

**LAPORAN CREATIVE MENU DAN BUSINESS
PLAN AND ENTREPRENEUR
THE SNACK'S**



**Disusun oleh:
Tisya Aulia Aprilia Syaiful
22110009**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA TIGA SENI KULINER
AKADEMI SAGES
2024**

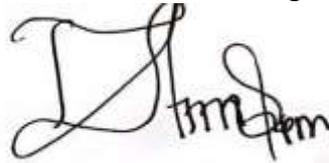
**LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN CREATIVE MENU
BUSINESS PLAN AND ENTREPRENEUR**

Nama : Tisya Aulia Aprilia Syaiful
NIM : 22110009
Judul : The Snack's

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku melalui ujian *Creative Menu* dan *Business plan and Entrepreneur*, pada hari Selasa, tanggal 18 Juni 2024.

Surabaya, 22 Juni 2024

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing



Daniel Pandu Mau, S.PD., M.M., M.Par.
NIDN: 0728079105

Disahkan oleh:
Ketua Program Studi,



Ivy Dian P. Prabowo., S.T.P., M.P
NIDN: 073049302

Diuji oleh:
Ketua Penguji,



Mahmudi, S.ST. Par., M.Par.
NIDN: 0722127903

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : TisyA Aulia Aprilia Syaiful
NIMI : 22110009
Program Studi : Seni Kuliner
Judul : The Snack's

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Creative Menu dan Business Plan Entrepreneur yang telah disusun sebagai syarat untuk memenuhi mata kuliah Creative Menu dan Business Plan Entrepreneur pada Program Studi Diploma Tiga Seni Kuliner Akademi Sages merupakan karya ilmiah sendiri.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya indikasi plagiat dalam karya ilmiah ini, saya bersedia menerima hukuman/sanksi sesuai ketentuan dan peraturan yang berlaku, yaitu mengulang pelaksanaan magang.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran, serta tidak dipaksakan oleh pihak manapun.

Surabaya, 22 Juni 2024

Yang Menyatakan,


TisyA Aulia Aprilia Syaiful
NIM: 22110009

LAPORAN CREATIVE MENU

PEMANFAATAN UBI DAN WORTEL PADA ONDE- ONDE UNTUK MENINGKATKAN KONSUMSI SAYURAN PADA MASYARAKAT



**Disusun oleh:
TISYA AULIA APRILIA SYAIFUL
22110009**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA TIGA SENI KULINER
AKADEMI SAGES
2023**

KATA PENGANTAR

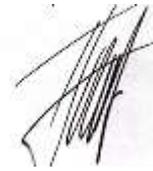
Puji syukur bagi Allah SWT atas anugrah dan hidayah-nya berupa kesehatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan makalah terkait menu kreatif ini dengan judul (Onde-onde ubi wortel). Adapun tujuan pembuatan Laporan Menu Creative ini ialah untuk menjadi bekal untuk penulis agar bisa terus berinovasi dan berkreasi dalam pembuatan Produk baru.

Dengan Tersusunnya Laporan Menu Creative ini, Penulis ingin berterima kasih kepada para dosen pembimbing:

- 1) Daniel Pandu Mau, S.Pd., M.Par., M.M., sebagai Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan panduan serta membimbing penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Menu Creative ini.
- 2) Vivi Piet, S.E., Sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran serta bantuan kepada penulis sehingga penulis dapat menghasilkan produk yang berkualitas.
- 3) Thjing Man Lie, S.H. sebagai Dosen yang turut membantu penulis dalam memberi masukan terkait hasil produk agar menghasilkan produk yang berkualitas.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, Penulis menerima kritik dan saran dari para pembaca agar penulis dapat memperbaiki Laporan menu kreatif ini.

Surabaya, 15 November 2022



Penulis

ABSTRAK
**Pemanfaatan Ubi dan Wortel Pada Onde-onde Untuk Meningkatkan
Konsumsi Sayuran Pada Masyarakat**

Jajanan tradisional merupakan warisan makanan yang diturunkan dan telah membudaya di masyarakat Indonesia. Indonesia merupakan negara yang kaya akan adat istiadat, budaya, bahasa daerah, dan kuliner. Setiap daerah di Indonesia memiliki keunikan kulinernya tradisionalnya masing-masing. Makanan tradisional juga merupakan makanan yang biasa dikonsumsi sejak beberapa generasi, sesuai dengan selera para masyarakat dan dibuat dari berbagai bahan makanan dan rempah yang tersedia lokal. Akan tetapi, jajanan tradisional tidak lagi diminati oleh generasi muda dikarenakan dianggap ketinggalan zaman ditambah masuknya makanan modern ke Indonesia semakin membuat jajanan tradisional semakin menghilang. Produk Onde-onde ubi dan wortel ini juga diolah dari bahan-bahan yang memang umum digunakan dalam proses pembuatan jajanan tradisional yaitu tepung ketan sebagai bahan Utama. Jajanan Tradisional Onde-onde Ubi dan Wortel ini merupakan produk yang digabungkan dengan sayuran Wortel dengan tujuan membantu masyarakat dalam mengkonsumsi Sayuran. Produk ini dibuat untuk melestarikan kembali jajanan tradisional sekaligus membantu meningkatkan konsumsi sayuran di Indonesia yang semakin menurun tiap tahunnya.

Kata Kunci: *Jajanan Tradisional; Onde-onde; Ubi; Wortel*

ABSTRACT
Utilizing Sweet Potato And Carrot In Onde-onde To Enhance Vegetable Consumption In The Community

Traditional Snacks is a culinary heritage passed down and ingrained in Indonesian society. Indonesia, with its rich customs, cultures, regional languages, and cuisine, showcases unique traditional culinary delights in each region. These traditional foods have been consumed for generations, reflecting the preferences of the people and crafted from locally available ingredients and spices. However, the younger generation tends to overlook traditional snacks, considering them outdated, especially with the influx of modern foods into Indonesia, leading to the gradual disappearance of these traditional treats. The Onde-onde sweet potato and carrot product is crafted from commonly used ingredients in traditional snack making, with glutinous rice flour as the main component. This snack aims not only to preserve traditional treats but also to contribute to preserve traditional treats but also to contribute to vegetable consumption by combining carrots with the product, addressing the declining vegetable intake in Indonesia.

Keywords: Carrot; Onde-onde; Sweet Potato; Traditional Snack

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Keuntungan untuk konsumen	3
1.3 Keuntungan untuk Produsen	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Jajanan Tradisional	4
2.2 Onde-onde	4
2.3 Wortel	5
2.4 Ubi Cilembu	5
BAB III METODE PEMBUATAN PRODUK	9
3.1 Bahan-bahan	9
3.2 Peralatan	10
3.3 Tahap Pembuatan	10
3.4 Karakteristik Produk	14
3.5 Kemasan Produk	14
BAB IV PENUTUP	15
4.1 Simpulan	15
4.2 Saran	15
DAFTAR PUSTAKA	16

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Wortel.....	9
Gambar 3.2 Ubi Cilembu	9
Gambar 3.3 Tepung Ketan	10
Gambar 3.4 Biji Wijen.....	10
Gambar 3.5 Ubi Cilembu	11
Gambar 3.6 Ubi Cilembu Halus	11
Gambar 3.7 Adonan kering dan ubi.....	11
Gambar 3.8 Hasil jadi adonan	11
Gambar 3.9 Ubi dan wortel yang sudah di kukus.....	12
Gambar 3.10 Ubi dan wortel yang sudah dicampur bahan <i>filling</i>	12
Gambar 3.11 Kulit dan <i>filling</i>	12
Gambar 3.12 Onde-onde yang sudah di celup air dan diberi wijen.....	12
Gambar 3.13 Onde-onde digoreng	13
Gambar 3.14 Penyajian Onde-onde	13
Gambar 3.15 Ilustrasi kemasan Produk	14
Gambar 3.16 Logo sticker kemasan	14

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jajanan tradisional khas daerah Indonesia sangat kaya dan beragam. Pasalnya, tiap daerah biasanya memiliki kue tradisional khasnya sendiri. Meski tetap ada banyak jajanan tradisional umum yang dapat ditemui di setiap daerah. Dikutip dari buku *101 Kue Nusantara* (2013) oleh Puspa Swara dan Dapur Lestari, jajanan tradisional merupakan pangan khas dari nenek moyang dan biasanya digunakan untuk acara dan tradisi. Salah satunya ialah Onde-onde.

Onde-onde merupakan makanan tradisional Indonesia yang terbuat dari tepung ketan yang digoreng dan berbalut biji wijen, jajanan ini salah satu makanan kudapan tradisional yang tidak begitu digemari lagi dikalangan kaum muda dikarenakan dianggap ketinggalan zaman menurut ahli kuliner Indonesia Fatmah Bahalwan. Adapun menurut (Kompasiana, 2023) faktor perubahan zaman merupakan salah satu faktor yang paling mempengaruhi kurangnya minat pada masyarakat sehingga kuliner tradisional Indonesia semakin menghilang. Ditambah dengan kemajuan teknologi yang membuat makanan-makanan modern semakin cepat masuk ke Indonesia. Hal ini seperti memperlihatkan masyarakat acuh dan tidak menghargai nilai budaya yang terdapat di makanan tradisional, mereka lebih memilih untuk mengkonsumsi makanan modern.

Adanya perubahan selera kuliner yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia ini menyebabkan terjadinya kurangnya produksi makanan tradisional itu sendiri sehingga tidak hanya pembeli saja yang berkurang, tetapi juga penjual makanan tradisional. Kurangnya produksi makanan tradisional membuat generasi muda menjadi asing dan membuat tidak adanya keinginan untuk mengkonsumsi dan mempelajari resep makanan tradisional relatif lebih sehat karena tidak mengandung banyak pengawet dan juga pewarna yang alami (Kompasiana, 2023).

Penulis ingin memperkenalkan kembali jajanan tradisional ini dengan menggabung sayuran sebagai *filling* untuk meningkatkan daya tarik juga sekaligus membantu masalah konsumsi sayur di Indonesia dikarenakan konsumsi sayuran pada masyarakat Indonesia masih tergolong rendah dibandingkan dengan negara-negara lain (Riset kesehatan dasar, 2018).

Data SUSENAS tahun 2004 mencatat bahwa 60,44% masyarakat Indonesia kurang mengkonsumsi sayur dan buah, dan ditemukan bahwa 56,6% anak usia sekolah sukar mengkonsumsi sayur. Berdasarkan data hasil riset tahun 2007, konsumsi sayur di Indonesia sangat rendah pada kelompok usia 10 tahun ke atas yaitu mencapai angka 93,6% dan khususnya di Jawa Tengah rendahnya konsumsi sayur pada kelompok usia 10 tahun ke atas mencapai 91% (Depkes, 2008).

Organisasi pangan *Food and Agriculture Organization* (FAO) merekomendasikan warga dunia untuk lebih banyak mengkonsumsi sayuran setidaknya sebanyak 75 kg/kapita/tahun, dilengkapi oleh anjuran badan kesehatan dunia *World Health Organization* (WHO) terkait konsumsi sayuran 400 gram setiap hari. Tingkat konsumsi sayuran di Indonesia dari tahun 2017 hingga tahun 2020 cenderung meningkat, Tingkat konsumsi sayuran pada tahun 2019 yaitu 54,9 kg/kapita/tahun sedangkan yang paling rendah terjadi pada tahun 2017 yaitu 51 kg/kapita/tahun. Namun pada tahun 2020 tingkat konsumsi mengalami penurunan sebesar 2,6 kg/kapita/tahun. Berdasarkan data Media Indonesia, tingkat konsumsi sayuran di Indonesia masih tergolong rendah dan masih tertinggal jauh dari negara-negara ASEAN lainnya.

