

Felix Jurnal

by - -

Submission date: 09-Feb-2022 06:24AM (UTC-0500)

Submission ID: 1758415667

File name: 17430100003_Felix_Putra.docx (1.56M)

Word count: 3077

Character count: 19657

RANCANG BANGUN USAHA SEGO MBELURUK

¹⁾Felix Putra Mahendra, ²⁾Januar Wibowo, ³⁾Candraningrat

¹⁾ProgramStudiManajemen Universitas Dinamika.Email:17430100003@dinamika.ac.id

Abstract

Sego Mbeluruk is a business that produces food that has a distinctive taste, namely rice which has the taste and aroma of lime leaves so that it can increase the delicacy and have various kinds of chili sauce. Sego Mbeluruk's business was established to implement a business plan, starting with the BBusiness Model Canvas producing several activities that can help businesses to create business plans. The Business Plan produces a business plan such as a legality plan consisting of NPWP, NIB, and IUMK. Marketing plan using STP and marketing mix. SWOT analysis

Keyword: Business Model Canvas, Strengths, Weakness, Opportunities, Threats Analysis. and Business Plan

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang kaya akan makanan khas, masakan Indonesia, juga disebut sebagai cerminan dari budaya dan tradisi yang berbeda dari setiap pulau yang terletak di Sabang hingga Marauke, berperan penting dalam budaya nasional Indonesia. Secara umum hidangan unik di Indonesia menggunakan rempah-rempah yang berkualitas. Hidangan tradisional Indonesia yang terkenal di dunia tidak dapat dibedakan dari rempah-rempah digunakan oleh restoran yang tumbuh di Indonesia.

Salah satu faktor pendorong tumbuhnya bisnis kuliner menengah dan besar didorong oleh kebiasaan masyarakat Indonesia menjalani gaya hidup makan di restoran mewah dan cepat saji. Oleh karena itu tidak heran jika orang dengan gaya hidup ini rela mengeluarkan uang yang cukup untuk memuaskan dahaga dan laparnya. Surabaya memiliki hidangan khasnya sendiri termasuk Sego Sambel. Sego Sambal adalah hidangan yang terdiri dari nasi, cabai dan berbagai lauk pauk. Sajikan nasi di piring besar dan hiasi dengan telur dadar, tahu, tempe, lauk ayam dan daging. Kemudian dilumuri cabai ke seluruh bagian. Ada beberapa warung makan di Surabaya yang menawarkan menu Sambal Sego. Tak heran jika sego sambel memiliki banyak penggemar. Alhasil, bila tengah berakhir pekan di kota Pahlawan para wisatawan tidak lupa untuk mencoba penyetan/ sego sambel. Sebagian besar warung penyetan buka dari sore hari hingga

tengah malam bahkan pagi, hal tersebut disebabkan karena makanan tersebut banyak diburu saat kelaparan tengah malam.

Namun kebanyakan olahan penyetan dan sego sambel hanya menggunakan nasi putih biasa, packaging yang kurang menarik, dan hanya terdapat satu macam sambel yaitu sambel terasi. Hal tersebut membuat masyarakat sekaligus konsumen harus memilih tempat mana/ penjual penyetan mana yang memiliki sambal yang sesuai dengan keinginannya. Tidak hanya sambal saja banyak konsumen/ masyarakat mengeluhkan pengemasan penyetan yang hanya menggunakan kertas minyak dan dapat menyebabkan minyak dari lauk penyetan tembus dikemasan kertas minyak. Untuk itu maka diperlukan inovasi agar penyetan tetap eksis di zaman sekarang dan menjadi makanan khas Surabaya yang lebih menarik.

Pada perencanaan bisnis Sego Mbeluruk ini terdapat inovasi dari bisnis olahan penyetan, dimana nasi yang digunakan diolah menjadi nasi daun jeruk yang dapat membuat rasa dan aroma nasi menjadi harum dan gurih. Ada pula perbedaan pada sambal yang ditawarkan kepada konsumen yaitu sambal jeruk pecel, sambal bawang dan sambal matah, untuk wadah Sego Mbeluruk sendiri menggunakan alas daun pisang dan kemasan kekinian/ modern.

