

# PROPOSAL BUSINESS PLAN

## SOTANG

Untuk Memenuhi Tugas Mata Kuliah Kewirausahaan



*Building  
Future  
Leaders*

Disusun Oleh :

Hajar Mareti Ashary (8105164117)

Dosen Pengampu :

**Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus**

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

JAKARTA TIMUR

2018

# **SoTang**

**(Perencanaan Pendirian Usaha Sosis Kentang)**

**Hajar Mareti Ashary**

**Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran (B)**

**Universitas Negeri Jakarta**

Email: [mareti.ashary@gmail.com](mailto:mareti.ashary@gmail.com)

## Ringkasan Eksekutif

SoTang adalah sebuah bisnis dibidang kuliner yang bahan dasarnya terbuat dari sosis dan kentang. SoTang ini merupakan bisnis rumahan yang berlokasi (tempat pembuatan) di Jalan Masjid Ar-Rohmah, Bekasi, Jawa Barat. Bisnis ini menggunakan paduan adonan tepung yang sudah dicampuri oleh tepung maizena, garam, kaldu bubuk, gula pasir, baking powder dan telur. Promosi SoTang dilakukan melalui instagram, whatsapp, line, dan poster sebagai media pengiklanan. Berdasarkan hasil analisis, bisnis ini layak untuk dijalankan karena modal investasi akan kembali (Payback Period) pada saat usaha berjalan 1 tahun 11 bulan.

Kata Kunci: SoTang, Sosis Kentang

## *Executive Summary*

*SoTang is a culinary business whose basic ingredients are made of sausage and potatoes. SoTang is a home-based business located at the Masjid Ar-Rohmah Street, Bekasi, West Java. This business uses a mixture of flour dough that has been mixed with cornstarch, salt, powdered broth, sugar, baking powder and eggs. SoTang promotion is done via instagram, whatsapp, line, and posters as advertising media. Based on the results of the analysis, the business is feasible to run because the investment capital will return (Payback Period) at the time the business runs 1 year 11 months.*

*Keyword: SoTang, Sausage Potatoes*

# 1. Pendahuluan

## 1.1 Latar Belakang

Berbagai usaha makanan bermunculan sesuai dengan perkembangan kebutuhan masyarakat. Pada saat ini bisnis dibidang makanan skala kecil berkembang sangat pesat dan kompetisi bisnis pada sektor mikro kecil dan menengah cukup ketat, ketatnya persaingan bisnis pada level skala kecil mendorong para pelaku usaha untuk lebih kreatif dalam menyikapinya. Kualitas pelayanan juga harus memiliki keunggulan dan daya tarik tersendiri sebagai identitas suatu bisnis yang dapat dikenal oleh masyarakat secara luas.

Salah satu bisnis makanan yang saat ini digemari adalah sosis. Banyaknya penggemar sosis yang meliputi kalangan bawah sampai kekalangan atas dan juga karena rasanya yang nikmat, lezat dan harganya yang tidak menguras kantong/terjangkau di semua kalangan, menjadikan bisnis ini sebagai bisnis yang menjanjikan untuk memberikan keuntungan dan tidak mudah mengalami penurunan karna bisnis ini bukan merupakan bisnis musiman. Hal ini yang memotivasi kami dalam membangun dan mengembangkan usaha di bidang makanan/kuliner.

Alasan saya memberikan nama “Sosis Kentang (SoTang)” sebagai usaha saya, karena sosis dan kentang ini adalah makanan yang kami akan jual. Walaupun banyak usahawan yang menjual berbagai macam kentang, saya yakin usaha Sosis Kentang (SoTang) saya dapat bersaing dipasaran.

## 1.2 Visi

Menjadikan usaha SoTang (Sosis Kentang) sebagai usaha kecil menengah yang diminati masyarakat serta agar mendapatkan keuntungan yang maksimal.

### 1.3 Misi

1. Proses produksi yang higienis baik dari tempat, alat dan bahan-bahan yang digunakan.
2. Menerapkan pelayanan prima (sikap yang sopan dan ramah, pelayanan yang sopan dan baik).
3. Menjaga cita rasa makanan.
4. Dengan rasa yang khas dan harga yang terjangkau diharapkan memuaskan konsumen.
5. Memperkenalkan hot dog kentang kepada masyarakat.

