



PROPOSAL KEWIRASAHAAN

“BANDROS” JAJANAN KHAS BANDUNG KEKINIAN



disusun oleh:

I Gusti Putu Yudha Tresnawan
Pudjianti Kusumah
Komang
Didit Kurniawan

**PENDIDIKAN TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK DAN KEJURUAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2016**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, Karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah sehingga Proposal Kewirausahaan ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Terimakasih kami ucapkan kepada Ibu Nyoman Sugihartini.S.Pd.,M.Pd selaku dosen pengampu Mata Kuliah Kewirausahaan yang telah membimbing kami dalam mencoba melakukan wirausaha kuliner Bandros dan tak lupa lupa kami haturkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah turut berkontribusi dalam kelancaran usaha kami.

Proposal Kewirausahaan ini diajukan untuk memenuhi salah satu tugas Mata Kuliah Kewirausahaan juga sebagai wujud dokumen tertulis dari kegiatan usaha kami.

Kami sadari masih banyak terdapat kekurangan dalam pembuatan Proposal Kewirausahaan ini untuk itu kami mohon kritik dan saran yang membangun guna membuat kami jauh lebih baik lagi dalam menyusun proposal ke depan. Harapannya semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya bagi yang ingin mencoba berwirausaha.

Singaraja,

Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	1
DAFTAR ISI.....	2
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Visi dan Misi.....	3
1.3 Tujuan dan Maksud Kegiatan Usaha	3
BAB II PEMBAHASAN	
2.1 Profil	4
2.2 Strategi Pasar	4
2.3 Analisis SWOT	5
BAB III MANAGEMEN PRODUKSI	
3.1 Proses Produksi.....	5
3.2 Bahan Baku.....	6
3.3 Peralatan dan Perlengkapan	6
3.4 Biaya Lain-Lain	7
3.5 Cara Pembuatan	7
BAB IV RENCANA ANGGARAN	
4.1 Modal/Pemasukan.....	7
4.2 Penentuan Harga Jual.....	8
4.3 Perhitungan Laba/Rugi	8
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	9
5.2 Kata Penutup	9

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang sukses. Sesuatu yang baru dan berbeda adalah nilai tambah barang dan jasa yang menjadi sumber keunggulan untuk dijadikan peluang.

Di Indonesia sendiri belum begitu banyak masyarakatnya yang berwirausaha, sebagian besar menjadi karyawan atau buruh di negeri sendiri. *Mindset* kesuksesan hanya didapatkan jika bekerja di kantoran dan perusahaan yang besar mengakibatkan meningkatnya angka pengangguran, hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan di masyarakat untuk memanfaatkan peluang bisnis dan kurangnya pemikiran yang luas untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru.

Dari permasalahan diatas kami mencoba berwirausaha sebagai upaya pelatihan diri bagi kami dan mengubah *mindset* bahwa lulusan sarjana tidak hanya menjadi pekerja tetapi dapat membuka lapangan pekerjaan. Kami membuka usaha kuliner dengan produk “Bandros” yaitu jajanan khas Kota Bandung yang berbahan dasar tepung beras, tentunya sangat mudah didapatkan sehingga olahan ini dapat memiliki harga jual yang cukup tinggi.

1.2 Visi dan Misi

1. Visi

Menjadi pelopor wirausahawan muda jajanan tradisional khas Kota Bandung

2. Misi

- Mengenalkan jajanan tradisional Bandros ke Masyarakat Luas
- Membuat inovasi dengan produk tradisional
- Meningkatkan kualitas makanan tradisional
- Mengutamakan kualitas pelayanan demi kepuasan konsumen

1.3 Tujuan dan Maksud Kegiatan Usaha

1. Tujuan Kegiatan Usaha

Tujuan kami memilih jenis usaha ini yaitu:

- Mendapatkan keuntungan.
- Menarik minat konsumen untuk merasakan produk yang kami buat agar mencapai target penjualan
- Membantu mempertahankan makanan tradisional agar tidak hilang.
- Mengasah *softskill* berwirausaha.

2. Maksud Kegiatan Usaha

Dari kegiatan ini kami bermaksud menyalurkan ilmu yang kami miliki yaitu kemampuan di bidang kuliner, adapun terjun di dunia usaha sebagai bentuk mencari pengalaman dan menambah wawasan keilmuan agar kelak dapat lebih baik lagi jika berwirausaha.