Berdasarkan informasi latar belakang yang disajikan, Sego Mbeluruk menawarkan peluang yang lebih inovatif untuk membangun bisnis di bidang kuliner yang sebenarnya dalam bisnis. Oleh karena itu tugas akhir di Sego Mbeluruk. Dianggap perlu untuk menerapkan dan menjalankan proses

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang masalah maka dapat dilakukan identifikasi, bagaimana mengimplementasikan Sego Mbeluruk

1.3. Tujuan

Tujuan yang diperoleh melalui hasil dari pengimplementasian Sego Mbeluruk adalah:

1. Untuk mengembangkan dan mengimplementasikan konsep bisnis Sego Mbeluruk dengan menggunakan teori business plan.
2. Untuk mendapatkan profit pada pengimplementasian bisnis/usaha.
3. Mengaplikasikan pelajaran mengenai analisis SWOT dan business plan dalam mengimplementasikan bisnis Sego Mbeluruk
4. Mampu memadukan pengetahuan dan keterampilan dalam memahami, menganalisis, menggambarkan, dan menjelaskan masalah yang berhubungan dengan bidang manajemen.

1.4. Manfaat

Manfaat yang diperoleh melalui hasil dari mengaplikasikan perencanaan dan pembuatan bisnis Sego Mbeluruk adalah:

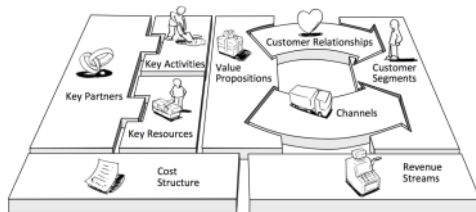
1. Menambah wawasan, pengalaman dan membentuk jiwa entrepreneur muda.
2. Mendorong generasi milenial untuk menciptakan bisnis melalui passion yang dimiliki.

II. LANDASAN TEORI

Dalam penyusunan rencana bisnis diperlukan sejumlah teori yang mendukung bisnis yang berjalan dapat berkembang sesuai dengan target yang ditentukan.

2.1. Business Model Canvas (BMC)

Kanvas Model Bisnis seperti cetak biru untuk struktur, proses, dan strategi organisasi yang diterapkan dalam suatu sistem. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010), model bisnis ini mempermudah konsep bisnis yang awalnya sederhana. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010), dibagi menjadi sembilan elemen: segmen pelanggan (customer segment), proposisi nilai (value proposition), jaringan (channel), hubungan pelanggan (customer relationship), arus kas (revenue flow), dan meningkatkan pokok. Sumber daya (sumber daya besar), aktivitas besar (aktivitas besar), kemitraan besar (mitra besar)



Gambar 2. 1 Business Model Canvas

2.2. Marketing Mix

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller mengatakan ada konsep ilmu pemasaran, yaitu

2 bauran pemasaran. Arti dari 7p menurut Kotler dan Keller adalah sebagai berikut.

a. Produk

Kotler mendefinisikan produk sebagai berikut: "Produk adalah produk yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan persyaratannya." Dengan kata lain, kami dapat menyediakan produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar.

b. Nilai

Kotler mendefinisikan harga sebagai "jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan." Deskripsi: Harga adalah jumlah yang dibebankan untuk barang/ jasa.

c. Tempat

Kotler mendefinisikannya sebagai "sebuah perusahaan membuat beberapa upaya untuk membuat produknya tersedia untuk audiens target." Menurut definisi, keragaman dapat menjadi tanggung jawab perusahaan untuk membuat produk dan layanan tersedia dan menjangkau konsumen yang dituju.

d. Promosi

Kotler menjelaskan bahwa definisi promosi adalah "setiap kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mendistribusikan dan mempromosikan produknya ke pasar sasaran." Promosi harus dipahami sebagai aktivitas apa pun yang bertanggung jawab untuk mengkomunikasikan produk atau layanan perusahaan kepada pasar sasaran perusahaan.