Untuk membantu dalam proses meningkatkan konsumsi sayuran di Indonesia dan mengembalikan kepopuleran jajanan tradisional Indonesia maka dilakukannya inovasi gabungan antara Onde-onde dengan ubi dan wortel yang dinamakan *The Snack's* pada penyebutan produk ini. Pada proses pengolahan *The Snack's* ini sama seperti proses pengolahan Onde-Onde pada umumnya, hanya saja penulis menggunakan ubi dan wortel sebagai *filling*. Produk ini dibuat bertujuan membantu masyarakat sekitar untuk bisa memakan sayuran dengan cara yang berbeda dengan membentuknya menjadi *filling* di Onde-onde, Hal ini dikarenakan masyarakat di Indonesia cenderung kurang menyukai makanan yang terbuat dari Sayuran. Oleh karena itu, dengan produk ini yang menggunakan ubi dan wortel sebagai inovasi untuk mendukung masyarakat mengkonsumsi lebih banyak sayur sekaligus juga ikut andil melestarikan jajanan tradisional Indonesia.

1.2 Keuntungan untuk konsumen

Keuntungan yang bisa didapatkan konsumen dari jajanan tradisional onde-onde ini adalah sebagai berikut:

- 1) Membantu meningkatkan konsumsi sayuran khususnya wortel dan umbi-umbian pada ubi. Kandungan pada wortel terdiri dari air dan karbohidrat, Sedikit mengandung lemak dan Protein, tetapi kaya akan Vitamin salah satunya ialah Vitamin A.
- 2) Konsumen secara tidak langsung juga turut melestarikan jajanan tradisional Indonesia, dan mengenal kembali jajanan Onde-onde.
- 3) Dapat merasakan Onde-onde dengan cita rasa yang tidak seperti biasanya.

1.3 Keuntungan untuk Produsen

Dalam pembuatan produk *The Snack's* ini, tidak hanya pembeli saja yang mendapatkan keuntungan, akan tetapi produsen juga bisa memperoleh keuntungan sebagai berikut:

- 1) Inovasi produk ini juga mematok harga yang lebih mahal dari Onde-onde pada umumnya tetapi tetap *affordable* membuat *The Snack's* ini bisa memberi profit bagi produsen.
- 2) Dapat menciptakan produk yang inovasi dari bahan-bahan yang mudah didapat seperti, tepung ketan, umbi-umbian seperti ubi madu dan wortel.
- 3) Dapat andil membantu masyarakat dalam mengatasi masalah konsumsi sayuran di Indonesia.
- 4) Turut serta melestarikan budaya indonesia melalui penjualan jajanan tradisional.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Jajanan Tradisional

Maharani, Y (2011) meyakini bahwa jenis-jenis kuliner di Indonesia dibagi mejadi dua kategori besar, yaitu makanan berat dan makanan ringan. Makanan berat merupakan kebutuhan pokok bagi kehidupan manusia yang berfungsi sebagai sumber karbohidrat. (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2014. hlm.11). Makanan ringan atau *snack* adalah jenis makanan yang disajikan diluar waktu makan utama. *Snack* dapat berupa jajanan tradisional atau bisa disebut kue (Nurhayati, 2012).

Jajanan tradisional merupakan wujud budaya yang berciri kedaerahan, Spesifik, beraneka macam dan jenis yang mencerminkan potensi alam daerah masing-masing. Berbagai daerah di Indonesia mempunyai beranekaragaman masakan, jajanan, dan minuman tradisional yang telah lama berkembang secara spesifik di setiap daerah (Rosyidi, 2011). Produk olahan jajanan tradisional umumnya terbuat dari bahan baku Umbi-umbian seperti singkong, ubi jalar, dan juga biasanya menggunakan bahan baku Tepung beras (Nurhayati, 2013).

Jajanan tradisional atau bisa disebut kue adalah kudapan yang terbuat dari bahan hasil kekayaan alam yang berada di Indonesia, dengan teknik membuat, alat dan penyajian yang khas Indonesia. Kue tradisional Indonesia dikategorikan menurut kadar airnya menjadi kue basah dan kue kering. Kue tradisional Indonesia dapat diolah dengan berbagai macam cara, antara lain yaitu dikukus, direbus, dipanggang dan digoreng (Marwanti, 2000). Menurut Sosrodiningrat, ciri-ciri dari kue tradisional adalah resep yang diturunkan turun-temurun dari generasi terdahulu, penggunaan alat tradisional dalam pembuatan kue yang ingin dimasak, dan cara pembuatan kue yang harus dilakukan untuk mendapatkan rasa yang khas.

2.2 Onde-onde

Onde-onde adalah makanan khas Indonesia yang mudah ditemukan di Pasar-pasar Tradisional. Menurut (Wulandari, 2019) Onde-onde pada umumnya menggunakan tapung ketan putih. Oleh karena itu, Onde-onde memiliki tekstur

yang garing diluar dan kenyal didalam, Pada bagian dalam terdapat isian kacang Hijau yang sudah direbus dan diolah dengan mencampurkan gula pasir sehingga rasanya gurih, legit, dan manis. Juga dengan baluran biji wijen, membuat aroma Onde-onde menjadi lebih harum dan gurih.

Onde-onde sebenarnya makanan tradisional yang berasal dari China. Sejarah Onde-onde bisa ditelusuri hingga zaman Dinasti Zhou di China, yang berlangsung sekitar tahun 1045-256 SM. Seiring berjalannya waktu, Onde-onde kemudian menjadi bagian Integral dari budaya kuliner Indonesia. Meskipun memiliki akar dari China kuno, Onde-onde telah beradaptasi dengan cita rasa dan varian Bahan-bahan lokal di Indonesia, Menciptakan versi yang unik dan lezat dari hidangan ini.

2.3 Wortel

Wortel (*Daucus Carota L*) adalah jenis sayuran yang berwarna kuning kemerahan atau jingga kekuningan dengan tekstur yang mirip seperti kayu (Malasari, 2005). Bagian yang dapat dimakan dari wortel adalah bagian umbi atau akarnya. Wortel memiliki batang yang pendek, akar tunggang yang bentuk dan fungsinya berubah menjadi umbi bulat dan memanjang. Menurut Alabran dan Mabrouk (1973), Kandungan gula dan asam amino pada wortel tergantung dari jenis varietas wortel, lingkungan, pertanian, dan penyimpanannya. Wortel juga dikenal karena kandungan vitamin A yang tinggi terkandung didalamnya. Selain vitamin A, wortel juga memiliki kandungan vitamin lain seperti vitamin B dan E. Bahan utama lainnya dari wortel adalah Beta-karoten. Setelah dikonsumsi, beta-karoten yang masuk kedalam pencernaan akan dikonversi menjadi vitamin A. Beberapa studi juga menunjukkan bahwa Beta-karoten dapat menangkal radikal bebas penyebab kanker (Widiyanti, 2010). Wortel yang kaya akan manfaat ini dibuat menjadi bahan utama pembuatan *filling The Snack's*.

2.4 Ubi Cilembu

Menurut Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Barat 2015, ubi Cilembu merupakan keluarga ubi jalar. Selain karbohidrat sebagai kandungan utama, ubi Cilembu juga mengandung Vitamin, Mineral, Serat dan Anti Oksidan.

Menurut Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Barat, ubi Cilembu adalah kultivasi ubi jalar ras lokal asal kecamatan Pamulihan. Saat dipanggang getahnya akan meleleh menjadi manis dan membuat ubi menjadi pulen, berbeda dengan ubi kebanyakan. Rasa manis pada ubi Cilembu bisa menjadi sumber energi bagi orang yang mengkonsumsinya. Ubi Cilembu juga merupakan bahan utama yang berfungsi untuk menyamarkan rasa wortel dan memberikan manfaat tambahan seperti zat besi, Vitamin A, Vitamin D, Vitamin C, Vitamin B6 dan juga antioksidan dalam proses pembuatan *filling* Onde-onde.

2.5 Onde-onde Ubi dan Wortel

Onde-onde ubi dan wortel atau disingkat menjadi *The Snack's* merupakan produk inovasi dari jajanan tradisional Indonesia. *The Snack's* merupakan produk yang dibuat bertujuan untuk membantu masalah konsumsi sayur di Indonesia yang menurun tiap tahunnya dan melestarikan kembali jajanan tradisional di masyarakat. Dengan Onde-onde yang mengandung wortel dan ubi ini, membuat Onde-onde ini menjadi kaya akan vitamin, serat dan lain sebagainya yang dapat membantu masyarakat mendapat serat dan vitamin yang cukup. Kulit dari Onde-onde mengandung tepung ketan, gula, air dan ubi sebagai perasa dan membuat kulit Onde-onde menjadi lebih kenyal, renyah dan kopong. Selain itu juga terdapat *filling* yang berbahan baku utama terbuat dari campuran wortel dan ubi, menjadikan jajanan tradisional *The Snack's* ini tinggi serat dan vitamin.

Dalam pembuatan jajanan tradisional *The Snack's* ini, terdapat beberapa bahan dasar yang akan digunakan dalam pembuatannya sebagai berikut:

1) Tepung Ketan

Tepung ketan merupakan salah satu jenis tepung yang berasal dari beras ketan bervariasi dari padi (*Oryza sativa*) family Graminae dan termasuk biji-bijian yang digiling dan ditumbuk menggunakan mesin penggiling (Damayanti, 200 dalam Parayana et al, 2015). Tepung ketan dimanfaatkan sebagai bahan dasar pembuatan Onde-onde dikarenakan sifat dari tepung ketan yang kenyal dan mudah dibentuk serta manis untuk menjadi kulit dari Onde-onde.

2) Gula Pasir

Gula adalah suatu karbohidrat sederhana karena dapat larut dalam air dan langsung diserap tubuh untuk diubah menjadi energi (syakriri Mulyakin, 2020). Karena kebanyakan masyarakat Indonesia menggunakan gula pasir sebagai pemanis utama yang sangat umum digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Gula biasanya digunakan sebagai pemanis makanan dan minuman. Fungsi gula pada Onde-onde ialah memberi rasa manis dan juga membantu merenyahkan tekstur pada kulit Onde-onde.

3) Air Panas

Dalam proses pembuatan Onde-onde, air berfungsi untuk membantu mengolah tepung ketan menjadi adonan elastis dan mudah dibentuk. Tepung menjadi padat saat terkena air karena reaksi kimia dan interaksi molekuler yang terjadi antara amilosa dan amilopektin, dua komponen utama tepung dan air. Proses hidrasi tepung ini adalah dasar dari banyak resep kuliner, seperti pembuatan kue, roti, dan saus. Ini memungkinkan air menjadi bahan pengikat dan penyedia struktur dalam berbagai jenis makanan.

4) Minyak Sayur

Minyak sayur atau biasa disebut minyak nabati merupakan minyak yang terbuat dari ekstrak berbagai bagian tumbuhan. Karena terbuat dari ekstrak bagian tumbuhan, minyak ini punya nutrisi dan manfaat tergantung jenis tumbuhan yang digunakan sebagai bahan baku. Dalam proses pembuatan Onde-onde minyak sayur juga dapat langsung ditambahkan ke dalam adonan ketan untuk meningkatkan elastisitas adonan juga membuat Onde-onde menjadi kopong saat di goreng.

5) Wijen

Wijen atau (*Sesame Indicum L*) merupakan semak semusim yang termasuk dalam famili *Pedaliaceae*. Tanaman ini dibudidayakan sebagai sumber Minyak Nabati atau minyak wijen (Saatchi et al., 2019). Biji wijen digunakan sebagai pemberi tekstur renyah dan aroma yang khas pada kulitnya saat sudah matang.

6) Minyak Goreng

Dalam kehidupan sehari-hari minyak goreng dikonsumsi oleh hampir seluruh masyarakat Indonesia baik yang berada di perkotaan maupun pedesaan (Amang, 1996: 37). Minyak goreng digunakan untuk menggoreng Onde-onde. Sebab minyak goreng dapat memberikan aroma yang sedap, cita rasa yang lebih lezat, gurih, membuat makanan lebih renyah atau crispy, serta penampilan yang lebih menarik memberikan warna keemasan dan kecoklatan daripada makanan yang dikukus, direbus atau dipanggang.

7) *Milk Powder*

Fungsi *Milk powder* pada olahan Onde-onde ialah untuk memberikan aroma *milky* dan *creamy* pada *filling*. Pembuatan susu bubuk diperoleh melalui serangkaian tahapan proses, yaitu perlakuan pendahuluan (penyaringan atau klarifikasi, seperasi dan standardisasi), pemanasan pendahuluan (menguapkan sebagian air yang terkandung oleh susu, sampai mencapai kadar kurang lebih 45-50% menggunakan evaporator) dan pengeringan (Bylund, 2003).

