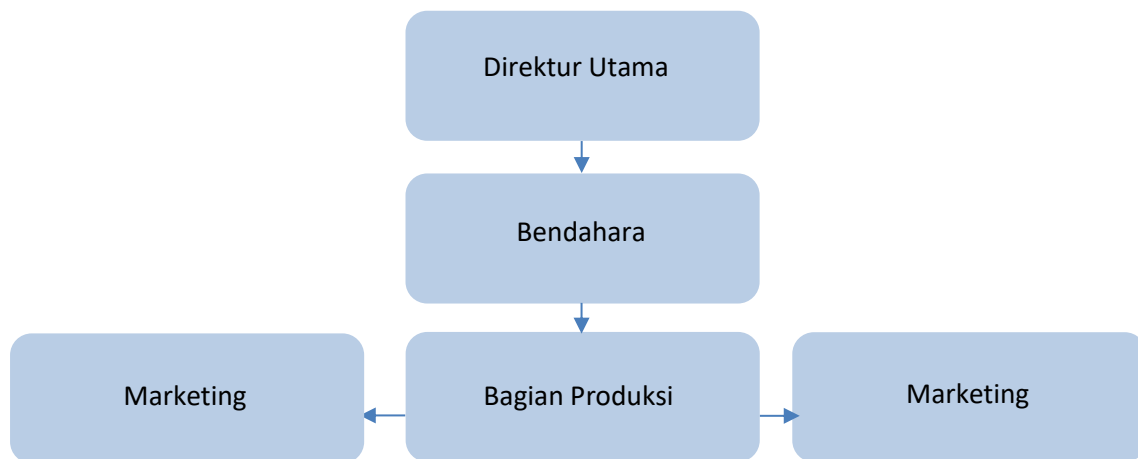
Sambal Matah



(gambar hanyalah contoh)

Rasa Sambal matah merupakan rasa pedas segar yang terbuat dari perpaduan cabai dan berbagai rempah alami. Ciri khas pedas dari sambal matah bisa didapatkan dengan menggunakan serbuk bumbu perisa sambal matah lalu dicampur dengan Basreng sehingga terbuatlh varian Basreng KiwKiw! sambal matah dengan rasa khas pedas & gurih rempah yang alami.

4. Organization Structure



Keterangan

- **Direktur Utama**
Direktur Utama bertugas menyusun strategi bisnis jangka pendek dan jangka panjang, mengambil keputusan untuk segala kegiatan operasional dan manajerial perusahaan, melakukan rekrutmen dan pemutusan hubungan kerja, mengevaluasi kinerja perusahaan secara periodic, memeriksa dan menyetujui anggaran yang di perlukan di perusahaan.
- **Bendahara**
Bertanggung jawab atas pengeluaran & pemasukan anggaran dalam usaha seperti mengelola modal, mengelola kerugian, dan mengelola profit yang didapatkan dari penjualan produk.
- **Produksi**
Tugas produksi bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan produksi barang, mengontrol kegiatan produksi dengan anggota dalam melaksanakan kegiatan operasional, bertanggung jawab untuk membuat perencanaan produksi, memeriksa alat dan persediaan bahan baku yang di gunakan untuk proses produksi, menyediakan kebutuhan konsumen atas menu yang telah di pesan, bertanggung jawab atas kualitas produk hasil makanan yang di produksi, bertanggung jawab atas pengiriman /distribusi kepada konsumen, melakukan perbaikan apabila terdapat produk yang rusak.
- **Marketing**
Bertugas untuk mengelola penjualan mulai dari berjualan secara langsung sampai penjualan dalam media sosial, membangun strategi penjualan, melihat kondisi market untuk memanfaatkan peluang, dan membangun relasi yang baik dengan pelanggan.

BAB II
Layout Business Model Canvas

Nama Bisnis : Basreng KiwKiw!			Dirancang oleh : Kelompok 1	
Key Partners <ul style="list-style-type: none">• Supplier Bahan Mentah• Toko Peralatan masak• Supplier Serbuk Bumbu• Percetakan untuk mencetak kemasan	Key Activities <ul style="list-style-type: none">• Trial & Error (Eksperimen untuk kualitas Basreng Terbaik)• Menyiapkan dan Mengolah Basreng (Menggoreng basreng, dan memberikan rasa)• Packaging• Direct Marketing• Online Marketing Key Resources <ul style="list-style-type: none">• Peralatan yang higienis & ramah lingkungan untuk mencampur basreng dengan bumbu serbuk seperti toples ECO• Kemasan higienis berupa pouch untuk mengemas basreng	Value Propositions <ul style="list-style-type: none">• Tekstur renyah• Tidak terlalu keras & tidak lembek• Varian rasa yang unik• Praktis & Fleksibel• Harga yang terjangkau	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none">• Pelayanan yang baik dan ramah.• Konten Media Sosial yang bersifat informatif.• Iklan Sosial Media. Channels <ul style="list-style-type: none">• Instagram• Facebook• Whatsapp• Komunikasi langsung	Customer Segments <ul style="list-style-type: none">• Semua kalangan kecuali bayi & lansia
Cost Structure <ul style="list-style-type: none">• Biaya Operasional seperti pembelian bahan baku basreng, pembelian kompor, wajan, spatula, pisau, baskom, saringan, peralatan lain, pembelian bumbu serbuk, dan pembuatan kemasan.• Biaya Iklan Sosial Media• Anggaran untuk menggaji pekerja		Revenue Streams <ul style="list-style-type: none">• Profit dari Direct Selling• Profit dari Darring Selling		