## 2. Gambaran Usaha

SoTang merupakan usaha industri rumahan yang berlokasi di Jalan masjid Ar-Rohmah, Bekasi, Jawa Barat. Penjualan produk SoTang menggunakan *mobile shop*, pemasaran dan promosi yang digunakan oleh usaha SoTang yaitu media online dan offline untuk menarik pelanggan agar mencoba produk ini. Keunikan dan keunggulan usaha SoTang ini yaitu memiliki kualitas yang baik karena dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan cara-cara yang higienis dan memiliki ukuran yang lebih besar dibanding sosis pada umumnya. Dan SoTang ini lebih nikmat dan lezat dibumbui saus sambal atau tomat dan mayones.

## 3. Aspek Pemasaran

### 3.1 Segmen Pasar, Target Pasar dan Positioning

#### a. Segmen pasar

Segmen pasar adalah sebagai proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku, dan atau respon terhadap program pemasaran spesifik (Tjiptono Chandra, 2012:150).

SoTang mengelompokkan segmentasi pasar berdasarkan segmentasi demografi sebagai berikut ini:

- 1) Segmentasi berdasarkan demografis: SoTang memilih segmentasi usia 1 tahun keatas.
- 2) Segmentasi berdasarkan ekonomi: Semua kalangan dari menengah kebawah sampai menengah keatas.

#### **b. Target Pasar**

Target pasar atau pasar sasaran adalah proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasaryang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program pemasaran spesifik perusahaan (Tjiptono Chandra, 2012:162).

SoTang memilih target pasarnya yakni beberapa kalangan masyarakat penggemar makanan sosis yang berada pada kelas ekonomi menengah kebawah sampai menengah keatas.

#### **c. Positioning**

Positioning adalah cara untuk meningkatkan dan menempatkan produk yang kita buat dengan pesaing kita dalam pikiran konsumen, dengan kata lain positioning dipakai untuk mengisi serta memenuhi keinginan konsumen dalam kategori tertentu (Assauri, 1999).

Inovasi yang kami lakukan adalah pada bentuk yang berbeda dari sosis yang sudah pernah ada. SoTang yang dilumuri taburan kentang dan bahan olahan

tepung, yang memiliki rasa yang enak dan lezat. SoTang sangat cocok bagi mereka yang menginginkan sebuah makanan yang cepat, enak, mudah saat menyantap, dan harga terjangkau.

### **3.2 Positioning Strategi Pemasaran Terhadap Pesaing**

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan serta untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan.

#### **3.2.1. Product (Produk)**

Produk adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan (Sumarni dan Soeprihanto, 2010:274).

Produk yang kami jual berupa SoTang, sosis kentang ini dibuat dengan menggunakan bahan olahan yang berkualitas dan pilihan.

Untuk kemasan, pempek dikemas menggunakan mika bening, kemasan mika tersebut sebagai pembungkus nantinya akan terdapat nama toko di depan kemasan agar konsumen tahu dan apabila ingin memesan kembali terdapat nomor kontak yang dapat dihubungi.

#### **3.2.2. Place (Tempat)**

Tempat dalam marketing mix biasa disebut dengan saluran distribusi, saluran dimana produk tersebut sampai kepada konsumen (Sumarni dan Soeprihanto, 2010:288).

Tempat produksi dirumah pribadi yang beralamat di Jalan Masjid Ar-Rohmah, Bekasi, Jawa Barat. Adapun lokasi penjualan SoTang akan berjualan di tempat-tempat keramaian. Dengan konsep mobile shop akan memungkinkan SoTang untuk menjangkau setiap tempat keramaian tersebut dibandingkan dengan konsep stay shop.

### **3.2.3. Price (Harga)**

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Sumarni dan Soeprihanto, 2010:281).