BAB III

METODE PEMBUATAN PRODUK

3.1 Bahan-bahan

Bahan-bahan yang digunakan untuk membuat produk *The Snack's* adalah:

1) *Filling*

- a. 15 g Wortel
- b. 35 g Ubi Cilembu
- c. 1 Sendok makan *Milk Powder*
- d. 1 Sendok makan Gula Pasir
- e. 15 ml Air



Gambar 3.1 Wortel



Gambar 3.2 Ubi Cilembu

1) Kulit Onde-onde

- a. 135 g Tepung ketan
- b. 3 ½ Sendok makan Gula pasir
- c. 40 g Ubi Cilembu
- d. 90-95 ml Air Panas
- e. ½ Sendok teh Minyak sayur
- f. 70 g Biji Wijen



Gambar 3.3 Tepung Ketan



Gambar 3.4 Biji Wijen

3.2 Peralatan

Peralatan yang dibutuhkan untuk membuat produk *The Snack's* adalah:

- 1) *Filling*
 - a. Timbangan
 - b. Bowl
 - c. Saucepan
 - d. Rubber spatula
 - e. Blender
 - f. Peeler
- 2) Adonan Kulit
 - a) Timbangan
 - b) Bowl
 - c) Spatula
 - d) Tongs

3.3 Tahap Pembuatan

Langkah-langkah pembuatan produk *The Snack's* mulai dari tahap pembuatan *filling* dan Kulit:

- 1) *Filling* dan Adonan Kulit
 - a. Siapkan air panas di saucepan lalu kupas ubi dan wortel dengan peeler lalu potong dadu ubi Cilembu dan wortel, kukus hingga empuk dan haluskan dengan Blender, lalu timbang ubi kukus halus seberat 40 g pisahkan.



Gambar 3.5 Ubi Cilembu

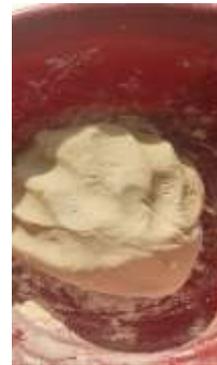


Gambar 3.6 Ubi Cilembu Halus

- b. Untuk *filling*, wortel dan ubi cilembu yang sudah dikukus hingga lembut dan di blender hingga halus dimasukkan ke saucepan dan campurkan gula, air, dan *milk powder* lalu aduk dengan spatula hingga airnya hilang dan *filling* mulai tampak seperti paste lalu letakkan di bowl tunggu hingga dingin.



Gambar 3.7 Adonan kering dan ubi



Gambar 3.8 Hasil jadi adonan

- c. Gabungkan tepung ketan, gula, adonan ubi Cilembu yang sudah di timbang tadi, lalu aduk sebentar dengan rubber spatula dan samperkan air panas juga minyak sayur, lalu aduk hingga semuanya tercampur rata.



Gambar 3.9 Ubi dan wortel yang sudah di kukus



Gambar 3.10 Ubi dan wortel yang sudah dicampur bahan-bahan filling

- d. Saat *filling* sudah mulai mendingin, bentuk *filling* menjadi bulat dan timbang dengan berat 10 gr, Bentuk juga adonan kulit menjadi bulat dengan berat 20 g. Masukkan *filling* yang sudah dibentuk ke dalam adonan kulit Celupkan adonan ke air dan kemudian celup ke mangkuk yang berisi biji Wijen, air memiliki fungsi agar biji wijen dapat menempel di adonan kulit.



Gambar 3.11 Kulit dan filling



Gambar 3.12 Onde-onde yang sudah di celup air dan diberi wijen

- e. Panaskan Minyak dan deep fry adonan Onde-onde di wajan berisi minyak hangat, lalu setelah Onde-onde mulai mengembang pindahkan ke wajan yang berisi minyak panas, goreng

menggunakan tongas dan tunggu hingga Onde-onde mulai menjadi coklat keemasan lalu tiriskan.



Gambar 3.13 Onde-onde di Goreng

f. Jika onde-onde sudah jadi, sajikan onde-onde di kotak kemasan.



Gambar 3.14 Penyajian Onde-onde

3.4 Karakteristik Produk

Karakteristik yang dimiliki produk *The Snack's* antara lain:

- 1) Warna dari *The Snack's* ialah coklat keemasan saat diangkat dari penggorengan, *Filling* dari Onde-onde memiliki warna Kuning dan orange dari ubi dan wortel.
- 2) Bentuk dari *The Snack's* ini ialah bulat seperti Onde-onde pada Umumnya.
- 3) Tekstur dari *The Snack's* ini adalah garing cenderung kenyal, *filling* yang terdapat didalam Onde-onde juga mempunyai tekstur yang lembut.
- 4) Aroma yang dihasilkan dari *The Snack's* ini adalah gurih dari biji wijen dan manis, Aroma gurih berasal dari Biji Wijen yang berada di kulit Onde-

onde yang dimasak di minyak panas dan Aroma Manis berasal dari *filling* Onde-onde yang terbuat dari ubi Cilembu dan wortel.

- 5) Rasa yang dihasilkan produk *The Snack's* ialah manis dan cenderung gurih dikarenakan kombinasi dari Kulit yang terbalur biji wijen dan filling yang terbuat dari ubi juga wortel memberikan rasa yang manis dari Onde-onde.

3.5 Kemasan Produk

Kemasan produk yang digunakan untuk produk jajanan tradisional *The Snack's* ialah *paper box* yang terbuat dari karton. Kemasan berbahan karton dikarenakan karton umumnya dapat menjaga produk dari tumpahan minyak, mempertahankan tekstur serta kerenyahan produk. Kemasan ini berbentuk kotak dan memiliki *Space* yang luas untuk Onde-onde, serta dilengkapi stiker logo untuk *The Snack's*.



Gambar 3.15 Ilustrasi Kemasan produk



Gambar 3.16 Logo Sticker Kemasan

BAB IV

PENUTUP

4.1 Simpulan

Produk Jajanan Tradisional *The Snack's* dibuat dengan tujuan untuk Membantu kebutuhan konsumsi sayuran di Indonesia dan sekaligus melestarikan jajanan tradisional Indonesia yang mulai dilupakan. Kulit yang terbuat dari tepung ketan dan *filling* yang terbuat dari wortel dan ubi memberikan perasa manis alami dan memberikan tekstur yang garing cenderung kenyal. Dengan inovasi *The Snack's* ini, jajanan tradisional Indonesia bisa kembali dikenal oleh masyarakat dan membantu masalah konsumsi sayuran di Indonesia.

4.2 Saran

Adapun dengan inovasi produk jajanan tradisional ini perlu adanya beberapa pengembangan pada resep adonan dikarenakan pada saat selesai dimasak Onde-onde cepat mengempis, disarankan untuk mengukur kembali suhu minyak yang akan digunakan dan memaksimalkan kembali metode yang digunakan dalam membuat *The Snack's*.

DAFTAR PUSTAKA

- Pitakara, Ajeng Ritzki. (2011, September 30). Masih rendah, tingkat konsumsi sayuran di indonesia. <https://news.republika.co.id/berita/lsc2q1/masih-rendah-tingkat-konsumsi-sayuran-di-indonesia>
- Tampubolon, B. D., Ayuningtyas, U., & Setyoko, A. T. (2016). Kesiapan Pemberlakuan Wajib Sni Susu Bubuk Dan Sni Susu Kental Manis di Indonesia. *Jurnal Standardisasi*, 17(2), 157-166.
- Diniati, I. A. (2022). *Kajian Pembuatan Onde-onde Dengan Substitusi Tepung Wortel Sebagai Makanan Tinggi Provitamin A* (Doctoral dissertation, Poltekkes Tanjungkarang). <https://repository.poltekkes-tjk.ac.id/id/eprint/3423/6/6.%20BAB%20II.pdf>
- Rahman, T. D. A. (2022). *Analisis Metabolit Sekunder Dari Umbi Dan Daun Ubi Jalar (Ipomea batatas L.) Cilembu Menggunakan GC-MS* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia). http://repository.upi.edu/78256/2/S_BIO_1801252_Chapter1.pdf
- Muthi'ah, A. (2020). *Inovasi Produk Dan Strategi Pemasaran Bubur Sumsum Dengan Bahan Dasar Tambahan Ubi Jalar Ungu* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia). http://repository.upi.edu/56012/2/%28S%29_MIK_1604899_Chapter1.pdf
- Rohmitriasih, M. (2022, Mei 24). *Mengenal tepung ketan, bahan pembuatan dan manfaatnya*. <https://www.fimela.com/food/read/4969984/mengenal-tepung-ketan-bahan-pembuatan-dan-manfaatnya?page=2>

LAPORAN BUSINESS PLAN AND ENTREPRENEUR

The Snack's



Dirancang oleh:

Tisya Aulia Aprilia Syaiful

22110009

PROGRAM STUDI DIPLOMA TIGA SENI KULINER

AKADEMI SAGES

2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur bagi Allah SWT atas anugrah dan hidayah-nya berupa kesehatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan makalah terkait *Business Plan and Entrepreneur* ini dengan judul (The Snack's). Adapun tujuan pembuatan Laporan *Business Plan and Entrepreneur* ini ialah untuk menjadi bekal untuk penulis agar bisa terus berinovasi dan berkreasi dalam pembuatan Produk baru. Dengan Tersusunnya Laporan *Laporan Business Plan and Entrepreneur* ini, Penulis ingin berterima kasih kepada para dosen pembimbing :

1. *Sir* Daniel Pandu Mau, S.Pd., M.Par. sebagai Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan Panduan serta membimbing Penulis, Sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan *Laporan Business Plan and Entrepreneur* ini.
2. Thjing Man Lie, S.H. sebagai dosen yang turut membantu penulis dalam memberikan masukan terkait proses dan hasil pada produk agar menghasilkan produk yang berkualitas.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, Penulis menerima kritik dan saran dari para pembaca agar penulis dapat memperbaiki Laporan *Business Plan and Entrepreneur* ini.

Surabaya, 10 Februari 2024



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BUSINESS PLAN	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Produk	3
1.3 Keuntungan Kompetitif	3
1.4 Visi dan Misi	3
1.5 Tujuan dan Manfaat	4
BAB II ANALISA PASAR	5
2.1 Target Pasar	5
2.2 Kompetitor	6
2.3 Kompetitor Analisis	7
2.4 Analisa SWOT	8
BAB III PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA	9
3.1 Kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk Produksi .	9
3.1.1 Deskripsi umum	9
3.1.2 Pemilihan karyawan.....	9
3.1.3 Pelatihan.....	9
3.2 Uraian Tugas.....	10
3.1 Analisis pekerjaan	10
3.2 Pencegahan tumpang tindih pekerjaan	10
3.3 Skema sistem kompensasi.....	10
BAB IV RENCANA PRODUKSI	11
4.1 Skema Proses Produksi	11
4.1.1 Pengadaan bahan baku	11
4.1.2 Penerimaan dan penyimpanan bahan baku	11
4.1.3 proses pengolahan	12
4.1.4 Kualitas dan Kontrol Produksi.....	12
4.1.5 kemasan dan pengemasan	13
4.1.6 Penyimpanan produk jadi	13
4.1.7 Distribusi	14
4.1.8 Layanan pelanggan	14
4.2 Perencanaan Kemasan dan Pengemasan	15
4.2.1 Desain kemasan	15
4.2.2 Pemilihan material kemasan.....	15
4.2.3 Pengemasan	16
BAB V PERENCANAAN PEMASARAN	17
5.1 Product.....	17
5.2 Price.....	17

