

ABSTRACT

PokryMon is a business that is engaged in culinary, precisely located in the city of Bandung, West Java. The number of food and beverage businesses in the business data statistics makes this business a good prospect to run with a number of conditions, such as high competition between competing product ideas, promotional ideas, and concept ideas. Siomay PorkyMon is a business that strives to meet the needs of consumers for foods that are tasty and have a unique taste, so that consumers do not feel bored to buy it repeatedly. The author chose this business because the author felt helped by the choice of the author's family, so the author wanted to develop this siomay business to be better in the future with a number of design plans to deal with each problem such as job description clarity, job specification, besides the author trying to improve the work contract system with the buyer so that there is very clear clarity between the writer as a supplier and the company as a buyer. In carrying out this business the writer conducts 2 sales systems, which are the first sales in event-bazaar events, apart from that the writer also sells through social media or online media. Apart from that, the writer also wants to try to expand its share by reaching other cities using siomay shipping using vacuum, so that the product can last long. This business is feasible because it has opportunities that can be seen from investment feasibility studies such as payback periods of 2 years 1 month 1 day, net present value of more than 0, profitability index of more than 1, and higher internal rate of return than interest rates bank amounting to 78.76%.

Key words: Culinary business, dumplings, Siomay Porkymon, food, and online media

ABSTRAK

Siomay PokryMon merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner, tepatnya berada di kota Bandung, Jawa Barat. Banyaknya usaha makanan dan minuman dalam data statistika lapangan usaha membuat bisnis ini memiliki prospek yang baik untuk dijalankan dengan beberapa syarat, seperti tingginya persaingan antara persaingan ide produk, ide promosi, maupun ide konsep. *Siomay PokryMon* merupakan sebuah bisnis yang berupaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan makanan yang enak dan memiliki rasa yang unik, sehingga konsumen tidak merasa jenuh untuk membelinya secara berulang. Penulis memilih bisnis ini dikarenakan penulis merasa terbantu dengan usaha milih keluarga penulis, sehingga penulis berkeinginan untuk mengembangkan usaha siomay ini menjadi lebih baik di masa depannya dengan beberapa rancangan rencana untuk menghadapi setiap permasalahannya seperti permasalahan kejelasan *job description*, *job specification*, selain dari itu juga penulis mencoba memperbaiki sistem kontrak kerja dengan pihak *buyer* sehingga adanya kejelasan yang sangat jelas antara penulis sebagai *supplier* dengan perusahaan sebagai *buyer*. Dalam melaksanakan usaha ini penulis melakukan 2 sistem penjualan, dimana yang peratama penjualan di *event-event bazaar*, selain dari itu penulis juga melakukan penjualan melalui *social media* atau media online. Selain dari itu penulis juga ingin mencoba memperluas pangsa dengan menggapai kota-kota lainnya menggunakan pengiriman siomay menggunakan vakum, sehingga produk dapat bertahan lama. Bisnis ini layak dijalankan karena memiliki peluang yang dapat dilihat dari studi kelayakan investasi seperti *payback periode* selama 2 tahun 1 bulan 1 hari, *net present value* lebih dari 0, *profitability index* lebih dari 1, dan nilai *internal rate of return* yang lebih tinggi dari suku bunga bank sebesar 78,76%.

Kata-kata kunci: Usaha kuliner, siomay, *Siomay Porkymon*, makanan, dan media online.