Dari beberapa pendekatan harga yang ada. SoTang memilih menggunakan pendekatan penetrasi pasar. Dengan dilakukannya strategi penetrasi pasar, SoTang memiliki peluang membangun ketertarikan pelanggan melalui sector harga. Harga yang ditawarkan berkisar Rp 15.000,-

### **3.2.4. Promotion (Promosi)**

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran (Tjiptono, 2008:219). Strategi promosi dapat dilakukan melalui lima bentuk promosi yang paling dikenal yaitu periklanan, hubungan masyarakat, personal selling, promosi penjualan, dan penyaluran.

#### **a. Periklanan (Advertising)**

Bentuk promosi yang dilakukan dengan cara memasang Poster di sekitar lingkungan masyarakat yang ramai didatangi, pemasangan banner agar dapat diketahui oleh semua masyarakat, serta juga menggunakan media sosial seperti Instagram, Whatsapp, Line sebagai media promosi.

#### **b. Hubungan Masyarakat**

Bentuk promosi public realtion yang digunakan pempek beranak adalah dengan lebih mengutamakan pelayanan agar konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan, pelayanan yang diberikan tersebut berupa menggunakan bahasa yang sopan dan ramah terhadap konsumen dimedia offline maupun online (seperti Instagram, Whatsapp, Line). Dengan memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen merasa nyaman dalam berbelanja.

#### **c. Penjualan Personal (Personal Selling)**

Penjualan personal yang digunakan sebagai media promosi oleh SoTang yaitu melalui promosi secara langsung oleh pemilik kepada keluarga teman dan masyarakat disekitar rumah.

**d. Promosi Penjualan**

Bentuk promosi penjualan yang digunakan oleh usaha SoTang yaitu dengan memberikan diskon pada minggu pertama saat pembukaan awal usaha dimana berupa beli 2 gratis 1 guna untuk menarik konsumen, memberikan potongan harga kepada konsumen apabila konsumen membeli dalam jumlah yang banyak.

**e. Penyaluran**

Lokasi bisnis pempek beranak ditempatkan di tempat-tempat keramaian seperti taman, pasar dadakan, CFD (Car Free Day) dan bazar-bazar yang diselenggarakan di Jakarta terutama di daerah Jakarta Selatan.

### **3.3 Analisis Strategi**

Analisis strategi dilakukan untuk mengetahui strategi yang akan dipakai dalam usaha Pempek Beranak. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah dengan mengidentifikasi kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threats) yang dapat terjadi dalam usaha pengolahan SoTang.

#### **3.3.1 Strength (Kekuatan)**

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani (David, Fred R.,2005:47).

1. Cita rasa SoTang yang lezat dan gurih.
2. Bahan yang digunakan tanpa bahan pengawet.
3. Memiliki banyak khasiat untuk tubuh dalam puding buah yang disajikan.
4. Harga yang terjangkau, dari kalangan manapun bisa membeli.

### **3.3.2 Weakness (Kelemahan)**

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan (David, Fred R.,2005:47).

1. Tidak tahan lama karna tidak menggunakan bahan pengawet.
2. Adanya risiko dan kondisi ketidakpastian bahan baku yang relatif berfluktuasi harganya.
3. Adanya permintaan konsumen yang fluktuatif.

### **3.3.3 Opportunity (Peluang)**

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan (David, Fred R.,2005:47).

1. Sosis yang sudah banyak dikenal masyarakat.
2. Lokasi berjualan di Jalan Masjid Ar-Rohmah, Bekasi, Jawa Barat yang merupakan lingkungan yang banyak masyarakat.

### **3.3.4 Threat (Ancaman)**

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan (David, Fred R.,2005:47).

1. Banyaknya pesaing yang menjual produk dengan harga yang lebih ekonomis.
2. Banyaknya pesaing yang dengan mudah meniru produk ini.

## **4. Aspek Organisasi dan Manajemen**

### **4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia**

Struktur Organisasi

- a. Nama Usaha : SoTang (Sosis Kentang)
- b. Bentuk Usaha : Perseorangan
- c. Lokasi : Bekasi, Jawa Barat
- d. Nama Pemilik : Hajar Mareti Ashary
- e. Alamat : Jalan Masjid Ar-Rohmah, Bekasi
- f. Status Pemilik Usaha : Pemilik Usaha
- g. E-mail : [sosis.kentang@gmail.com](mailto:sosis.kentang@gmail.com)
- h. No. Telp : 085717520084

#### **4.2 Perjanjian**

Untuk perizinan usaha, SoTang (Sosis Kentang) hanya memerlukan Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) sebelum melakukan produksi. SoTang juga akan mengurus perizinan kepada ketua RT setempat beserta warga yang tinggal disekitar lokasi usaha.