BAB II

PEMBAHASAN

2.1 Profil

Bandros adalah brand dari kegiatan usaha kami, bahan bakunya adalah tepung beras yang dibuat adonan lalu digoreng seperti biasa. Bandros biasanya dikenal dengan istilah “Jajanan SD” di Kota Bandung. Namun sampai saat ini bandros sudah jarang ditemukan di sekolah-sekolah maupun di tempat lain, untuk itu kami ingin mengembangkan kembali dengan membuat inovasi pada adonan dan sausnya. Adapun nama usaha yang akan kami perkenalkan adalah “BANDROS” dan menanamkan *imej* ‘Jajanan Khas Bandung Kekinian’, serta lokasi penjualan di Jl. Dewi Sartika Utara No. 17.

2.2 Strategi Pasar

Agar rencana mendirikan usaha ini berjalan dengan lancar, upaya yang ditempuh dalam melakukan strategi pasar antara lain:

1. Segmenting

Segmenting pasar adalah dengan menjadikan pembeli sebagai target yang akan dicapai, produk yang harus kami buat adalah produk yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan dari masyarakat dengan tingkatan berbeda, produk ini juga bisa dinikmati dari anak-anak hingga orang dewasa.

2. Targeting

Target pasar yang kami bidik adalah kalangan mahasiswa, masyarakat setempat, serta kantin-kantin sekolah.

3. Positioning

Agar produk kami mudah dikenali oleh masyarakat, kami berinovasi dengan cara menambahkan bahan baru yang membedakan makanan ini dengan yang ada. Bahan yang kami tambahkan yaitu sosis, *black pepper*, udang rebung, serta keju cheddar. Adapun kemasannya akan kami buat dengan mika atau gabus,. Sehingga tampilan lebih menarik, rasa lebih unggul dan kualitas sangat baik.

2.3 Analisis SWOT Sebagai Kelayakan Usaha

Sebagai acuan untuk menghadapi persaingan dalam bidang usaha, setiap kegiatan untuk memulai usaha kami harus mengukur kemampuan kami terhadap lingkungan atau pesaing melalui SWOT.

1. Kekuatan (*Strength*)

Rasa percaya bahwa produk ini akan diterima dengan baik oleh masyarakat luas, karena produk yang kami buat ini belum ada di Bali khususnya di Singaraja.

2. Kelemahan (*Weakness*)

- Produk tidak tahan lama.
- Produk mudah ditiru.
- Harga bahan baku tidak stabil.

3. Peluang (*Oportunity*)

Produk ini memang sudah ada di kalangan masyarakat akan tetapi usaa Bandros ini berbeda dengan Bandros yang biasa, Bandros ini produk hasil modifikasi sehingga menjadi produk baru serta menarik yang dapat bersaing dengan makanan-makanan modern.

Bandros di jaman sekarang sudah jarang yang memproduksi, sehingga kami mempunyai peluang yang cukup baik dalam pemasaran, apalagi Bandros merupakan varian baru yang dapat menarik minat konsumen untuk merasakan sensasi baru dari Bandros ini.

4. Ancaman (*Treathe*)

Ancaman yang dapat timbul dari usaha BANDROS ini antara lain:

- Pesaing tidak sehat.
- Bahan baku tidak stabil.
- Adanya produk serupa dengan kualitas baik dan harga murah sehingga menjatuhkan produk kami.

BAB III

MANAGEMEN PRODUKSI

3.1 Proses Produksi

Kegiatan yang kami lakukan dalam kegiatan produksi yaitu:

1. Mengembangkan ide pembuatan produk dengan membaca kebutuhan knsumen terhadap sebuah produk yang sedang popular yaitu kuliner.

2. Melalui bagian produksi, kami mulai menentukan bahan baku penunjang selain bahan baku utama. Dalam hal ini kami melakukan survei pasar guna mendapatkan harga yang lebih kompetitif dasar pasar.
3. Proses produksi dilakukan dengan rangkaian kegiatan yang mengedepankan azas higienis guna terciptanya kepercayaan terhadap konsumen akan produk yang kami pasarkan.
4. Menyusun laporan keuangan, tahapan ini dilakukan untuk membuat sistem managemen yang baik dalam kegiatan usaha. Kami percaya, jika penanganan konsumen tersusun dengan baik maka semua kegiatan produksi akan berjalan lancar dan maksimal.