e. People

Kotler menyimpulkan definisinya: "Beberapa mencerminkan fakta bahwa pemasaran internal dan karyawan penting bagi manajemen pemasaran." Ketika ditafsirkan, ini mengacu pada beberapa lingkungan pemasaran, 1 Ini juga mencerminkan fakta bahwa satu orang atau beberapa karyawan merupakan bagian penting dari kesuksesan pemasaran.

f. Metode

Kotler mendefinisikan proses sebagai "suatu proses adalah semua kreativitas, disiplin, dan struktur yang terkait dengan manajemen pemasaran". Artinya, mencerminkan semua kreativitas, disiplin, dan struktur yang datang dengan manajemen pemasaran.

g. Physical Evidence

Kotler mengungkapkan bukti fisik sebagai bukti dan sebagai nilai tambah bagi konsumen, pelanggan, dan prospek dalam bentuk tertentu yang dimiliki

oleh penyedia layanan.

2.3. Business Plan

Menurut Hisrick, Peter, 1995 (Alma, 2004) rencana bisnis (business plan) adalah dokumen yang disiapkan oleh seorang wirausahawan yang menggambarkan semua elemen internal dan eksternal yang relevan yang terkait dengan suatu perusahaan. Oleh karena itu, rencana bisnis memungkinkan Anda untuk melihat bagaimana bisnis Anda akan tumbuh sekarang dan di masa depan, dan eksekutif bisnis akan mengoordinasikan kegiatan untuk mencapai hasil yang diinginkan, seperti yang dijelaskan dalam dokumen rencana. Rencana bisnis adalah studi tentang kegiatan organisasi saat ini dan masa depan dan penempatan kegiatan untuk mencapai hasil yang diinginkan yang dijelaskan dalam dokumen perencanaan. Rencana bisnis erat kaitannya dengan kewirausahaan karena rencana bisnis dirancang untuk membawa hasil konstruksi bisnis lebih dekat dengan kenyataan. Sebuah bisnis membutuhkan rencana bisnis yang baik untuk berhasil, dan memiliki banyak elemen untuk membuat rencana bisnis seperti deskripsi bisnis, strategi pemasaran, rencana operasional, dan rencana keuangan.

III. METODE PELAKSANAAN

3.1. Business Model Canvas (BMC)

Sego Mbeluruk

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> - Pedagang Ayam - Pedagang Daging - Pedagang Ikan - Pedagang Sayur - Jasa Perencanaan Kemasan - Jasa Pengiriman 	<ul style="list-style-type: none"> - Pembelian Bahan Baku - Produksi Sego Mbeluruk - Pemasaran Sego Mbeluruk - Pengiriman 	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan Nasi Daun Jeruk - Memiliki Berbagai Momen Sambal 	<ul style="list-style-type: none"> - Flash Sale - Diskon - Gratis Ongkir 	<ul style="list-style-type: none"> - Remaja Hingga Dewasa Umur 12-60 - Konsumen Yang Menyukai Kepedasan
Key Resources <ul style="list-style-type: none"> - Peralatan Masak - Bahan Baku - Packaging - Tenaga Kerja 		Channels <ul style="list-style-type: none"> - Grab Food - Go Food - Instagram 		
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> - Biaya Tenaga Kerja - Biaya Pembelian Bahan Baku - Biaya Peralatan Masak - Biaya Cetak Kemasan - Biaya Pengiriman 			Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> - Penjualan Produk Sego Mbeluruk 	

Gambar 3. 1 Business Model Canvas Mbeluruk

Berikut penjelasan mengenai Business Model Canvas (BMC) dari bisnis Sego Mbeluruk berdasarkan gambar diatas.

• Customer Segment

Produk Sego Mbeluruk ini memiliki target pasar yaitu remaja hingga dewasa yang berusia 12-60 tahun dan konsumen yang menyukai pedas.