5.3 Promotion	17
5.4 Place	18
BAB VI PERENCANAAN KEUANGAN	19
6.1 Business Preparation Budget	19
6.2 Business Execution Budget	20
6.3 Break-Even Point (BEP).....	22
BAB VII LAPORAN PENJUALAN.....	23
7.1 Implementasi Bussiness Plan	23
7.1.1 Target pasar.....	23
7.1.2 Sumber daya manusia.....	23
7.1.3 Operasional.....	24
7.1.4 Pemasaran.....	24
7.1.5 Keuangan	25
7.2 Biaya (cash out).....	26
7.3 Pendapatan	27
7.4 Umpan balik pembeli.....	28
BAB VIII PENUTUP	30
DAFTAR PUSTAKA	31
LAMPIRAN.....	32

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 List Kompetitor	6
Tabel 6.1 <i>Fixed Cost</i>	19
Tabel 6.2 <i>Variable Cost</i>	19
Tabel 6.3 <i>Operational Cost</i>	20
Tabel 7.1 Biaya Pengeluaran Fixed Cost.....	26
Tabel 7.2 Biaya Pengeluaran Variabel Cost.....	26
Tabel 7.3 Biaya Pengeluaran Operational Cost	27
Tabel 7.4 Pendapatan Penjualan April-Mei 2024	27

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Diagram Pengadaan Bahan Baku	11
Gambar 4.2	Diagram Penerimaan dan Penyimpanan Bahan Baku	12
Gambar 4.3	Diagram Proses Pengolahan	12
Gambar 4.4	Diagram Kualitas dan Kontrol Produksi.....	13
Gambar 4.5	Diagram Kemasan dan Pengemasan.....	13
Gambar 4.6	Diagram Penyimpanan Produk Jadi.....	14
Gambar 4.7	Diagram Distribusi.....	14
Gambar 4.8	Diagram Layanan Pelanggan	15
Gambar 4.9	Logo	15
Gambar 4.10	Kemasan	15
Gambar 5.1	<i>E-flyer</i>	17

BUSINESS PLAN



Informasi Usaha:

Nama Usaha : The Snack's
Alamat : Simpang Darmo Permai Selatan 16 no.36
No. Telepon : 081340077070

BAB I

GAMBARAN BISNIS

2.1 Latar Belakang

Jajanan tradisional khas daerah Indonesia sangat kaya dan beragam. Pasalnya, tiap daerah biasanya memiliki kue tradisional khasnya sendiri. Meski tetap ada banyak jajanan tradisional umum yang dapat ditemui di setiap daerah. Dikutip dari buku *101 Kue Nusantara* (2013) oleh Puspa Swara dan Dapur Lestari, jajanan tradisional merupakan pangan khas dari nenek moyang dan biasanya digunakan untuk acara dan tradisi. Salah satunya ialah Onde-onde.

Onde-onde merupakan makanan tradisional Indonesia yang terbuat dari tepung ketan yang digoreng dan berbalut biji wijen, jajanan ini salah satu makanan kudapan tradisional yang tidak begitu digemari lagi dikalangan kaum muda dikarenakan dianggap ketinggalan zaman menurut ahli kuliner Indonesia Fatmah Bahalwan. Adapun menurut (Kompasiana, 2023) faktor perubahan zaman merupakan salah satu faktor yang paling mempengaruhi kurangnya minat pada masyarakat sehingga kuliner tradisional Indonesia semakin menghilang. Ditambah dengan kemajuan teknologi yang membuat makanan-makanan modern semakin cepat masuk ke Indonesia. Hal ini seperti memperlihatkan masyarakat acuh dan tidak menghargai nilai budaya yang terdapat di makanan tradisional, mereka lebih memilih untuk mengonsumsi makanan modern.

Adanya perubahan selera kuliner yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia ini menyebabkan terjadinya kurangnya produksi makanan tradisional itu sendiri sehingga tidak hanya pembeli saja yang berkurang, tetapi juga penjual makanan tradisional. Kurangnya produksi makanan tradisional membuat generasi muda menjadi asing dan membuat tidak adanya keinginan untuk mengonsumsi dan mempelajari resep makanan tradisional relatif lebih sehat karena tidak mengandung banyak pengawet dan juga pewarna yang alami (Kompasiana, 2023).

Penulis ingin memperkenalkan kembali jajanan tradisional ini dengan menggabung sayuran sebagai *filling* untuk meningkatkan daya tarik juga sekaligus membantu masalah konsumsi sayur di Indonesia dikarenakan konsumsi sayuran

pada masyarakat Indonesia masih tergolong rendah dibandingkan dengan negara-negara lain (Riset kesehatan dasar, 2018).

Data SUSENAS tahun 2004 mencatat bahwa 60,44% masyarakat Indonesia kurang mengonsumsi sayur dan buah, dan ditemukan bahwa 56,6% anak usia sekolah sukar mengonsumsi sayur. Berdasarkan data hasil riset tahun 2007, konsumsi sayur di Indonesia sangat rendah pada kelompok usia 10 tahun ke atas yaitu mencapai angka 93,6% dan khususnya di Jawa Tengah rendahnya konsumsi sayur pada kelompok usia 10 tahun ke atas mencapai 91% (Depkes, 2008).

Organisasi pangan *Food and Agriculture Organization* (FAO) merekomendasikan warga dunia untuk lebih banyak mengonsumsi sayuran setidaknya sebanyak 75 kg/kapita/tahun, dilengkapi oleh anjuran badan kesehatan dunia *World Health Organization* (WHO) terkait konsumsi sayuran 400 per gram setiap hari. Tingkat konsumsi sayuran di Indonesia dari tahun 2017 hingga tahun 2020 cenderung meningkat, Tingkat konsumsi sayuran pada tahun 2019 yaitu 54,9 kg/kapita/tahun sedangkan yang paling rendah terjadi pada tahun 2017 yaitu 51 kg/kapita/tahun. Namun pada tahun 2020 tingkat konsumsi mengalami penurunan sebesar 2,6 kg/kapita/tahun. Berdasarkan data Media Indonesia, tingkat konsumsi sayuran di Indonesia masih tergolong rendah dan masih tertinggal jauh dari negara-negara ASEAN lainnya. Pada tahun 2022, konsumsi sayuran di Indonesia adalah 237,5 gram per kapita per hari, meskipun target nasional adalah 286,9 gram per kapita per hari. Data untuk tahun 2023 belum menunjukkan perubahan yang signifikan dalam pola konsumsi. Ini menunjukkan bahwa konsumsi sayuran masih dibawah target yang ditetapkan oleh pemerintah (BPN,2022).

Untuk membantu dalam proses meningkatkan konsumsi sayuran di Indonesia dan mengembalikan kepopuleran jajanan tradisional Indonesia maka dilakukannya inovasi gabungan antara Onde-onde dengan ubi dan wortel yang dinamakan *The Snack's* pada penyebutan produk ini. Pada proses pengolahan *The Snack's* ini sama seperti proses pengolahan Onde-Onde pada umumnya, hanya saja penulis menggunakan ubi dan wortel sebagai *filling*. Produk ini dibuat bertujuan membantu masyarakat sekitar untuk bisa memakan sayuran dengan cara yang berbeda dengan membentuknya menjadi *filling* di Onde-onde, Hal ini dikarenakan

masyarakat di Indonesia cenderung kurang menyukai makanan yang terbuat dari Sayuran. Oleh karena itu, dengan produk ini yang menggunakan ubi dan wortel sebagai inovasi untuk mendukung masyarakat mengkonsumsi lebih banyak sayur sekaligus juga ikut andil melestarikan jajanan tradisional Indonesia.

2.2 Produk

The Snack's diolah dari bahan-bahan yang memang umum digunakan dalam proses pembuatan jajanan tradisional yaitu tepung ketan sebagai bahan Utama. Jajanan Tradisional Onde-onde Ubi dan Wortel ini merupakan produk yang digabungkan dengan sayuran Wortel dengan tujuan membantu masyarakat dalam mengkonsumsi Sayuran. Produk ini dibuat untuk melestarikan kembali jajanan tradisional sekaligus membantu meningkatkan konsumsi sayuran di Indonesia yang semakin menurun tiap tahunnya.

2.3 Keuntungan Kompetitif

Pada proses pengolahan The Snack's ini sama seperti proses pengolahan Onde-Onde pada umumnya, hanya saja The Snack's menggunakan ubi dan wortel sebagai *filling*. Produk ini dibuat bertujuan membantu masyarakat sekitar untuk bisa memakan sayuran dengan cara yang berbeda dengan membentuknya menjadi *filling* di Onde-onde.

2.4 Visi dan Misi

1) Visi

Membuat produk Inovasi jajanan tradisional yang menyediakan produk yang berkualitas bergizi dan sehat.

2) Misi

- a. Memberikan pelayanan yang ramah.
- b. Membantu masalah konsumsi sayuran di Indonesia.
- c. Beserta melestarikan jajanan tradisional.

2.5 Tujuan dan Manfaat

1.5.1 Tujuan

Produk ini dibuat untuk membantu dalam proses meningkatkan konsumsi sayuran dan mengembalikan kepopuleran jajanan tradisional Indonesia, Hal ini dikarenakan masyarakat di Indonesia cenderung kurang menyukai makanan yang terbuat dari Sayuran.

1.5.2 Manfaat

Produk ini mengandung wortel dan ubi penuh serat yang baik untuk dikonsumsi segala usia sehingga produk ini dapat menarik pelanggan yang mencari opsi makanan sehat dan bergizi, ditambah lagi dengan adanya permintaan untuk produk berbasis ubi dan wortel dapat membantu petani lokal, mendukung keberlanjutan usaha mereka.

BAB II

ANALISIS PASAR

2.1 Target Pasar

The Snack's menawarkan jajanan tradisional indonesia yang mengandung kadar gula dan kalori yang rendah sekaligus tinggi serat dan ber vitamin. The Snack's juga aman untuk dikonsumsi oleh para konsumen vegetarian dan dapat menyasar pasar konsumen yang ingin mencoba pengalaman kuliner lokal. Adapun target pasar atau *market*, Potensi-potensi pertumbuhan dan Aksesibilitas dari The Snack's ialah sebagai berikut:

1) Target *Market*

Bisnis Onde-onde The Snack's menargetkan berbagai kelompok konsumen mulai dari anak-anak hingga dewasa dan dapat dibeli oleh kalangan menengah hingga keatas. The Snack's juga menargetkan konsumen yang ingin mencoba/mencari pengalaman kuliner yang terbuat dari sayur-sayuranan menjadi filling yang manis. The Snack's dapat dikonsumsi dari umur 6 Tahun hingga usia lanjut, The Snack's tidak disarankan untuk dikonsumsi dibawah umur 6 tahun dikarenakan adanya potensi tersedak mengingat ukuran Onde-onde yang memiliki bentuk bulat dan ukuran yg besar, hal ini berbahaya bagi anak-anak yang belum terbiasa mengkonsumsi/mengunyah makanan dengan baik, dan dengan kandungan minyak pada Onde-onde dikhawatirkan akan menyebabkan konsumsi minyak berlebih yang tidak baik untuk dikonsumsi secara berlebihan bagi anak kecil

2) Potensi Pertumbuhan

The Snack's memiliki beberapa potensi untuk berkembang, salah satunya ialah dengan melalui trend makanan. Dengan adanya trend makanan The Snack dapat mempromosikan produk yang berbahan dasar produk yang bergizi untuk konsumen yang mencari kuliner lokal yang lebih sehat.

3) Aksesibilitas

The Snack's dapat dibeli secara pre-order di media sosial yang sudah disediakan (Instagram dan Whatsapp) dikarenakan media sosial memiliki jangkauan yang lebih luas, biaya promosi yang lebih murah, dan efisien.

2.2 Kompetitor

1) Main Listing Competitors

Jajane Cak Dol adalah penjual Onde-onde yang memanfaatkan kendaraan seperti mobil untuk berjualan dan berada di jl. Raya Darmo Harapan Surabaya, Jajane Cak Dol juga tidak hanya berjualan Onde-onde tapi juga berjualan kue lumpur dan pukis.

Onde-onde maker dibuat pada tahun 2015 oleh Yeni dan mempunyai inovasi untuk mengkombinasikan tidak hanya membuat Onde-onde dengan kacang hijau tetapi juga antara Onde-onde dengan coklat, keju, dan tausa. Onde-onde maker mempunyai 3 cabang di surabaya dan salah satunya terletak di ptc mall surabaya.