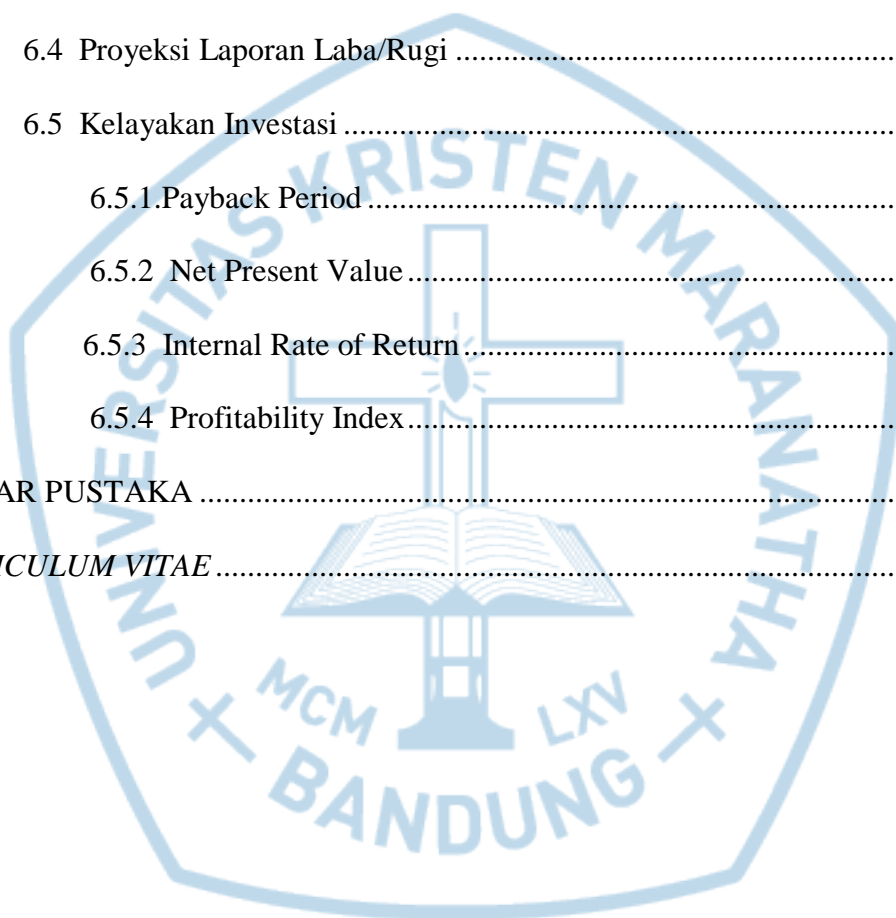
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF.....	1
1.1 Deskripsi Bisnis.....	4
1.2 Peluang Bisnis.....	6
1.3 Produk.....	6
1.4 Target dan Potensi Pasar.....	7
1.5 Strategi Pemasaran.....	9
1.6 Kelayakan Investasi.....	13
1.6.1 Manfaat Kelayakan Investasi.....	14
BAB II ANALISIS PELUANG dan IDE PRODUK.....	16
2.1 Analisis Peluang.....	16

2.1.1 Metode Analisis Peluang	20
2.2 Analisis Ide Produk.....	24
BAB III ANALISIS PEMASARAN.....	25
3.1 Strategi Pemasaran.....	25
3.1.1 Segmentasi Pasar.....	25
3.1.1.1 Syarat Penentuan Segmentasi Pasar.....	27
3.1.2 Target Pasar.....	28
3.1.3 Positioning.....	29
3.2 Bauran Pemasaran.....	29
3.2.1 Produk.....	29
3.2.2 Price	34
3.2.3 Place.....	34
3.2.4. Promotion.....	35
3.2.4.1 Jenis Promotion.....	35
3.2.5. Perkiraan Penjualan	39
BAB IV ASPEK OPERASIONAL.....	49
4.1 Peralatan dan Kapasitas Produksi	49
4.2 Peralatan Produksi	49
4.2.1 Biaya Peralatan Produksi dan Penjualan	49
4.2.2 Biaya Bahan Baku dan Kemasan Produk	50
4.3. Proses Produksi/ Operasi	52
4.3.1. Tata Cara Pembuatan Siomay.....	52

4.3.2. Tata Cara Pelayanan Kepada Konsumen di Stand.....	53
4.3.3. Tata Cara Pemesanan Online	54
4.3.4. Tata Waktu Pelaksanaan Kerja Produksi	55
4.3.5. Tata Waktu Pelaksanaan Kerja di Stand	55
4.3.6. Tata Letak/Layout Produksi	56
4.3.7. Tata Letak/Layout di Stand.....	62
BAB V MANAJEMEN SUMBER DAYA INSANI.....	65
5.1 Struktur Organisasi	65
5.1.1 Manager.....	67
5.1.2 Bagian dapur.....	68
5.1.3 Pelayan.....	70
5.1.4 Kurir.....	71
5.2 Waktu Kerja dan Kompensasi	73
5.2.1 Kompensasi	73
5.3 Standar Operasional Prosedur.....	75
BAB VI ASPEK KEUANGAN.....	86
6.1 Sumber Pembiayaan Lain	86
6.1.1 Investor dan Mitra	86
6.1.2 Teman Sebaya	86
6.1.3 Pinjaman dari Bank Non-Komersial	87
6.1.4 Kredit Usaha Rakyat	87
6.1.5 Kompetisi Perencanaan Bisnis.....	88

6.1.6	Angel Investor.....	88
6.1.7	Crowd Funding.....	88
6.1.8	Koperasi Simpan Pinjam.....	89
6.1.9	Kredit GOGO.....	89
6.2	Sumber Kebutuhan Dana.....	89
6.3	Proyeksi Neraca.....	92
6.4	Proyeksi Laporan Laba/Rugi.....	93
6.5	Kelayakan Investasi.....	101
6.5.1	Payback Period.....	102
6.5.2	Net Present Value.....	104
6.5.3	Internal Rate of Return.....	105
6.5.4	Profitability Index.....	105
	DAFTAR PUSTAKA.....	106
	<i>CURRICULUM VITAE</i>	110