• Value Proposition

Pada kolom value proposition produk Sego Mbeluruk menjelaskan apa saja yang telah di produksi dan apa yang menjadi pembeda untuk ditawarkan kepada konsumen, yaitu produk Sego Mbeluruk merupakan makanan yang menggunakan

nasi yang diolah dengan daun jeruk dan memiliki berbagai macam sambal dari sambal terasi, sambal jeruk dan sambal ijo

• Channel

Melalui penggunaan channels yang tepat, kemudian dapat menyampaikan value propositions Produk Sego Mbeluruk kepada customer segments. Dengan cara mempromosikan langsung melalui sosial media Instagram, dan melalui Grab Food, dan Go Food

• Revenue Streams

Revenue streams produk Sego Mbeluruk adalah penjualan produk-produk yang dilakukan melalui online maupun offline.

• Key Resource

Beberapa bahan baku penting yang dibutuhkan dalam produksi Sego Mbeluruk yaitu peralatan masak, tenaga kerja, bahan baku dan packaging

• Customer Relationship

Agar pelanggan tidak mudah berpaling pada produk lain, kami memberikan beberapa relationship dengan selalu memberikan layanan terbaik bagi konsumen dengan cara mengadakan flashsale, diskon hingga gratis ongkir.

• Key Activities

Dimana kegiatan utamanya ialah pembelian bahan baku, memproduksi produk melalui beberapa tahapan, dan pengiriman produk bila ada order dari konsumen. Dengan cara seperti ini, diharapkan dapat menarik minat konsumen lebih baik lagi

• Key Partner

Beberapa partner produk Sego Mbeluruk ini berfungsi sebagai saranan untuk mempermudah proses produksi, yaitu dengan cara bekerja sama dengan pedgag daging, pedagang sayur, pedgang ayam, pedagang ikan, pedagang sayur, jasa percetakan kemasan dan jasa pengiriman.

• Cost Structure

Biaya-biaya yang di keluarkan dalam memproduksi produk Sego Mbeluruk ini yaitu biaya pembelian bahan baku, biaya pembelian peralatan masak, biaya cetak kemasan, biaya tenaga kerja dan biaya pengiriman pada setiap produk-produk yang telah di produksi.

3.3 Business Plan

Rencana bisnis adalah rencana apa yang akan Anda lakukan dalam bisnis Anda di masa depan, seperti mengalokasikan sumber daya, memperhatikan faktor-faktor kunci, dan menangani masalah dan peluang yang ada. Komponen utama yang direkomendasikan dalam rencana bisnis dan pengaturannya adalah sebagai berikut.

Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal perusahaan, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal perusahaan.

3.3.1. Rencana Pemasaran (Segmentation, Targeting, and Positioning)

Segmentasi, penargetan dan positioning (STP)

adalah pertimbangan penting ketika menerapkan strategi pemasaran produk. Saat melakukan analisis STP, perusahaan harus merencanakan, menjalankan, dan membuat aplikasi pemasaran produk dengan menganalisis kondisi umum bisnis. Se-go Mbeluruk juga melakukan analisis segmentasi, penargetan, dan penentuan posisi (STP), antara lain:

a. Segmentating

Dalam segmentasi geografis, pada Se-go Mbeluruk akan memasarkan produknya di wilayah Surabaya dan Sidoarjo, karena dengan adanya sosial media dan perusahaan unicorn yang ada dapat mempermudah dalam memasarkan produk Se-go Mbeluruk. Selain itu segmentasi demografi Se-go Mbeluruk yaitu menasar pada orang yang menyukai sambelan yang memiliki cita rasa khas dan berbeda yang berhubungan dengan kuliner. Se-go Mbeluruk berfokus pada masakan Nusantara yang dikemas secara modern. Produk Se-go Mbeluruk dapat dikonsumsi oleh remaja sampai dewasa, baik perempuan dan laki-laki

b. Targeting (Target)

Berdasarkan hasil segmentasi maka target konsumen Se-go Mbeluruk berdasarkan segmentasi adalah kaum milenial di wilayah Surabaya yang menggemari sambelan di bidang kuliner.

c. Positioning (Penentuan Produk)

Positioning dari Se-go Mbeluruk adalah menjadi produk kuliner nusantara yang kekinian dengan bernuansa tradisional dan dengan harga yang terjangkau. Se-go Mbeluruk juga di produksi dengan menggunakan bahan baku pilihan yang terjaga kualitasnya dan higienis sehingga konsumen dapat terpuaskan dengan kelezatan pada produk Se-go Mbeluruk.

