

BISNIS PRODUK MAKANAN
PEMPEK “BOOM” WONOSARI SIWALAN PEKALONGAN



BAB I

PENDAHULUAN

Nama Perusahaan : Pempek Boom Pekalongan
Bidang Usaha : Produk Makanan
Jenis Produk : Pempek BOOM “Wonosari”
Alamat Perusahaan : Desa Wonosari, Kec. Siwalan Kab. Pekalongan
Nomor Telepon : 0821-3538-1205

A. Identifikasi Peluang Bisnis

Bisnis kuliner memang tak akan ada habisnya, dari sekedar mencicipi makanan pun bisa dikaitkan dengan peluang bisnis. Berbagai macam jenis kuliner bermunculan dengan inovasi kreatifitas yang unik dan menarik. Kuliner tradisional bisa dapat dikreasikan menjadi kuliner dengan cita rasa, nilai jual

tinggi dan dapat bersaing. Salah satunya kuliner yang berasal dari Palembang yakni pempek. Pempek sekarang sangat mudah dijumpai di seluruh daerah Pekalongan khususnya didaerah Desa Wonosari Siwalan seperti bisnis kaki lima, warung ataupun dikafe.

Salah satu nama brand pempek di Desa Wonsari Siwalan sudah berkembang secara pesat adalah “Pempek Boom”. Nama pempek boom dibuat menyerupai pempek kapal selam, lenjer, telur kecil, dan pempek jenis kulit. Isian pempek dari percampuran telur, ikan teri, bakso dan abon. Untuk cara penyajiannya dikemas digelas plastic mini lalu dikasih kuas dengan ciri khasnya. Target pasar Pempek Boom yakni semua lapisan masyarakat bisa menikmatinya.

B. Penjelasan Produk

Proses pembuatan Pempek Boom sebagai berikut:

1) Tahap Penyiapan Bahan dan Penimbangan

Pada tahap ini semua bahan untuk membuat pempek-pempek disiapkan kemudian ditimbang sesuai dengan takaran kebutuhan.

2) Tahap Pencampuran

Pada tahap ini, bahan baku yang terdiri dari:

- | | |
|------------------|--------------------------------------|
| a. Tepung terigu | f. Penyedap Rasa |
| b. Tepung Kanji | g. Bawang Putih |
| c. Air | h. Pewarna Makanan (hanya untuk isi) |
| d. Ikan Tengiri | |
| e. Garam | |

3) Tahap Pencampuran

Dicampur dan diaduk rata sesuai dengan takaran yang di butuhkan pada baskom yang telah disediakan. Aduk secara sempurna sehingga bahan-bahan tersebut tercampur rata.

4) Tahap Pembentukan

Adonan yang telah dicampur dan diaduk tadi, kemudian dibentuk menjadi beberapa jenis. Sisihkan Pempek yang telah terbentuk di baskom lain. Untuk jenis Pempek Bunting isi dengan varian isi yang telah ditentukan (sisis dan

telur). Untuk membuat isi pempek : Adonan untuk isi pempek Isian pempek dari percampuran telur, ikan teri, bakso dan abon.

5) Tahap Perebusan

Dalam proses perebusan, hal yang pertama dilakukan adalah panaskan air hingga mendidih di dalam panci. Kemudian setelah mendidih masukkan adonan. Biarkan adonan hingga mengapung. Jika telah mengapung itu berarti Pempek siap ditiriskan.

6) Tahap Penggorengan

Pada tahap ini, pempek-pempek yang di goreng tergantung dengan pesanan yang diminta oleh pelanggan bahkan agen datang ke rumah untuk mengambil pempek yang sudah jadi, ketika dijual kaki lima jadi. Pempek digoreng jika ada pelanggan yang datang memesan.