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1	Logo Porkymon 4
Gambar 1.2	Siomay Porkymon..... 6
Gambar 3.1	Siomay Porkymon..... 30
Gambar 3.2	Siomay Porkymon Keju Mozarella 31
Gambar 3.3	Siomay Porkymon Keju Mozarella 31
Gambar 3.4	Siomay Porkymon Sosis Babi..... 32
Gambar 3.5	Siomay Porkymon Sosis Babi..... 32
Gambar 3.6	Siomay Porkymon Samcan <i>Crispy</i> 33
Gambar 3.7	Siomay Porkymon Cengek..... 33
Gambar 4.1	Tata Letak/Layout Produksi Porkymon (arah atas)..... 56
Gambar 4.2	Tata Letak/Layout Produksi Porkymon (arah depan)..... 57
Gambar 4.3	Tata Letak/Layout Produksi Porkymon (arah samping kanan)..... 57
Gambar 4.4	Tata Letak/Layout Produksi Porkymon (arah samping kiri)..... 58
Gambar 4.5	Tata Letak/Layout Produksi Porkymon (dalam dapur 1) 58
Gambar 4.6	Tata Letak/Layout Produksi Porkymon (dalam dapur 2) 59
Gambar 4.7	Tata Letak/Layout Produksi Porkymon (dalam ruang tunggu) 59
Gambar 4.8	Tata Letak/Layout Produksi Porkymon (dalam ruang tunggu2) ... 60
Gambar 4.9	Tata Letak/Layout Stand/Booth Porkymon 62
Gambar 5.0	Tata Letak/Layout Stand/Booth Porkymon (dari dalam) 63
Gambar 5.1	Struktur Organisasi Bisnis Siomay Porkymon 65

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Statistika Lapangan Usaha Provinsi Jawa Barat 17
Tabel 2.2	Analisis SWOT 23
Tabel 3.1	Jenis dan Harga Siomay 34
Tabel 3.2	Proyeksi Penjualan Hari Senin 40
Tabel 3.3	Proyeksi Penjualan Hari Selasa 40
Tabel 3.4	Proyeksi Penjualan Hari Rabu 41
Tabel 3.5	Proyeksi Penjualan Hari Kamis 41
Tabel 3.6	Proyeksi Penjualan Hari Jumat 42
Tabel 3.7	Proyeksi Penjualan Hari Sabtu 42
Tabel 3.8	Proyeksi Penjualan Hari Minggu 43
Tabel 3.9	Proyeksi Penjualan Minggu Pertama 43
Tabel 4.0	Proyeksi Penjualan Minggu Kedua 44
Tabel 4.1	Proyeksi Penjualan Minggu Ketiga 45
Tabel 4.2	Proyeksi Penjualan Minggu Keempat 45
Tabel 4.3	Proyeksi Penjualan Triwulan Pertama 46
Tabel 4.4	Proyeksi Penjualan Triwulan Kedua 46
Tabel 4.5	Proyeksi Penjualan Triwulan Ketiga 47
Tabel 4.6	Proyeksi Penjualan Triwulan Keempat 47
Tabel 4.7	Proyeksi Penjualan Tahun Pertama 48
Tabel 4.8	Daftar Peralatan Produksi dan Penjualan 49
Tabel 4.9	Biaya Bahan Baku per100 buah 50

Tabel 5.0	Biaya Kemasan Produk.....	51
Tabel 5.1	Tata Cara Pelayanan kepada Konsumen di Stand.....	53
Tabel 5.2	Tata Waktu Pelaksanaan Kerja Produksi.....	55
Tabel 5.3	Tata Waktu Pelaksanaan Kerja di Stand.....	55
Tabel 5.4	Tata Waktu Kerja.....	73
Tabel 5.5	SOP Pelayanan.....	79
Tabel 5.6	SOP Kurir.....	80
Tabel 5.7	SOP Membuka Stand.....	81
Tabel 5.8	SOP Menutup Stand.....	82
Tabel 5.9	SOP Promosi.....	83
Tabel 6.0	SOP Pelayanan Antar.....	84
Tabel 6.1	Aktiva Tetap & Modal Kerja.....	90
Tabel 6.2	Neraca.....	92
Tabel 6.3	Proyeksi Arus Kas Bulan Pertama.....	94
Tabel 6.4	Proyeksi Arus Kas Tahun Pertama.....	96
Tabel 6.5	Proyeksi Arus Kas Tahun Kedua.....	98
Tabel 6.6	Proyeksi Arus Kas Tahun Ketiga.....	100
Tabel 6.7	Perhitungan NPV.....	103
Tabel 6.8	Perhitungan IRR.....	103