Onde-onde Bo Liem merupakan toko Onde-onde legendaris yang letaknya berada di kota Mojokerto dan sudah berdiri sejak tahun 1929. Onde-onde Bo Liem juga menjual beberapa varian Onde-onde mulai dari kacang hijau, coklat, pisang, keju, coklat, durian, dan taro, Onde-onde Bo Liem juga masih tetap menggunakan resep yang sama secara turun-temurun hingga sekarang.

Tabel 2.1 List Kompetitor

NO	Kompetitor	Harga (Rp)
1	Jajane Cak Dol	3.500
2	Onde-onde Maker	45.000
3	Onde-onde Bo Liem	60.000

2) Produk dan Layanan

Onde-onde Maker menawarkan varian rasa Onde-onde seperti coklat, keju, dan Tausa, juga Onde-onde siap jadi yang bisa langsung dibeli tanpa harus menunggu untuk dimasak. Sedangkan untuk kartiko dan Depot MIMI, onde-onde

yang ditawarkan hanya memiliki satu rasa (Kacang Hijau) dan dijual per pcs siap jadi.

2.3 Kompetitor Analisis

1. Kekuatan dan Kelemahan

a. Kekuatan

1. Jajane Cak Dol: Menggunakan kendaraan mobil untuk berjualan sehingga mudah untuk berpindah-pindah tempat dan dikenal banyak orang.
2. Onde-onde Maker : Sudah memiliki tempat tetap dan beberapa cabang yang tersebar disekitar surabaya, memiliki varian yang bervariasi (tausa, coklat dan keju) juga bekerjasama dengan aplikasi *delivery food* seperti Go-food, Shopeefood, dan Grabfood.
3. Onde-onde Bo Liem : Memiliki tempat tetap, dikenal banyak orang dan memiliki banyak varian rasa serta menjadi ikon oleh-oleh khas Mojokerto.

b. Kelemahan

Jajane Cak Dol berjualan tepat disamping jalan raya dan tidak begitu aman untuk para pembeli yang ingin membeli Onde-ondanya dikarenakan harus parkir dipinggir jalan.

Produk Onde-onde Maker yang berada di foodcourt ptc memiliki harga yang lebih mahal daripada yang dijual di luar foodcourt/mal. Untuk Onde-onde Bo Liem setiap pembelian harus per box, pembeli tidak bisa membeli hanya 1 pcs sehingga membuat produk Onde-ondanya menjadi cukup mahal karena harus membeli per box.

2.4 Analisa SWOT

1) *Strength* (Kekuatan)

Memiliki Desain Packaging yang unik dan Modern serta menawarkan rasa Onde-onde yang terbuat dari wortel dan ubi, tidak seperti biasanya Onde-onde yang dibuat dengan isian kacang hijau.

2) *Weakness* (Kelemahan)

Adanya keterbatasan varian pada produk dan juga daya tahan yang pendek sehingga harus segera di konsumsi, juga belum memiliki platform yang dikenal oleh orang-orang.

3) *Opportunities* (Peluang)

The Snack's menjadikan Onde-onde dengan filling ubi dan wortel menjadi ide penjualan dikarenakan adanya inovasi unik yang menjadikan sayuran menjadi filling pada Onde-onde, dan dengan adanya juga masalah konsumsi sayuran di indonesia membuat The Snack's memiliki peluang untuk turut serta membantu masalah yang ada dengan inovasi ini.

4) *Threats* (Ancaman)

Adanya perubahan preferensi konsumen terhadap jajanan/makanan sehat ke tren makanan kurang sehat seperti junkfood dan naiknya harga bahan baku seperti tepung atau minyak menjadi salah satu ancaman utama bagi The Snack's dikarenakan dapat membuat harga Onde-onde The Snack's ikut naik dan tidak bisa bersaing dengan kompetitor-kompetitor lain.

BAB III

PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA

3.1 Kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk produksi

1) Deskripsi Umum

Dalam menjalankan bisnis Onde-onde ini perlu adanya karyawan setidaknya satu untuk membantu dalam penanggulangan beban kerja berlebih seperti membantu dalam proses produksi atau membeli/memesan bahan baku yang diperlukan.

2) Pemilihan Karyawan

Dalam proses rekrutmen karyawan dapat melibatkan beberapa proses tahapan untuk memastikan bahwa pekerja yang direkrut sesuai dengan kebutuhan bisnis yaitu:

1. Menganalisa terlebih dahulu pekerja yang dibutuhkan dalam memproduksi The Snack's.
2. Membuat lowongan kerja kepada calon pekerja/karyawan.
3. Memulai Proses perekrutan dengan menjelaskan jobsdesk yang diperlukan.

3) Pelatihan

Melatih karyawan dalam bisnis The Snack's memerlukan beberapa pengenalan terkait dengan proses produksi, kualitas, dan pelayanan pelanggan. Berikut adalah beberapa langkah-langkah yang diperlukan untuk melatih karyawan dalam bisnis The Snack's yaitu:

1. Mulai merekrut karyawan dan memberikan pelatihan tentang produk, teknik penjualan dan prosedur kerja.
2. Melakukan evaluasi berkala selama masa percobaan.

3.2 Uraian Tugas

1) Analisis Pekerjaan

a. Produksi

Bagian produksi merupakan bagian proses pembuatan produk dari bahan mentah menjadi bahan jadi yang berkualitas berdasarkan permintaan pesanan customer. The Snack's menggunakan bahan yang premium dan proses pembuatan yang higienis.

b. Packaging

Setelah pengerjaan produksi selesai, selanjutnya produk akan masuk ke tahap packaging. Packaging produk yang digunakan untuk produk jajanan tradisional The Snack's ialah *paper box* yang terbuat dari karton. Packaging berbahan karton dikarenakan karton umumnya dapat menjaga produk dari tumpahan minyak, mempertahankan tekstur serta kerenyahan produk. Kemasan berbentuk kotak dan memiliki *Space* yang luas untuk Onde-onde, serta dilengkapi stiker logo untuk The Snack's.

c. Unit Promosi

The Snack's menggunakan media sosial sebagai unit promosi dikarenakan luasnya platform yang disediakan dan dapat mencapai audiens global, dengan pengguna yang besar promosi dapat mencapai orang-orang dari berbagai latar belakang dan wilayah.

2) Pencegahan Tumpang Tindih Pekerjaan

Untuk mencegah adanya tumpang tindih dalam suatu proses pengerjaan yaitu dengan merencanakan terlebih dahulu pekerjaan yang harus dilakukan dengan jelas, tentukan tujuan dan ruang lingkup pekerjaan sebelum memulai, tetapkan prioritas untuk tugas-tugas yang perlu diselesaikan terlebih dahulu dan adanya manajemen waktu dalam melacak progres pekerjaan.

3.3 Skema Sistem Kompensasi

Karyawan digaji sesuai dengan berapa jam karyawan bekerja dan akan ada pembayaran tambahan (Bonus) kepada karyawan yang memiliki kinerja yang bagus atau dalam perayaan tertentu.

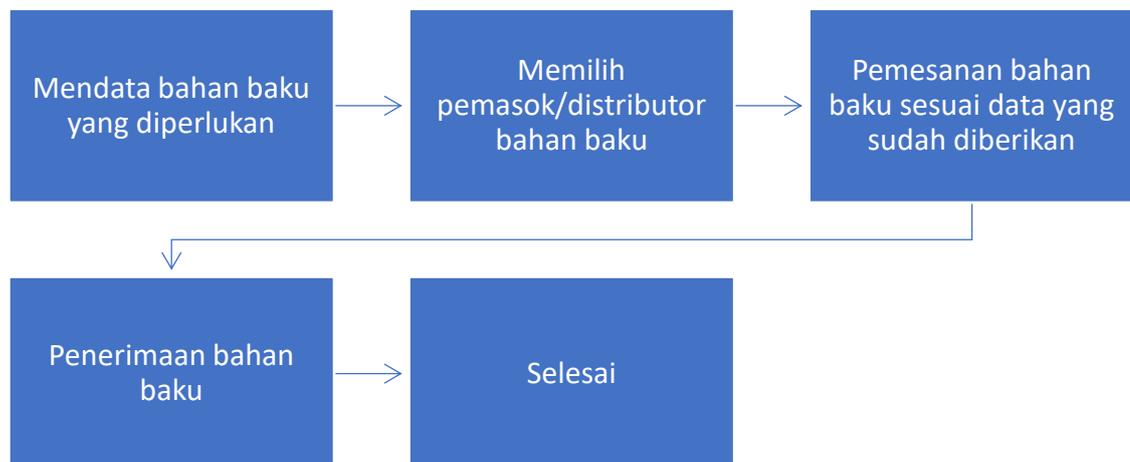
BAB IV PERENCANAAN PRODUKSI/OPERASIONAL

4.1 Skema Proses Produksi

Skema produksi ialah diagram yang menggambarkan hubungan antara tahapan dan langkah-langkah produksi, dimana tahapan dilakukan untuk menghasilkan barang ataupun jasa bagi konsumen. Skema produksi sangat penting untuk dibuat agar staf yang bekerja paham akan proses pembuatan, memungkinkan untuk mengontrol lebih baik dalam pemilihan bahan baku dan meningkatkan efisiensi. The Snack's mengatur skema proses produksi sebagai berikut:

4.1.1 Pengadaan Bahan Baku

Pengadaan bahan baku The Snack's dimulai dengan memesan bahan baku dari distributor atau bisa juga dengan membelanjakan sendiri bahan baku yang diperlukan, berikut skema proses produksi The Snack's dalam pengadaan bahan baku:



Gambar 4.1 Diagram Pengadaan Bahan Baku

4.1.2 Penerimaan dan Penyimpanan Bahan Baku

Bahan baku yang diterima/dibeli akan dicatat dan diarsip sesuai dengan data yang sudah ditentukan. Bahan baku akan disimpan sesuai standar dan dipastikan dalam keadaan aman (Tidak rusak).



Gambar 4.2 Diagram Penerimaan dan Penyimpanan Bahan Baku

4.1.3 Proses Pengolahan

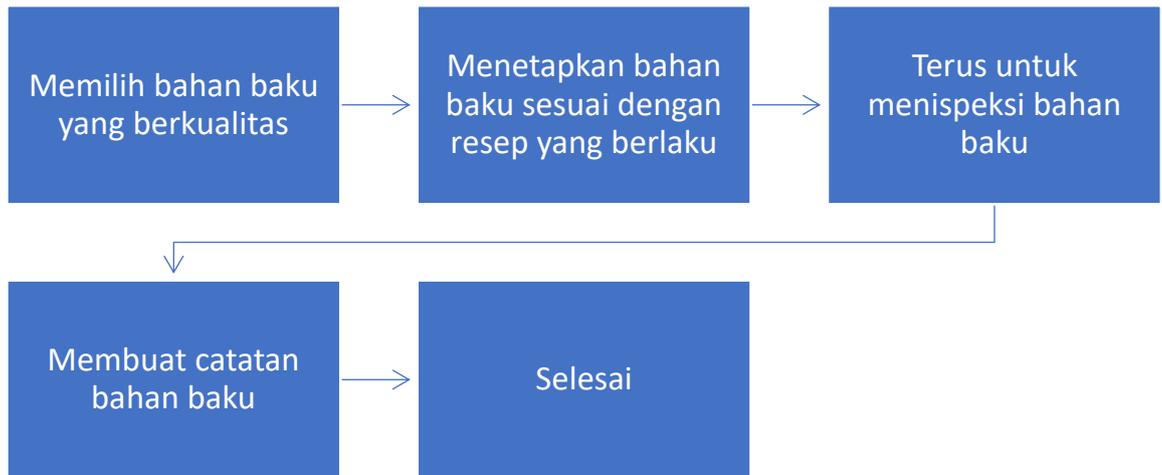
The Snack's memulai proses pengolahan dengan menyiapkan terlebih dulu bahan baku yang diperlukan dan sesuai standar resep per produksi lalu mulai mengolah bahan baku dari mencuci bersih bahan segar, membuat adonan dan filling, dan memulai proses penggorengan.