3.3.2. Analisis SWOT

Menurut Kotler dan Keller (2016), analisis SWOT merupakan penilaian terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis SWOT adalah alat untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan Anda. Analisis ini didasarkan pada asumsi berikut bahwa strategi yang efektif meminimalkan kerentanan dan ancaman. Menerapkan asumsi sederhana ini dengan benar dapat berdampak signifikan pada desain strategi yang layak. Di bawah ini adalah analisis SWOT bisnis Se-go Mbeluruk.



Gambar 3.3 SWOT Se-go Mbeluruk

3.3.3. Marketing Mix

1. Product

Produk pada bisnis Se-go Mbeluruk adalah produk nasi yang dibuat menggunakan daun jeruk membuat cita rasa menjadi lebih lezat dan dapat meningkatkan selera makan dengan aroma daun jeruk tersebut. Sambal yang digunakan juga memiliki beberapa macam yaitu sambal jeruk, sambal terasi, sambal bawang dan sambal ijo untuk tetap menjaga penampilan tradisional alas dari Se-go Mbeluruk sendiri menggunakan daun pisang yang bertujuan untuk menguatkan aroma nasi daun jeruk. Untuk kemasan sendiri Se-go Mbeluruk menambahkan modernisasi dengan menggunakan kemasan rice box. Strategi merek dagang produk yang digunakan oleh Se-go Mbeluruk, yaitu dengan menggunakan nama Jawa yaitu Se-go yang berarti nasi dan Mbeluruk yang berarti sambelan daun jeruk.

Se-go Mbeluruk menawarkan produk yang berkualitas kepada konsumen yang mayoritas adalah penggemar kuliner. Selain itu, produk Se-go Mbeluruk juga akan selalu melakukan pembaruan menu yang ditawarkan kepada konsumen dan juga tetap menjaga ke higienisan dalam produksinya. Penawaran produk Se-go Mbeluruk juga disesuaikan dengan tingkat permintaan konsumen akan produk tersebut. Strategi penawaran itu diharapkan mampu memaksimalkan penjualan produk Se-go Mbeluruk, sehingga tidak akan ada produk Se-go Mbeluruk tidak terjual.



Gambar 3.4 Se-go Mbeluruk Ayam

2. Price

Harga juga merupakan salah satu faktor dalam keberhasilan usaha, yaitu untuk meningkatkan penjualan yang akan berdampak pada profit perusahaan. Harga yang ditawarkan jauh lebih murah dibandingkan dengan cita rasa yang diberikan oleh Sego Mbeluruk. Calon pembeli akan merasa puas ketika menikmati produk yang dibeli sesuai dengan keinginan dan kualitas dari makanan tersebut. Harga jual produk bervariasi yaitu dari harga Rp 12.000 untuk Sego Mbeluruk telur, Rp 15.000 untuk Sego Mbeluruk ayam dan Rp 18.000 Sego Mbeluruk varian daging.

3. Place

Sego Mbeluruk mempunyai tempat penjualan online dan offline. Untuk penjualan online Sego Mbeluruk memaksimalkan penggunaan teknologi E-commerce yaitu dengan menggunakan Grab Food, Shopee Food dan Go Food untuk konsumen yang ingin membeli produk tanpa harus datang ke outlet konsumen dapat menginsatl atau memesan melalui aplikasi tersebut. Sedangkan untuk penjualan offline Sego Mbeluruk akan membuka outlet di berbagai tempat makan seperti pujasera AIOLA, Makmu, dan Cafe-cafe yang berada di Sidoarjo lalu Sego Mbeluruk juga mengikuti berbagai event yang berada di Surabaya dan Sidoarjo untuk meningkatkan penjualan serta meningkatkan citra merek dari usaha Sego Mbeluruk.