#### **4.3 Kegiatan Pra Operasional dan Jadwal Pelaksanaan**

Kegiatan operasional merupakan kegiatan yang harus kita rancang sebelum memulai suatu usaha, ada beberapa hal yang harus dipersiapkan sebelumnya, yaitu kegiatan pra operasional yang dilakukan oleh usaha SoTang (Sosis Kentang) adalah melakukan riset pasar secara langsung, melihat dan menganalisis target yang ingin di bidiknya, melihat target yang belum terlayani oleh pesaing, melakukan beberapa survei, menyusun perencanaan produk, rencana penjualan, tenaga kerja, dan melihat seberapa besar modal yang harus dikeluarkan untuk membuka usaha tersebut.

## 5. Aspek Produksi

### 5.1 Jenis Produk

Jenis produk pada business plan ini adalah produk makanan yang berupa SoTang (Sosis Kentang).

### 5.2 Volume Produk Yang Akan Dibuat

Dalam hal kegiatan produksi, kami berusaha untuk mengoptimalkan bahan baku yang tersedia untuk berproduksi semaksimal mungkin. Perkiraan dalam sehari membuat 65-100 sosis untuk membuat produk SoTang (Sosis Kentang).

### 5.3 Bahan dan Peralatan Yang Dibutuhkan

#### 1. Bahan-Bahan dan Perlengkapan

Nama barang	Satuan	Harga satuan	Total
Sosis Jumbo	100 Buah	Rp. 10.000	Rp. 1.000.000
Tepung Terigu	50 kg	Rp. 12.000	Rp. 600.000
Tepung Maizena	50 kg	Rp. 12.000	Rp. 600.000
Kentang Beku	25 Kantong	Rp. 50.000	Rp. 1.250.000
Telur Ayam	3 kg	Rp. 7.000	Rp. 21.000
Garam	4 Buah	Rp. 1.000	Rp. 4.000
Kaldu Bubuk	4 Buah	Rp. 1.000	Rp. 4.000
Gula Pasir	1 kg	Rp. 15.000	Rp. 15.000
Baking Powder	1 kg	Rp. 12.000	Rp. 12.000
Susu Cair	4 kaleng	Rp. 15.000	Rp. 60.000
Minyak Goreng	10 kg	Rp. 10.000	Rp. 100.000
Jumlah			Rp. 3.666.000

**Keterangan:** Perlengkapan yang digunakan per 2 hari.

<b>Nama perlengkapan</b>	<b>Satuan</b>	<b>Harga Satuan</b>	<b>Total</b>
Isi ulang gas	1 kali	Rp. 20.000	Rp. 20.000
Jumlah			Rp. 20.000

## **2. Proses Produksi**

1. Campur tepung terigu, tepung maizena, garam, kaldu bubuk, gula pasir dan baking powder. Aduk rata.
2. Masukkan telur kedalam campuran tepung. Masukkan juga susu cair sedikit demi sedikit sambil terus diaduk hingga membentuk adonan yang lembek. Tekstur adonan yang ideal adalah seperti hendak membuat adonan mendoan namun sedikit lebih kaku agar nantinya adonan mudah menempel pada sosis dan kentang mudah menempel pada adonan. Kini adonan telah siap.
3. Panaskan minyak dengan api sedang hingga benar-benar panas.
4. Ambil satu batang sosis yang telah ditusuk menggunakan tusukan sate. Celupkan pada adonan tepung hingga menyelimuti seluruh permukaan sosis.
5. Ambil segenggam potongan kentang, kepalkan pada sosis yang telah dilumuri adonan hingga potongan kentang menempel pada seluruh permukaan sosis.
6. Goreng segera dalam minyak panas hingga matang dan berubah warna menjadi kuning kecoklatan. Angkat dan tiriskan. Lakukan langkah yang sama pada semua sisa sosis dan adonan.
7. Sajikan SoTang selagi hangat bersama topping saus sambal atau tomat dan mayones.