Gambar 4.3 Diagram Proses Pengolahan

4.1.4 Kualitas dan Kontrol Produksi

The Snack's selalu memastikan bahan baku yang digunakan terjamin kesegarannya dan selalu mendata bahan baku yang digunakan untuk proses pembuatan The Snack's



Gambar 4.4 Diagram Kualitas dan Kontrol Produksi

4.1.5 Kemasan dan Pengemasan

The Snack's memastikan bahwa proses pengemasan produk tetap higienis dan produk yang akan dikirim sesuai dengan pesanan pelanggan, Produk akan dikemas dengan aman sehingga didalamnya tidak rusak selama pengiriman berlangsung.



Gambar 4.5 Diagram Kemasan dan Pengemasan

4.1.6 Penyimpanan Produk Jadi

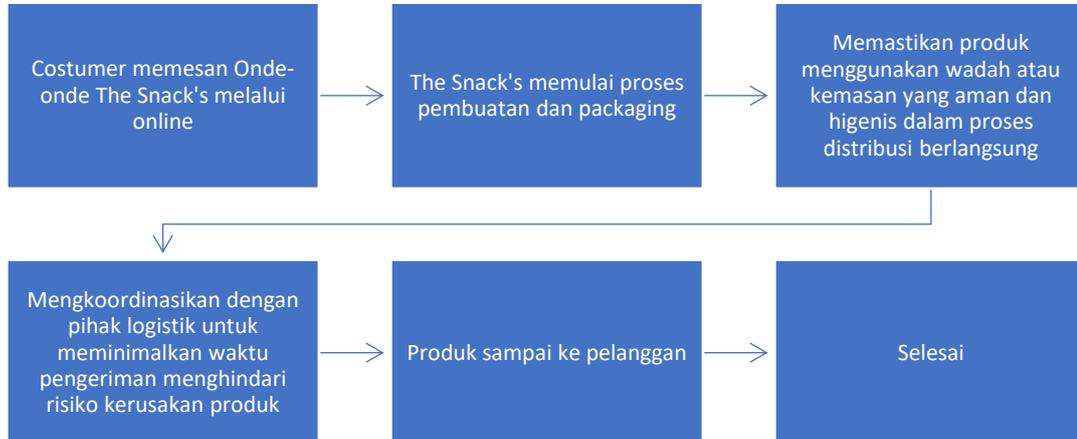
Dengan merancang skema penyimpanan produk, perusahaan dapat mengoptimalkan efisiensi produksi dan dapat memenuhi permintaan pelanggan dengan baik. Penyimpanan skema produksi melibatkan beberapa tahapan yaitu:



Gambar 4.6 Diagram Penyimpanan Produk Jadi

4.1.7 Distribusi

Distribusi The Snack's melalui proses pengiriman kurir dari lokasi produksi sampai ke lokasi pembeli. The Snacks's juga selalu memastikan agar proses pengiriman produk dapat berjalan dengan lancar dan aman sampai ke tujuan akhir.



Gambar 4.7 Diagram Distribusi

4.1.8 Layanan Pelanggan

Pelayanan customer dimulai dari pemesanan produk. Customer dapat memesan langsung produk The Snack's di media sosial (Instagram dan Whatsapp), langkah-langkah berikut adalah cara customer untuk memesan online.



Gambar 4.8 Diagram Layanan Pelanggan

4.2 Perencanaan Kemasan dan Pengemasan

1) Desain Kemasan

Kemasan The Snack's terbuat dari kertas karton berbentuk kotak dengan desain berwarna biru dan dengan tingkat isolasi yang baik (dapat menjaga suhu didalamnya), ringan dan mudah didaur ulang.



Gambar 4.9 Logo



Gambar 4.10 Kemasan

2) Pemilihan Material Kemasan

Kemasan produk yang digunakan untuk produk jajanan tradisional The Snack's ialah *paper box* yang terbuat dari karton. Kemasan berbahan karton dikarenakan karton umumnya dapat menjaga produk dari tumpahan minyak, mempertahankan tekstur serta kerenyahan produk. Kemasan ini berbentuk kotak dan memiliki *Space* yang luas untuk Onde-onde, serta dilengkapi stiker logo untuk *The Snack's*.

3) Proses Pengemasan

Proses pengemasan The Snack's menggunakan paper box yang sudah disesuaikan dengan ukuran onde-onde. Onde-onde diletakkan didalam kemasan sesuai dengan pesanan pembeli.

BAB V PERENCANAAN PEMASARAN

5.1 Product

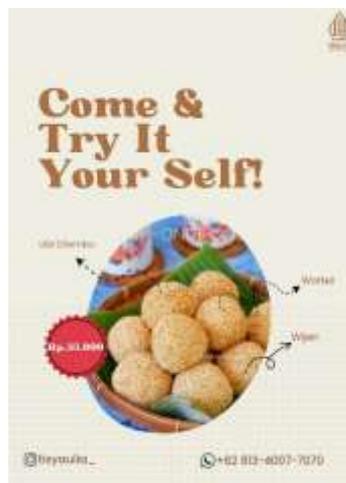
Produk The Snack's mempunyai kelebihan dan keunikan dari pada Onde-onde pada Umumnya yaitu kami memiliki *filling* dari ubi dan wortel. Ide ini tentunya mempunyai tujuannya sendiri yaitu untuk meningkatkan konsumsi sayuran di Indonesia juga untuk melestarikan kembali jajanan tradisional. Kami menjual Onde-onde 1 porsi 10 pcs dengan harga yang *Affordable*.

5.2 Price

Harga jual yang ditetapkan The Snack's untuk Onde-onde per box adalah Rp. 35.000 dengan HPP 155%, dan juga dengan mempertimbangkan harga bahan baku pasar, upah tenaga kerja, dan pesaing. The Snack's juga menawarkan diskon 10% untuk pembelian 2 box.

5.3 Promotion

The Snack's melakukan promosi melalui social media yaitu Instagram dan Whatsapp. Dengan social media The Snack's dapat menjangkau audiens yang lebih besar dan beragam secara global, memungkinkan interaksi langsung antara bisnis dan konsumen melalui komentar, pesan, dan reaksi, Membangun dan memperkuat citra merek, Juga lebih efisien.



Gambar 5.1 E-flyer

5.4 Place

Tempat yang cocok untuk Menjual produk The Snack's ialah melalui social media (Instagram dan Whatsapp) dikarenakan social media mempunyai platform yang luas juga tidak memakan biaya yang banyak dan dapat melakukan branding yang mudah dengan keberadaan yang konsisten dan aktif dalam bermedia sosial. The Snack's memilih media social seperti Instagram dan Whatsapp karena Instagram memungkinkan penjual untuk dapat menargetkan produk berdasarkan demografi, minat, dan perilaku pengguna instagram, dan untuk Whatsapp memiliki fitur katalog yang menampilkan produk yang dijual dalam format yang terstruktur (setiap item memiliki gambar, nama produk, dan harga).

BAB VI
PERENCANAAN KEUANGAN

6.1 Business Preparation Budget

1) *Fixed Cost (Investment)*

Tabel 6.1 Fixed Cost

No.	Komponen	Jumlah Barang (Unit/Buah)	Harga Satuan (Rp.)	Total Harga (Rp.)	Umur Ekonomis (Tahun)	Penyusutan per Tahun (Rp.)	Penyusutan per Bulan (Rp.)	Penyusutan per periode Produksi
1.	Kompur Gas	1	87.500	87.500	5	17.500	1.458	364
2.	Tabung Gas	1	150.000	150.000	0	0	0	0
3.	Selang dan Regulator	1	86.000	86.000	5	17.200	1.433	358
4.	Blender	1	104.500	104.500	5	20.900	1.741	435
5.	Timbangan	1	25.000	25.000	2	12.500	1.042	260
6.	Bowl	3	4.350	13.050	3	4.350	362	90
7.	Wajan	1	45.000	45.000	3	15.000	1.250	312
8.	Rubber spatula	1	24.200	24.200	4	6.050	504	126
9.	Peeler	1	18.000	18.000	3	6.000	500	125
10.	Sendok	1	13.300	13.300	3	4.433	369	92
11.	Tongs	1	7.000	7.000	3	2.333	194	48
12.	Pisau	1	25.000	25.000	4	6.250	520	130
13.	Talenan	1	23.000	23.000	3	7.666	638	159
14.	Strainer	1	12.499	12.499	2	6.249	520	130
Total				634.049		126.431	10.531	2.629

Keterangan:

- 1) Diproyeksikan 4 kali periode produksi per bulan.
- 2) 1 Kali Produksi menghasilkan 7 box
- 3) 1 box menghasilkan 10 pcs.

2) *Variable Cost (per production)*

Tabel 6.2 Variable cost

No.	Nama Barang	Jumlah Barang/Kg/Bungkus	Harga Satuan/Bungkus /Kg (Rp.)	Total Harga per Produksi (Rp.) Per 7 Box	Total Harga per Bulan (Rp.)
1.	Bahan Baku Kulit:				
	a. Tepung ketan	1 Kg	11.500	23.000	92.000
	b. Gula pasir	315 gr	23.000	7.245	28.980
	c. Ubi Cilembu	280 g	13.000	3.640	14.560
	d. Minyak sayur	35 ml	26.000	2.757	11.028
	e. Biji wijen	70 gr	4.100	5.740	22.960
2	Bahan <i>Filling</i> :				
	a) Wortel	420 gr	8.000	6.720	26.880
	b) Ubi Cilembu	1 kg	13.000	13.000	52.000
	c) Milk Powder	105 gr	7.854	3.298	13.194
	d) Gula Pasir	105 gr	23.000	2.415	9.660

3.	Bahan Baku Tambahan:				
	a) Minyak Goreng	500 ml	19.000	4.750	19.000
	b) Kertas Minyak	5 Lembar	5.989	299	1.197
	c) Kemasan	7 box	20.970	210	840
	d) Sticker Logo	7 Lembar	5.500	1.280	320
Total				74.354	292.619

Keterangan:

- 1) Diproyeksikan 1 kali periode per produksi .
- 2) 1 Kali periode per produksi menghasilkan 7 Box.
- 3) 1 box menghasilkan 10 pcs.

3) *Operational Cost*

Tabel 6.3 *Operational Cost*

No.	Komponen	Biaya per Bulan (Rp.)	Biaya Per Produksi (Rp) Per 7 Box
1.	Listrik & Air	50.000	12.500
2.	Gas 5,5 Kg	150.000	0
3.	Bensin	90.000	22.500
4.	Kouta Internet	80.000	20.000
Total		370.000	55.000

Berdasarkan rincian tersebut, jadi total biaya:

- 1) *Fixed Cost (investment)* Rp. 634.049/ bulan
- 2) *Variable Cost (production)* Rp. 292.619/ bulan
- 3) *Operational Cost* Rp. 370.000/ bulan
- 4) *Depreciation Cost* Rp. 10.531/ bulan

Berdasarkan rincian tersebut, total *capital budget* (anggaran modal awal) yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

Capital Budget = *Fixed Cost* + *Variable Cost (per bulan)* + *Operational Cost*, yaitu
 Rp. 634.049 + Rp. 292.619 + Rp. 370.000 = **1.296.668**

6.2 Business Execution Budget

Berdasarkan hasil *trial and error*, jumlah porsi per produksi adalah 7 box Onde-onde.

a. *Total Fixed Cost*

Total Biaya Tetap adalah *Depreciation Cost* + *Operational Cost*, yaitu Rp. 10.531/ bulan + Rp. 55.000/ produksi = **Rp. 65.531/ bulan**

b. *Cost per Unit* atau Harga Pokok Penjualan (HPP)

Harga produksi per box adalah:

HPP = $(Total\ Fixed\ Cost + Total\ Variable\ Cost) : Total\ Unit\ Produksi\ per\ bulan$

HPP = $(Rp. 65.531 + Rp. 292.619) : 28$

HPP = $Rp. 358.150 : 28$

HPP = Rp. 12.791 atau Rp. 13.000

c. *Price per Unit*

Harga jual yang ditetapkan per box adalah 155% dari HPP, yaitu $(155:100) \times$