4. Promotion

Promosi yang digunakan Sego Mbeluruk adalah dengan memanfaatkan teknologi yang saat ini sudah berkembang, yaitu dengan memanfaatkan sosial media atau yang biasa disebut memasarkan secara online. Dengan melakukan promosi pada Grab Food, Go Food dan Shoppe Food, dapat dilihat bahwa banyak sekali jangkauannya karena banyak sekali masyarakat yang menggunakan aplikasi tersebut, selain itu penggunaan media sosial Instagram juga digunakan sebagai media promosi secara online juga lebih efektif dan efisien. Untuk selanjutnya bisnis Sego Mbeluruk akan menggunakan fitur berbayar pada sosial media yang bisa berbayar untuk melakukan pormosi/iklan.

IV. HASIL PENGUKURAN PELAKSANAAN

4.1. Hasil Legalitas Hukum

1. Proses pembuatan NPWP usaha Sego Mbeluruk dimulai dari membuka situs web <https://ereg.pajak.go.id/>, setelah itu melakukan registrasi email untuk melakukan pembuatan akun agar dapat mengajukan pendaftaran NPWP

2. Hasil Pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB)

Proses pembuatan NIB Usaha Sego Mbeluruk

dimulai dengan membuka situs web www.oss.go.id, setelah itu melakukan registrasi email dengan mengisi data diri seperti nama dan nomor identitas untuk pendaftaran akun pada OSS. Apabila telah mengisi maka selanjutnya adalah aktivasi akun yang akan dikirimkan melalui email. Akun OSS yang telah dikonfirmasi pendaftarannya dapat melanjutkan proses pembuatan NIB dengan melakukan tiga tahap yaitu pengisian data usaha, pengecekan data, dan validasi data. Apabila telah melalui tahapan-tahapan yang ada, maka NIB sudah terbit dan dapat diunduh.

3. Hasil Pengurusan Surat Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK)

Proses pembuatan Surat Izin Usaha Mikro Kecil Usaha Sego Mbeluruk dilakukan pada situs web yang sama dengan pembuatan NIB pada situs www.oss.go.id. Data yang diperlukan untuk pengurusan IUMK adalah jumlah kekayaan bersih dari bisnis atau perusahaan. Surat Izin Usaha Mikro Kecil usaha Sego Mbeluruk termasuk pada kode KBLI 56102 yaitu rumah/warung makan.

4.2 Hasil Marketing Mix

Sego Mbeluruk adalah produk nasi yang dibuat menggunakan daun jeruk membuat cita rasa menjadi lebih lezat dan dapat meningkatkan selera makan dengan aroma daun jeruk tersebut. Sambal yang digunakan juga memiliki beberapa macam yaitu sambal jeruk, sambal terasi, sambal bawang dan sambal ijo untuk tetap menjaga penampilan tradisional alas dari Sego Mbeluruk sendiri menggunakan daun pisang yang bertujuan untuk menguatkan aroma nasi daun jeruk. Untuk kemasan sendiri Sego Mbeluruk menambahkan modernisasi dengan menggunakan kemasan rice box.



Gambar 4. 5 Produk Sego Mbeluruk

5

Harga yang ditawarkan jauh lebih murah dibandingkan dengan cita rasa yang diberikan oleh Sego Mbeluruk. Calon pembeli akan merasa puas ketika menikmati produk yang dibeli sesuai dengan keinginan dan kualitas dari makanan tersebut. Harga jual produk bervariasi yaitu dari harga Rp 12.000 untuk Sego Mbeluruk telur, Rp 15.000 untuk Sego Mbeluruk ayam dan Rp 18.000 Sego Mbeluruk varian daging.

4.3. Hasil Rencana Operasional

Hasil dari rencana operasional Sego Mbeluruk dalam mengimplemmentasikan usaha yaitu telah berhasil membuka outlet yang berada di Jl. Bendul Merisi No. 11 Jagir Wonokromo Surabaya, Sego Mbeluruk juga telah berhasil membuat perizinan usaha seperti NPWP, IUMK dan NIB. Didalam proses pembuatan produk Sego Mbeluruk owner terjun langsung dalam proses produksi.



Gambar 4. 1 Proses Produksi Sego

Didalam melayani konsumen sebagai owner juga harus mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan terhadap produk yang disajikan tidak hanya itu Sego Mbeluruk selalu menjaga kehygienisan dan kualitas dalam pembuatan produk.