- a. **Key Partners**
Basreng KiwKiw! Memiliki key partners antara lain adalah Supplier Bahan Mentah, Toko peralatan masak dan Bumbu serbuk yang dijangkau dari Marketplace untuk mendapatkan basreng serta bumbu serbuk dengan kualitas terbaik, dan Percetakan lokal untuk mencetak kemasan.
- b. **Key Activities**
Key Activities dari Basreng KiwKiw! Yang pertama adalah Trial & Error atau bereksperimen untuk membuat basreng dengan kualitas terbaik mulai dari memilih supplier basreng dengan rasa yang sesuai kriteria Basreng KiwKiw! dan layak bagi mulut konsumen, lalu setelah mendapatkan hasil yang sesuai ekspektasi, mulailah produksi sesuai dengan hasil terbaik dari eksperimen sebelumnya Packaging untuk meningkatkan nilai jual Basreng KiwKiw!, setelah itu melakukan Direct Selling untuk penjualannya mulai dengan menawarkannya ke relasi terdekat seperti keluarga & teman, dan terakhir adalah Digital Selling atau penjualan secara online untuk memperluas jangkauan pelanggan.
- c. **Key Resource**
Dalam hal ini Basreng KiwKiw! menggunakan Basreng dengan kualitas terbaik mulai dari rasa, tekstur, dan keterjangkauan harga. Untuk Tenaga kerja akan dilakukan oleh semua anggota kelompok untuk melakukan aktifitas penjualan mulai dari produksi, pengelolaan anggaran, dan menerapkan strategi penjualan.
- d. **Value Propositions**
Basreng KiwKiw! menjadikan varian rasanya yang unik sebagai nilai utama untuk melakukan penjualan. Selain varian rasanya yang unik, Basreng KiwKiw! juga memproduksi basreng dengan kualitas terbaik dengan memilih tekstur basreng yang renyah, tidak terlalu keras dan tidak lembek. Walaupun memiliki kualitas yang demikian, Basreng KiwKiw! memiliki harga yang terjangkau untuk dijual ke masyarakat.
- e. **Customer Relationship**
Basreng KiwKiw! membangun relasi dengan konsumen dimulai dari mengenalkan serta menjual produk secara langsung kepada orang – orang terdekat dengan menggunakan Bahasa yang menarik, ramah, dan mudah dimengerti, Memperluas jangkauan pembeli dengan cara membuat social media berupa akun Instagram & facebook marketplace untuk menarik orang – orang yang relevan dengan pasar basreng untuk mendapatkan potensi pembelian yang besar.
- f. **Channels**
Untuk menjangkau pelanggan, Basreng KiwKiw! menjangkau pelanggan dengan cara mengenalkan Basreng KiwKiw! kepada relasi terdekat seperti keluarga, teman, dan kenalan, lalu menggunakan social media seperti Instagram & Facebook Marketplace untuk memperluas jangkauan pembeli.
- g. **Customer Segments**
Dengan harga yang terjangkau dan membuat varian rasa yang tepat, Basreng KiwKiw! dapat dinikmati semua kalangan mulai dari anak – anak sampai dengan orang dewasa kecuali bayi dan lansia.
- h. **Cost Structures**
 - Biaya Operasional seperti pembelian bahan baku basreng, pembelian kompor, wajan, spatula, pisau, baskom, saringan, peralatan lain, pembelian bumbu serbuk, dan pembuatan kemasan.
 - Biaya Iklan Sosial Media berupa adsense atau iklan marketplace perbulan.
 - Anggaran untuk menggaji pekerja
- i. **Revenue Streams**
 - Didapat dari penjualan langsung kepada relasi terdekat
 - Didapat dari penjualan secara online dengan memanfaatkan audiens konten social media.

BAB III
Financial Plan

1. Business Preparation Budgets
- a. Fixed cost

No	Keterangan	Kuantitas	Satuan	Harga	Jumlah
1	Kompor Gas & Tabung	1	Unit	200.000	200.000
2	Wajan	1	Unit	100.000	100.000
3	Spatula	1	Unit	15.000	15.000
4	Baskom	1	Unit	30.000	30.000
5	Saringan	1	Unit	25.000	25.000
6	Toples	2	Unit	25.000	50.000
Total					420.000