$Rp. 13.000 = Rp. 33.150$ dibulatkan jadi **35.000**

d. *Sold Unit Total (Quantity)*

Proyeksi terjual per bulan adalah **28 box**.

e. *Sales Volume*

Proyeksi besaran *revenue* per bulan adalah *Sold Unit Total* x *Price per Unit*,
yaitu $28\ box \times Rp. 35.000\ per\ box =$ **Rp. 980.000**

f. *Cost of Sales*

Biaya produksi untuk *sold unit total* adalah *Cost per Unit* x *Sold Unit Total*,
yaitu $Rp. 13.000 \times 28\ box =$ **Rp. 364.000**

g. *Gross Margin*

Margin kotor yang didapatkan per bulan adalah *Sales Volume* – *Cost of Sales*,
yaitu $Rp. 980.000 - Rp. 364.000 =$ **Rp. 616.000 per produksi**.

h. *Nett Profit*

Nett profit yang didapatkan adalah *Gross Margin* – *Expenses* atau biaya tidak langsung

***Nett Profit* = 616.000 – Expense (Gaji Karyawan)**

***Nett Profit* = 616.000 – 50.000/per produksi**

Nett Profit = Rp. 566.000

6.3 Break-Even Point (BEP)

1) BEP dalam Unit

$BEP = \text{Cost of Sales} : \text{Price per Unit}$

$BEP = 364.000 : 35.000$

$BEP = 10 \text{ Unit}$

2) BEP dalam Rupiah

$BEP = \text{BEP Unit} \times \text{Price per Unit}$

$BEP = 10 \times 35.000$

$BEP = \text{Rp. } 350.000$

3) BEP dalam proyeksi waktu (Payout of Time / POT)

$POT = \text{Total Fixed Cost} : (\text{Depreciation Cost} + (\text{Total Gross Profit per Month} \times 12))$

$POT = 634.049 : (10.531 + (566.000 \times 12))$

$POT = 634.049 : (10.531 + (3.936.000))$

$POT = 634.049 : 6.802.531$

$POT = 0,093$

$POT = 1 \text{ Bulan}$

BAB VII

IMPLEMENTASI DAN HASIL

7.1 Implementasi *Business Plan*

7.1.1 Target Pasar

Rencana Target Pasar untuk The Snack's adalah berbagai kelompok konsumen mulai dari anak-anak hingga dewasa dan dapat dibeli oleh kalangan menengah hingga keatas. The Snack's juga menargetkan konsumen yang ingin mencoba/mencari pengalaman kuliner yang terbuat dari sayur-sayuran menjadi filling yang manis. The Snack's juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan manfaat dari ubi cilembu dan wortel melalui penjualan ini, The Snack's menggunakan *Story* Socialmedia seperti di Instagram dan Whatsapp sebagai tempat yang pas untuk promosi juga melalui direct selling (menjual produk secara langsung dihadapan pembeli).

Implementasi yang terjadi ialah penjualan melalui Direct Selling cukup efektif daripada penjualan melalui social media dikarenakan owner dapat memberikan penjelasan yang lebih mendetail tentang produk secara langsung kepada calon pembeli dan pembeli juga dapat secara leluasa menanyakan pertanyaan tentang produk The Snack's.

7.1.2 Sumber daya manusia

Rencana awal untuk struktur tim The Snack's ialah Owner menghandle beberapa bagian produksi, mulai dari pengadaan bahan baku, produksi dan marketing, dibantu lagi dengan 1 karyawan yang sudah direkrut dan diberikan pelatihan akan jobsdesk apa saja yang perlu dikerjakan.

Implementasi yang terjadi ternyata karyawan hanya cukup melakukan proses produksi dibagian pencetakan Onde-onde dan owner lah yang melakukan sisanya seperti purchesing bahan baku, pengolahan filling dan pembuatan kulit Onde-onde, pengemasan hingga marketing.

7.1.3 Operasional proses produksi

Proses produksi yang direncanakan diawal ialah dengan mengolah produk dengan metode handmade tanpa bantuan mesin (Mixer). Pada adonan Onde-onde, owner menggunakan Blender untuk meghaluskan ubi dan wortel yang sudah dikukus terlebih dahulu hingga matang dan mudah untuk dihaluskan, lalu ubi dan wortel yang sudah dihaluskan akan dimasak dengan *milk powder*, gula, juga air hingga kekentalannya menyerupai *paste*, lalu paste ubi dan wortel dimasukkan kedalam adonan Onde-onde lalu digoreng hingga matang dan dikemas kedalam box yang sudah ditentukan sebelumnya.

Implementasi sesuai dengan rencana awal. Sistem manajemen stok yang diterapkan diawal ialah dengan pre-order lalu mulai memproduksi produk dan menjualkan langsung kepada calon pembeli sekaligus melakukan promosi. Rencana awal yang dibuat adalah untuk sekali produksi The Snack's dapat menghasilkan 7 box Onde-onde dan Pada implementasi penjualan ternyata The Snack's hanya bisa menghasilkan 5-6 box Onde-onde dikarenakan kurangnya tenaga kerja, solusi yang diambil The Snack's ialah meng-hire 1 orang karyawan agar dapat memenuhi target yang telah ditentukan. Rencana Logistik dan distribusi dilakukan tergantung jarak si pemesan, jika pelanggan memesan produk The Snak's dan berada di jarak yang cukup jauh dari tempat produksi maka produk akan dikirim oleh pihak ke 3 (go-send), namun jika pelanggan memesan produk dan berada tidak jauh dari tempat produksi (dekat dengan lokasi produksi) maka Owner akan mengantarkan langsung produk kepada pelanggan. Implementasi sesuai dengan rencana awal.

7.1.4 Pemasaran

Rencana awal strategi pemasaran The Snack's ialah dengan mempromosikan sendiri produk melalui media sosial seperti Instagram dan Whatsapp. The Snack's juga melakukan *direct selling* sebagai salah satu pilihan promosi dikarenakan adanya kebebasan bagi penjual untuk dapat menjelaskan secara langsung akan produk yang dijual dan juga memberikan pelanggan kesempatan untuk bertanya secara leluasa akan produk yang dijual, penjual juga

dapat menyesuaikan presentasi dan strategi secara langsung dihadapan pelanggan berdasarkan umpan balik yang diberikan.

Implementasi yang terjadi adalah rencana pemasaran yang direncanakan The Snack's berubah dari mengunggah/membuat akun instagram baru menjadi Instagram *Story* dengan mencantumkan E-Flyer untuk promosi produk dan mempromosikan produk secara langsung dengan cara menawarkan langsung produk kepada calon pembeli dan dengan menjelaskan kandungan produk yang terbuat dari ubi dan wortel, serta promo 10% yang akan didapatkan jika membeli 2 produk sekaligus dalam satu kali pembelian. Implementasi dijalankan sesuai rencana dan berhasil menarik minat pelanggan untuk membeli produk The Snack's.

7.1.5 Keuangan

Proyeksi keuangan awal yang direncanakan atau *sold Unit Total* Produk The Snack's adalah 28 Box Onde-onde.

- a. Sales volume: Rp. 980.000
- b. Cost of sales: Rp. 364.000
- c. Gross Margin: Rp. 616.000
- d. Nett profit: Rp. 566.000

Implementasi keuangan aktual atau sold unit total yang diperoleh dari produksi pada bulan april 2024 hingga bulan mei 2024 adalah 30 box Onde-onde.

- a. Sales volume: Rp.1.015.000
- b. Cost of sales Rp. 390.000
- c. Gross margin: Rp. 625.000
- d. Nett profit: Rp. 575.000

Anggaran yang direncanakan diawal untuk total fixed cost adalah Rp. 634.049, total *variable cost* Rp. 292.619, dan total *operational cost* Rp.370.000. Implementasi yang didapat ialah Fixed Cost Rp. 634.049, *Variable cost* Rp. 320.662 dan total dari *operational cost* adalah Rp. 370.000.

Selama priode penjualan pertama pada bulan April 2024 hingga penjualan terakhir pada bulan mei 2024, telah terjual 30 box melebihi perkiraan target awal yang hanya 28 box, yang menjadikan profit melebihi financial plan yang sudah

dibuat sebelumnya, profit awal yang direncanakan adalah Rp. 566.000 dan profit nyata yang didapat adalah Rp. 575.000.

7.2 Biaya (Cash Out)

Cash out pada Tabel 7.1 sama dengan financial plan dalam Tabel 6.1 (Fixed cost) dengan total Rp. 634.049, akan tetapi untuk variable cost di Tabel 7.2 mempunyai biaya yang berbeda dengan Tabel 6.2 dikarenakan pada saat pembelian ulang bahan baku harga di pasar berbeda dengan harga pada awal pembelian.

Tabel 7.1 Biaya Fixed Cost

No.	Komponen	Jumlah Barang (Unit/Buah)	Harga Satuan (Rp.)	Total Harga (Rp.)	Umur Ekonomis (Tahun)	Penyusutan per Tahun (Rp.)	Penyusutan per Bulan (Rp.)	Penyusutan per periode Produksi
1.	Kompor Gas	1	87.500	87.500	5	17.500	1.458	364
2.	Tabung Gas	1	150.000	150.000	0	0	0	0
3.	Selang dan Regulator	1	86.000	86.000	5	17.200	1.433	358
4.	Blender	1	104.500	104.500	5	20.900	1.741	435
5.	Timbangan	1	25.000	25.000	2	12.500	1.042	260
6.	Bowl	3	4.350	13.050	3	4.350	362	90
7.	Wajan	1	45.000	45.000	3	15.000	1.250	312
8.	Rubber spatula	1	24.200	24.200	4	6.050	504	126
9.	Peeler	1	18.000	18.000	3	6.000	500	125
10.	Sendok	1	13.300	13.300	3	4.433	369	92
11.	Tongs	1	7.000	7.000	3	2.333	194	48
12.	Pisau	1	25.000	25.000	4	6.250	520	130
13.	Talenan	1	23.000	23.000	3	7.666	638	159
14.	Strainer	1	12.499	12.499	2	6.249	520	130
			Total	634.049		126.431	10.531	2.629

Keterangan:

- 1) Fixed Cost Per bulan didapatkan dari 4 kali produksi

Tabel 7.2 Biaya Variabel Cost

No.	Nama Barang	Jumlah Barang/Kg/Bungkus	Harga Satuan/Bungkus /Kg (Rp.)	Total Harga per Produksi (Rp.) Per 7 Box	Total Harga per Bulan (Rp.)
1.	Bahan Baku Kulit:				
	a. Tepung ketan	1 Kg	11.300	22.600	90.400
	b. Gula pasir	315 gr	23.000	7.245	28.980
	c. Ubi Cilembu	280 g	15.400	4.312	16.528
	d. Minyak sayur	35 ml	20.500	358	1.432
	e. Biji wijen	150 gr	14.000	10.500	42.000
2	Bahan Filling:				
	e) Wortel	420 gr	16.000	4.000	16.000
	f) Ubi Cilembu	1 kg	15.400	15.400	61.600
	g) Milk Powder	105 gr	7.854	3.298	13.194
	h) Gula Pasir	105 gr	23.000	2.415	9.660
3.	Bahan Baku Tambahan:				
	i) Minyak Goreng	1 Lt	20.500	10.250	20.500

	j) Kemasan	7 box	716	5.012	20.048
	k) Sticker Logo	7 Lembar	5.500	1.280	320
			Total	86.670	320.662

Tabel 7.3 Biaya Operational cost

No.	Komponen	Biaya per Bulan (Rp.)	Biaya Per Produksi (Rp) Per 7 Box
1.	Listrik & Air	50.000	12.500
2.	Gas 5,5 Kg (Isi Ulang)	150.000	0
3.	Bensin	90.000	22.500
4.	Kouta Internet	80.000	20.000
	Total	370.000	55.000

Total biaya produksi April 2024 hingga Mei 2024 adalah, Investment Depreciation cost + Variable Cost + operational cost = **Rp. 10.531 + Rp. 320.662 + Rp. 370.000 = Rp. 701.193.**

7.3 Pendapatan (Cash In)

Pendapatan yang diperoleh The Snack's dalam periode penjualan April hingga Mei 2024 adalah sebagai berikut:

Tabel 7.4 Pendapatan penjualan April-Mei 2024

No	Tanggal Pembelian	Jumlah Barang Terjual	Total Harga (Rp)
1	9 April 2024	6 Box	189.000
2	12 April 2024	5 Box	161.000
3	26 April 2024	6 Box	210.000
4	3 Mei 2024	7 Box	245.000
5	10 Mei 2024	6 Box	210.000
	Total	30 Box	1.015.000

Jadi, total pendapatan (Income) periode April 2024 hingga Mei 2024 adalah Rp. 1.015.000 (Gross margin) dan nett profit yang didapatkan ialah Gross margin – biaya (Pengeluaran) = **Rp. 1.015.000 – Rp. 701.193 = Rp. 313.807.** Pada Tanggal 9 dan 12 pelanggan langsung membeli 6 dan 5 box sehingga mendapatkan harga khusus (diskon 10%).