4.4 Hasil Rencana Keuangan

1. Biaya Investasi

Biaya investasi merupakan modal yang dibutuhkan dalam memproduksi Sego Mbeluruk. Investasi usaha Sego Mbeluruk terdiri dari Rice Cooker, rumbong, wajan, kompor, piring rotan, spatula, sendok, saringan, Tuperware.

Tabel 4.4 Biaya Investasi

	Rincian	Unit	Harga	Total
1	Rice Cooker	2	Rp 250.000	Rp 500.000
2	Rombong	1	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
3	Wajan	2	Rp 110.000	Rp 220.000
4	Kompore	1	Rp 350.000	Rp 350.000
5	Piring Rotan	12	Rp 3.000	Rp 36.000
6	Spatula	2	Rp 10.000	Rp 20.000
7	Sendok	12	Rp 1.250	Rp 15.000
8	Saringan	1	Rp 10.000	Rp 10.000
9	Tuperware	3	Rp 36.000	Rp 108.000
10	Banner	2	Rp 25.000	Rp 50.000
11	Elpiji	1	Rp 160.000	Rp 160.000
12	Blender	1	Rp 452.405	Rp 452.405
Total				Rp 3.421.405

2. Biaya Produksi

Biaya yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan bahan baku dan produksi Sego Mbeluruk.

Tabel 4.5 Biaya Produksi Sego Ayam

No	Keterangan	Unit	Jumlah
1	Daun Jeruk	30 ons	Rp. 90.000
2	Cabai	7,5 kg	Rp. 75.000
3	Royco	60 pcs	Rp. 30.000
4	Beras	30kg	Rp. 360.000
5	Bawang Merah	7,5 kg	Rp. 240.000
6	Bawang Putih	7,5 kg	Rp. 240.000
7	Ayam	15 kg	Rp. 450.000
8	Tepung Jeruk Pecel	30 kg	Rp. 240.000
9	Daun Serai	90 biji	Rp. 90.000
10	Kelapa	120 biji	Rp. 60.000
11	Minyak	30 biji	Rp. 300.000
12	Miyak	5 liter	Rp. 175.000
13	Gula	2,5 kg	Rp. 30.000
14	Masako	60	Rp. 30.000
15	Pakaging	450 pcs	Rp. 450.000
16	Listrik		Rp. 50.000
17	Depresiasi Peral		Rp. 293.250
18	Gas Elpiji	1	Rp. 20.000
19	B Tenaga Kerja	450 pcs	Rp. 900.000
20	Transport (Bensin)		Rp. 60.000
Total			Rp. 4.183.250

Tabel 4.6 Biaya Produksi Sego Kulit Ayam

No	Keterangan	Unit	Jumlah
1	Daun Jeruk	30 ons	Rp. 90.000
2	Cabai	7,5 kg	Rp. 75.000
3	Royco	60 pcs	Rp. 30.000
4	Beras	30kg	Rp.360.000
5	Bawang Merah	7,5 kg	Rp.240.000
6	Bawang Putih	7,5 kg	Rp.240.000
8	Tepung	30 kg	Rp.240.000
9	Jeruk Pecel	90 biji	Rp. 90.000
10	Daun Serai	120 biji	Rp. 60.000
11	Kelapa	30 biji	Rp.300.000
12	Minyak	5 liter	Rp.175.000
13	Gula	2.5 kg	Rp. 30.000
14	Masako	60	Rp. 30.000
15	Pakaging	450 pcs	Rp.450.000
14	Kulit Ayam	15 kg	Rp.450.000
15	Listrik		Rp. 50.000
16	Depresiasi Peral		Rp.293.250
17	Gas Elpiji	1	Rp. 20.000
18	B Tenaga Kerja	450 pcs	Rp. 900.000
19	Transport (Bensin)		Rp. 60.000
Total			Rp. 4.183.250