## **3. Perlengkapan atau Peralatan**

<b>Nama Peralatan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Harga satuan</b>	<b>Total</b>
Gerobak etalase	1	Rp. 1.000.000	Rp. 1.000.000
Penggorengan	1	Rp. 300.000	Rp. 300.000
Tempat Kentang dan Sosis	2	Rp. 20.000	Rp. 40.000
Pencapit	1	Rp. 20.000	Rp. 20.000
Saringan	1	Rp. 10.000	Rp. 10.000
Kompor Gas	1	Rp. 400.000	Rp. 400.000
Jumlah			Rp. 1.770.000

#### **5.4 Tenaga Kerja**

Tenaga kerja yang dibutuhkan yaitu 2-3 orang, berikut ini merupakan kriteria yang harus dipenuhi oleh calon karyawan yang akan bekerja di SoTang (Sosis kentang), sebagai berikut:

1. Wanita atau Laki – Laki.
2. Usia 17 tahun – 26 tahun yang niat, giat dalam bekerja, jujur, bertanggung jawab, ulet, disiplin, menarik dan dapat berkomunikasi baik dalam bekerja.
3. Bersedia ditempatkan dibagian kasir dan produksi atau pemasaran.

## **6. Aspek Keuangan**

### **6.1 Sumber Keuangan**

Sumber pendanaan yaitu:

Modal sendiri

Rp 19.405.000,-

Total Modal yang untuk mendirikan usaha SoTang **Rp 19.405.000,-**

## 6.2 Laporan Keuangan

<b>CASH FLOW</b>	<b>Bulan 1</b>	<b>Bulan 2</b>	<b>Bulan 3</b>
Penerimaan			
Modal Awal	Rp 19.405.000	Rp 19.077.000	Rp 20.654.000
Penjualan	Rp 3.600.000	Rp 3.600.000	Rp 3.600.000
Jumlah Penerimaan	Rp 23.005.000	Rp 22.677.000	Rp 24.254.000
Pengeluaran			
BBB	Rp 600.000	Rp 600.000	Rp 600.000
BBP	Rp 843.000	Rp 843.000	Rp 843.000
BOP	Rp 580.000	Rp 580.000	Rp 580.000
Jumlah Pembelian peralatan	Rp 1.905.000		
Jumlah Pengeluaran	Rp 2.023.000	Rp 2.023.000	Rp 2.023.000
Modal Akhir	Rp 19.077.000	Rp 20.654.000	Rp 22.231.000

## **7. Penutup**

Dari proposal usaha ini dapat diambil kesimpulan bahwa membuka usaha SoTang (Sosis Kentang) yang telah dimodifikasi cukup menguntungkan. Untuk memilih suatu usaha perlu mengetahui berbagai macam hal yang berhubungan dengan usaha yang akan didirikan. Seperti mengetahui peluang usaha, lokasi yang strategis, pemasaran produk dan aspek-aspek lain yang berkenaan dengan pendirian usaha, sehingga usaha yang akan dijalankan dapat berjalan dengan baik. Usaha SoTang (Sosis Kentang) ini merupakan suatu usaha skala kecil yang dapat membantu menciptakan lapangan usaha baru, sehingga mengurangi pengangguran. Usaha ini tidak memerlukan modal yang cukup besar, namun memerlukan perencanaan yang matang.

Alhamdulillah berkat kesempatan yang diberikan Allah SWT Laporan Hasil Kegiatan Usaha untuk memenuhi tugas mata kuliah kewirausahaan dapat terselesaikan sesuai pada waktunya. Dengan kreativitas dalam mengolah produk serta dengan penggunaan bahan yang terpilih dan higienis maka akan terbentuk kepercayaan pelanggan terhadap suatu usaha tersebut. Bisnis makanan adalah bisnis kepercayaan dan rasa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (1999). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- David, Fred R. (2005). *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi Wirausaha Sukses*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Purwana, Dedi & Wibowo, Agus. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Tiga. Yogyakarta: Andi Offset.