3.2 Bahan Baku

Dalam proses produksi kami menggunakan bahan baku rincian sebagai berikut:

No	Bahan Baku	Qty	Harga Satuan	Total
1	Tepung Beras	300gr	Rp. 1.700	Rp. 5.000
2	Minyak Goreng	1lt	Rp. 12.000	Rp. 12.000
3	Garam	1bks	Rp. 1.500	Rp. 1.500
4	Santan	200ml	Rp. 7.000	Rp. 7.000
5	Daun Pandan	1lbr	Rp. 2.000	Rp. 2.000
6	Vanili	5gr	Rp. 3.500	Rp. 3.500
7	Sosis	10pcs	Rp. 1.000	Rp. 10.000
8	Udang Rebung	100gr	Rp. 9.000	Rp. 9.000
9	Saus Sambal	2botol	Rp. 12.000	Rp. 24.000
10	Kelapa Parut	150gr	Rp. 6.000	Rp. 6.000
11	Keju Cheddar	400gr	Rp. 4.500	Rp. 49.000
Total				Rp. 129.000

Tabel 1.1 (Daftar Bahan Baku)

3.3 Peralatan dan Perlengkapan

Dalam kegiatan produksi kami, peralatan dan perlengkapan yang kami gunakan sebagai berikut:

1. Peralatan

No	Nama Barang	Qty
1	Wajan Khusus Pukis	1
2	Pengait	1
3	Pisau	1
4	Baskom	1
5	Tatakan	1

Tabel 1.2 (Daftar Peralatan)

2. Perlengkapan

No	Nama Barang	Qty	Harga Satuan	Jumlah
1	Mika	100pcs	Rp. 500	Rp. 50.000
2	Garpu Plastik	5pck	Rp. 3.500	Rp. 17.500
3	Kertas Minyak	100lbr	Rp. 200	Rp. 20.000
Total				Rp. 87.500

Tabel 1.3 (Daftar Perlengkapan)

3.4 Biaya Lain-Lain

No	Nama Biaya	Jumlah
1	Isi Ulang Gas	Rp. 20.000
2	Pamflet	Rp. 10.000
3	Kupon	Rp. 2.000
Total		Rp. 32.000

Tabel 1.4 (Biaya Lain-Lain)

3.5 Cara Pembuatan

1. Siapkan bahan-bahan dan peralatan yang dibutuhkan.
2. Iris sosis menjadi bagian-bagian kecil.
3. Parut kelapa memanjang
4. Rebus santan, pandan dan tambahkan sedikit garam. Lalu dinginkan.
5. Campur kelapa, tepung beras, garam, santan sedikit-sedikit sambil di aduk.
6. Panaskan cetakan dengan diolesi minyak lalu tuang sedikit demi sedikit adonan.
7. Taburi sosis, udang rebung, atau perisa diatasnya. Lalu di tutup.
8. Panggang diatas api kecil. Jika bagian atas sudah terlihat padat lalu diangkat dan tiriskan.
9. Bandros siap dijual.

BAB IV

RENCANA ANGGARAN

4.1 Modal/ Pemasukan

Modal yang kami keluarkan dalam sekali produksi ialah sebesar Rp. 248.500

$$\begin{aligned}
 \text{Total Biaya} &= \text{Bahan Baku} + \text{Perlengkapan} + \text{Biaya lain-lain} \\
 &= \text{Rp. } 129.000 + \text{Rp. } 87.500 + \text{Rp. } 32.000
 \end{aligned}$$

Total pengeluaran yang digunakan dalam satu kali produksi menghasilkan 250 pcs produk dengan modal pengeluaran Rp. 248.500

4.2 Penentuan Harga Jual

Harga Pokok Produksi	= Total Biaya/Hasil Produksi
	= Rp. 248.500,-/250
	= Rp. 994,-
Harga Jual	= Harga Pokok+Laba yang diinginkan
	= Rp. 994,- + Rp. 306,-
	= Rp. 1.500

Jadi harga jualnya yaitu (Rp. 1.300,-/pcs)

4.3 Perhitungan Laba/Rugi

Laba	= (Hasil produksi x Harga jual)-Modal
	= (250 x Rp. 1.500)- Rp. 248.000
	= Rp. 375.000 – Rp. 248.000
	= Rp. 127.000,-
Persentase Laba	= Laba/Modalx100%
	= 127.000/248.000x100%
	= 0.51%

Persentase dari laba bersih yang didapat dalam satu kali produksi yaitu 0.51%

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Bandros merupakan brand produk yang diciptakan oleh kami dalam bidang ini, kami menciptakan produk ini atas survey yang kami lakukan untuk mencari peluang bisnis yang baik dan bermanfaat (yang dibutuhkan) oleh masyarakat, kami sangat mengharapkan produk yang kami buat dapat diterima dan disenangi oleh konsumen.

5.2 Saran