7.4 Umpan Balik Pembeli

Review produk The Snack's dikumpulkan dari berbagai sumber untuk memastikan keberagaman dan keakuratan umpan balik yang diterima yaitu dengan melalui interaksi langsung dimana pelanggan dapat berbagi pengalaman mereka secara langsung dalam mengkonsumsi produk, lalu melalui chat social media dimana pelanggan juga dapat memberikan review dimana saja dan kapan saja, dan adapun juga melalui Google form (G-form) sebagai salah satu alat untuk mengumpulkan review dan memudahkan pelanggan untuk memberikan kritik dan saran yang lebih rinci.

Umpan balik yang diterima cukup beragam, ada yang memberikan review positif akan kualitas dan rasa dari produk juga ada pula kritik dan saran yang diberikan terkait:

- 1) Kulit onde-onde yang agak keras.
- 2) Kurang banyak secara kuantiti per box
- 3) Kotak packaging yang tidak tertutup rapi.

Langkah awal yang akan The Snack's ambil untuk mengatasi masalah yang ada ialah dengan:

- 1) Lebih berhati-hati lagi pada tahapan penggorengan agar kulit Onde-onde tidak keras.
- 2) Menambah kuantitas onde-onde dalam 1 kotak. Owner telah menjelaskan bahwa kapasitas packaging yang digunakan sudah disesuaikan dan diperhitungkan agar memastikan kualitas onde-onde tetap konsisten.
- 3) Pembeli yang meriview kotak packaging tidak bisa tertutup rapi mengatakan kembali bahwa sticker logo pada kotak packaging membantu packaging untuk dapat tertutup dan melindungi produk yang ada di dalamnya.

Dapat diinformasikan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk The Snack's cukup baik, umpan balik positif yang diterima cukup mencerminkan apresiasi pelanggan terhadap Onde-onde ubi dan wortel The Snack's. Namun menyadari adanya area yang perlu diperbaiki berdasarkan masukan yang diterima,

Owner dapat memastikan bahwa setiap review yang diberikan akan didengar dan dipertimbangkan lagi untuk memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan.

BAB VIII

PENUTUP

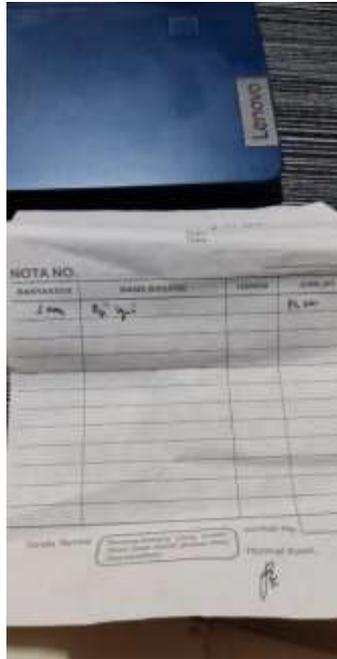
Penjualan Onde-onde The Snack's pada periode April 2024 hingga Mei 2024 mendapatkan hasil yang cukup memuaskan dan dapat mencapai target yang diinginkan diawal yaitu untuk melestarikan kembali jajanan tradisional dan sekaligus meningkatkan konsumsi sayuran. Umpan balik yang diterima juga menunjukkan hasil yang positif dan menegaskan bahwa Onde-onde The Snack's mampu memenuhi selera konsumen walaupun ada sedikit kritik di beberapa bagian namun hal itu dapat diatasi. Secara keseluruhan, hasil penjualan Onde-onde The Snack's yang melebihi target dan mendapatkan review positif dari pelanggan menunjukkan bahwa produk ini memiliki potensi untuk terus berkembang di pasaran. Saran kedepannya untuk The Snack's ialah tetap menjaga kualitas Onde-onde, dapat memperbanyak lagi varian rasa agar bisa lebih bervariasi, dan memperbanyak produksi Onde-onde agar bisa bersaing dengan kompetitor.

DAFTAR PUSTAKA

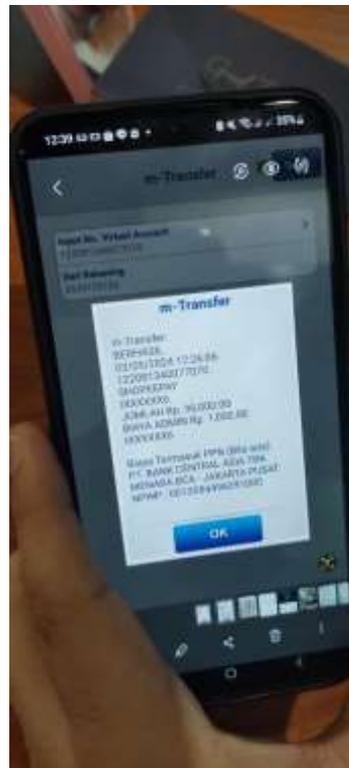
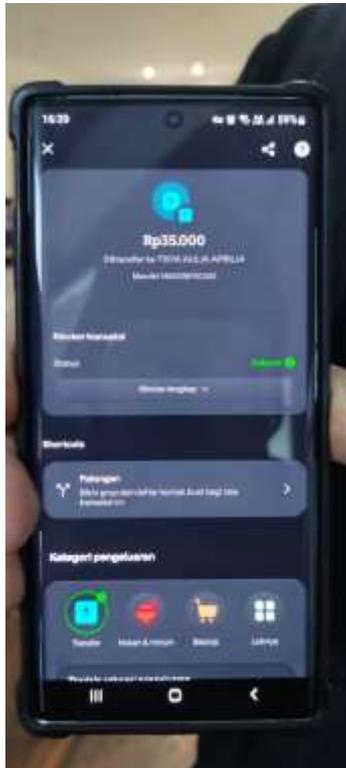
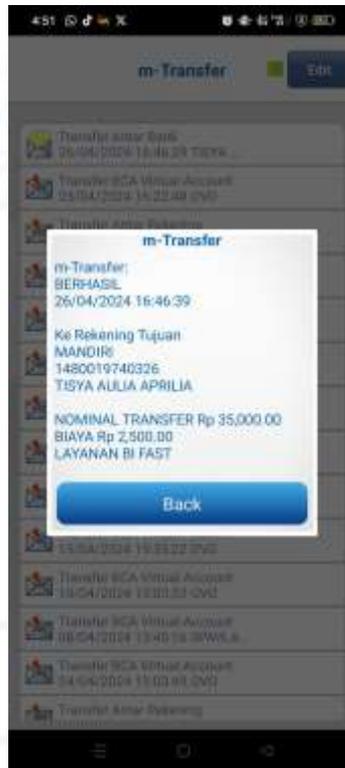
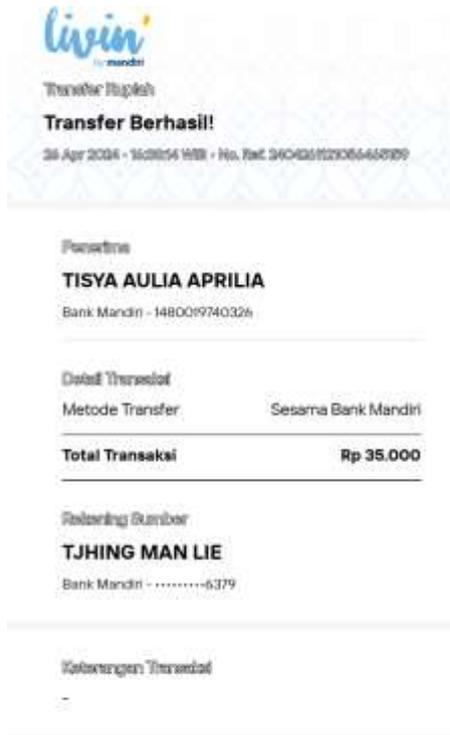
- Pitakara, Ajeng Ritzki. (2011, September 30). Masih rendah, tingkat konsumsi sayuran di indonesia. <https://news.republika.co.id/berita/lsc2q1/masih-rendah-tingkat-konsumsi-sayuran-di-indonesia>
- Badan Pusat Statistik. (2024). Rata-rata konsumsi per kapita seminggu beberapa macam bahan makanan penting, 2007-2023. Diakses dari (<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/OTUwIzE=/rata-rata-konsumsi-per-kapita-seminggu-beberapa-macam-bahan-makanan-penting--2007-2022.html>).
- Badan Pangan Nasional. (2024). Konsumsi sayuran di Indonesia. Diakses dari <https://badanpangan.go.id/blog/post/nfa-ajak-generasi-muda-untuk-konsumsi-sayur-dan-buah>).

LAMPIRAN I:

NOTA PEMBELIAN BAHAN

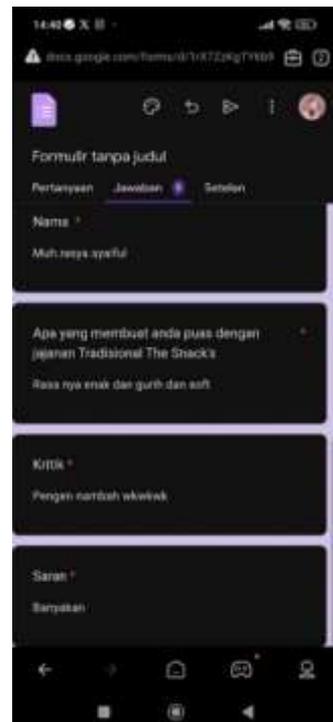
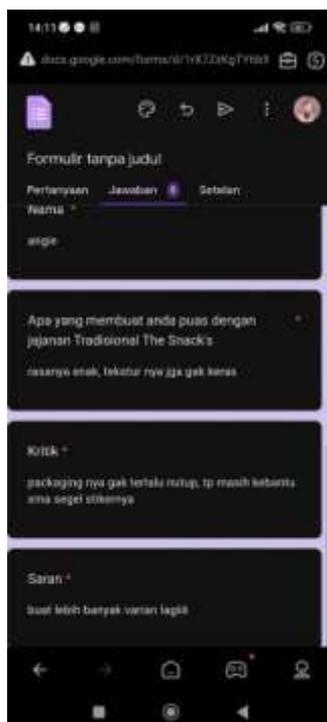
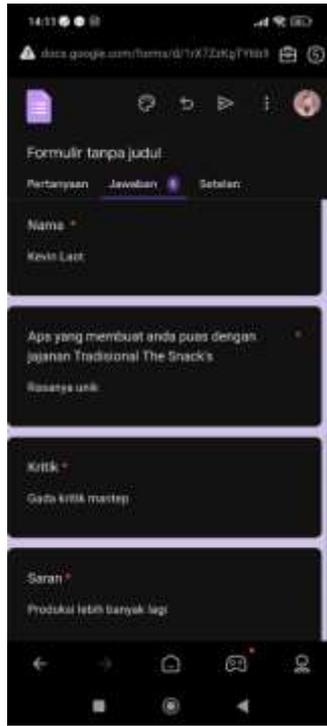


**LAMPIRAN II:
BUKTI PENJUALAN**





LAMPIRAN III: ULASAN PEMBELI



LAMPIRAN IV
MEDIA PROMOSI