- b. Variable cost

No	Keterangan	Kuantitas	Satuan	Harga	Jumlah
1	Bakso Mentah	10	Kilogram	15.000	1.500.000
2	Bumbu Serbuk	4	Unit	25.000	100.000
3	Kemasan	100	Pcs	500	50.000
4	Sarung Tangan Plastik	1	Pack	25.000	25.000
5	Minyak	2	Kilogram	25.000	25.000
6	Spanduk	1	Unit	50.000	50.000
7	Gaji Karyawan	5	-		1.500.000
8	Kuota	1	Unit	80.000	80.000
Total					2.830.000

2. Business Execution Budgets

No	Keterangan	Kuantitas	Satuan	Harga	Jumlah
1	Bakso mentah	10	kilogram	15.000	60.000
2	Bumbu serbuk	2	unit	25.000	50.000
3	kemasan	10	pcs	500	5.000
4	minyak	1	kilogram	25.000	25.000
5	Kantong kresek	2	bungkus	5.000	10.000
	brosur	100	lembar	250	2.500
Total					242.500

3. Break Event Point

Kapasitas Produksi : 1000 / Bulan
Harga Satuan (P) : Rp. 12.000,-
Maka total penjualan (S) : 12.000 x 1000 = Rp. 12.000.000,-
FC / Unit = 420.000 / 1000 : Rp. 420,- / Unit
VC / Unit = 2.830.000 / 1000 : Rp. 2.830,- / Unit

No	Keterangan	Biaya	Harga / pcs	Hasil
1	Biaya Tetap (FC)	420.000	1000	420
2	Biaya Variabel (VC)	2.830.000	1000	2.830
$\text{BEP unit} = \frac{FC}{P-VC/unit}$				45.801
$\text{BEP (rupiah)} = \frac{FC}{1-\frac{VC}{S}}$				549.666

4. Revenue Streams

$$\text{Keuntungan} = \text{Hasil Penjualan} - \text{Total Biaya}$$

$$= (\text{Kapasitas Produksi} \times \text{Harga Jual}) - (\text{Biaya tetap} + \text{Biaya Variabel})$$

$$= (1000 \times 12.000) - (420.000 + 2.830.000)$$

$$= 12.000.000 - 2.400.000$$

$$= 8.750.000$$

Metode profit sharing pemilik : pengelola = 40: 60

$$1. \text{ Pengelola} : 60\% \times 8.750.000 = 5.250.000$$

$$2. \text{ Pemilik} : 40\% \times 8.750.000 = \underline{3.500.000} +$$
$$\text{Total} = 8.750.000$$

BAB IV

CLOSURE

Dari segi produk, pengembangan usaha dilakukan dengan cara mengembangkan produk sesuai dengan selera pasar, mengeluarkan produk baru yang inovatif, mencari cara efisien dalam produksi sehingga produk berkualitas sama bisa dihasilkan dengan biaya yang lebih rendah.

Dari segi penjualan, pengembangan usaha dilakukan dengan membangun hubungan yang baik dengan konsumen, melakukan penjualan melalui media sosial, memastikan kepuasan konsumen,

Strategi pengembangan usaha dilakukan dari segi produk, sistem penjualan, integrasi, dan sinergisme. Integrasi adalah mengembangkan bisnis dengan cara memperbesar perusahaan. Misalnya suatu perusahaan pembuat makanan ringan berupa basreng membeli toko baru sebagai cabang, membeli perkebunan kentang untuk bahan baku, membeli perusahaan ekspedisi untuk distribusi bahan baku dan pemasaran produk, serta membeli perusahaan percetakan untuk menunjang kemasan dari produk. Sinergisme adalah membangun sinergi di dalam perusahaan dan memperluas jejaring sosial di luar perusahaan. Sinergisme dapat dibangun dengan merekrut pegawai yang memiliki bakat dari bidang usaha, bekerja sama dengan perusahaan lokal maupun nasional untuk membuka pasar baru, dan memperluas jangkauan pasar.

Lingkungan Internal	Lingkungan Eksternal
<p>Strength (Kekuatan) :</p> <ul style="list-style-type: none">• Memiliki 4 varian rasa yang unik mulai dari Sambal Matah (pedas), Keju Pedas (gurih), Salted Egg (asin), dan Jagung Bakar (manis).• Tekstur yang renyah.• Harga yang terjangkau.• Praktis dan Fleksibel.	<p>Opportunity (Peluang) :</p> <ul style="list-style-type: none">• Minat masyarakat yang tinggi terhadap kuliner.• Minat masyarakat yang tinggi terhadap makanan pedas.• Kebiasaan masyarakat yang suka memakan camilan.• Basreng merupakan salah satu opsi populer bagi masyarakat apabila ingin memakan makanan ringan.
<p>Weakness (Kelemahan) :</p> <ul style="list-style-type: none">• Daya tahan produk yang tidak tahan terlalu lama, karena tidak mengandung bahan pengawet didalamnya.• Tekstur yang renyah dan sedikit keras tidak cocok untuk orang yang menderita sakit gigi atau gigi berlubang.	<p>Threat (ancaman) :</p> <ul style="list-style-type: none">• Banyak penjual makanan ringan yang sama – sama menjual basreng.• Kemajuan informasi yang memungkinkan penjual makanan ringan lain membuat cemilan baru yang lebih enak.