Tabel 4.7 Biaya Produksi Sego Telur tempe

No	Keterangan	Unit	Jumlah
1	Daun Jeruk	30 ons	Rp. 90.000
2	Cabai	7,5 kg	Rp. 75.000
3	Royco	60 pcs	Rp. 30.000
4	Beras	30kg	Rp. 360.000
5	Bawang Merah	7,5 kg	Rp. 240.000
6	Bawang Putih	7,5 kg	Rp. 240.000
8	Jeruk Pecel	90 biji	Rp. 90.000
9	Daun Serai	120 biji	Rp. 60.000
10	Kelapa	30 biji	Rp. 300.000
11	Minyak	5 liter	Rp. 175.000
12	Gula	2.5 kg	Rp. 30.000
13	Masako	60	Rp. 30.000
14	Pakaging	450 pcs	Rp. 450.000
15	Bumbu Racik	30 pcs	Rp. 60.000
16	Tempe	30 pcs	Rp. 150.000
17	Telur	30 kg	Rp. 540.000
18	Listrik		Rp. 50.000
19	Depresiasi Peral		Rp. 293.250
20	Gas Elpiji	1	Rp. 20.000
21	B Tenaga Kerja	450 pcs	Rp. 900.000
22	Transport (Bensin)		Rp. 60.000
Total			Rp.4.243.250

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil pengukuran pelaksanaan implementasi Usaha Sego Mbeluruk yaitu:

1. Pada legalitas usaha, Sego Mbeluruk berhasil memiliki persyaratan hukum usaha yaitu memiliki NPWP, NIB, dan IUMK.
2. Pada hasil pemasaran, Usaha Sego Mbeluruk mengimplementasikan strategi pemasaran STP dan *marketing mix* (bauran pemasaran). Sego Mbeluruk menjual dan memasarkan menggunakan beberapa *platform* sosial media seperti Instagram, dan Grab Food. Kegiatan pemasaran yang dilakukan antara lain melakukan Instagram Ads dan Grab Ads yang dipasarkan langsung oleh pihak aplikasi dan lebih banyak menjangkau akun-akun melalui postingan dan *story*, melakukan *paid promote* pada Instagram.
3. Berdasarkan hasil operasional, Sego Mbeluruk melaksanakan penjualan melalui offline yaitu dengan berjualan di outlet dan Grab Food
4. Pada proses pengimplementasian rencana bisnis menggunakan metode analisis SWOT, BMC, dan *Business Plan* yang digunakan oleh Sego Mbeluruk ketika proses implementasi rencana bisnis telah berhasil diterapkan.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, saran yang dapat diambil sebagai berikut:

1. Dalam melakukan suatu aktivitas pemasaran

diwajibkan selalu memasarkan produk melalui Instagram, Grab Food dan Iklanberbayar yang disediakan pihak aplikasi seperti Instagram Ads, Shopee Ads, dan Grab Ads dibutuhkan sebagai media pemasaran yang membantu produk supaya diketahui oleh lebih banyak orang. Tidak hanya itu, iklan yang ada pada aplikasi Ecommerce juga dapat dilakukan karena berpotensi untuk meningkatkan penjualan. *Endorsement* melalui Instagram juga perlu dilakukan dengan mencari *influencer* yang sesuai dengan target pasar agar dapat berpengaruh positif terhadap penjualan produk.

2. Kegiatan operasional, agar melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan penjualan melalui pembuatan promo-promo menarik yang ada pada Grab Food produk, membuat pesiaran ke konsumen
3. Struktur bisnis direkomendasikan untuk melakukan perekrutan karyawan yang lebih banyak untuk menghasilkan keuntungan yang lebih dan menjadi standar keberhasilan suatu usaha.

RUJUKAN

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Alexander Osterwalder & Yves Pigneur. (2010). Business Model Canvas. (T. Clark, Ed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Hisrich, Peters. 1995 Entrepreneurship. New York, USA : Mc Graw Hill inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. Marketing Management, Edisi 14. New Jersey: Prentice Hall Published.
- Mulyadi. 2009. Auditing. Cetakan ke-6. Jakarta : Salemba Empat.

Felix Jurnal

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.dinamika.ac.id Internet Source	3%
2	library.binus.ac.id Internet Source	1%
3	www.coursehero.com Internet Source	1%
4	eprints.untirta.ac.id Internet Source	1%
5	www.bintangbisnis.com Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

Felix Jurnal

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8