7) Untuk Membuat Kuah Cuko

- a. Haluskan cabai, bawang lalu rebus bersamaan dengan gula merah dan asam jawa hingga mendidih.
- b. Lalu saring kuah dan sisihkan.
- c. Tambahkan timun

8) Penyajian Pempek

- a. Bungkus pempek menggunakan kertas roti
- b. Tuang kuah cuko kedalam wadah plastik yang telah disiapkan
- c. Pempek siap disantap

C. Latar Belakang Bisnis

Salah satu makanan tradisional cukup sederhana, tetapi cocok menjadi hidangan konsumsi untuk camilan bersama keluarga, teman maupun orang tersayang dan kuliner yang mengenyangkan adalah “Pempek Boom”. Pembuatan kuliner tradisional dengan ciri khas dengan cara yang tidak gitu rumit, tetap higienis, harganya pun cukup terjangkau, maka tentunya akan menarik minat masyarakat untuk membelinya.

Memiliki rasa yang enak, nikmat, bergizi, lezat dan mengandung banyak protein dan vitamin yang berasal dari bahan utamanya yakni telur dan ikan, sehingga kuliner ini memang layak berkembang menjadi salah satu usaha

kuliner tradisional dikalangan semua lapisan masyarakat terkhusus di daerah Pekalongan dan sekitarnya.

D. Tujuan

1. Memanfaatkan dan meningkatkan hasil olahan ikan, telur dan tepung menjadi produk makanan yang bervariasi yang dapat diterima oleh segala lapisan masyarakat kuliner sebagai alternative pengganti camilan yang mengandung karbohidrat yang enak dan bergizi.
2. Dengan terus melakukan inovasi yang baik secara berkelanjutan, diharapkan pempek boom dapat menjadi bangkitnya industri kuliner di masa endemi covid-19 saat ini.
3. Selalu memberikan kepuasan konsumen terhadap kualitas dan cita-cita produk pempek boom.

E. Potensi Bisnis

Bisnis kuliner pempek boom ini memiliki peluang dengan prospek usaha yang menjanjikan. Usaha pempek cocok dijalankan bagi pebisnis dengan modal rendah namun menguntungkan.

BAB II PEMBAHASAN

A. ANALISIS SWOT

1. Faktor Internal

1) Strength (Kekuatan)

a. Keunggulan produk

- Pempek Boom memiliki kualitas yang baik karena dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan cara-cara yang higienis.
- Menjual pempek boom untuk semua kalangan masyarakat.

b. Kreativitas

Kami akan memulai dengan kreativitas baru tidak hanya diisi telur ataupun ikan, tetapi bisa juga sosis dan pempek kentang yang cocok untuk vegetarian biar beraya lebih modern.

c. Bahan baku mudah di dapat

- Bahan baku pembuatan pempek boom tersedia dan harganya terjangkau mudah di jumpai.
- d. Desain Kemasan
 - Pempek Boom akan dibungkus dengan pembungkus mirip seperti nasi pembungkus makanan cepat saji. Adapun untuk wadah cuka dan minuman akan dikemas menggunakan gelas plastik kecil dan besar

2) *Weakness (Kelemahan)*

- a. Tidak tahan lama karena tidak menggunakan bahan pengawet.
- b. Terkadang pempek cepat menjadi keras.
- c. Produknya mudah ditiru.

2. **Faktor Eksternal**

1) *Opportunities (Peluang)*

a. Banyak konsumen

- Banyak diminati masyarakat dari berbagai kalangan umur.
- Proses jual belinya mudah dan terjamin tanpa perantara.

b. Sistem pemasaran

- Periklanan bentuk promosi yang dilakukan dengan cara memasang banner di sekitar lingkungan masyarakat yang ramai didatangi, serta menggunakan media massa sosial WA, IG maupun FB.
- Penjualan personal yang digunakan sebagai media promosi oleh pempek boom yakni melalui promosi secara langsung oleh penjual kepada teman dan masyarakat disekitar rumah.

2) *Threats (Ancaman)*

Ancaman yang dihadapi adalah adanya pesaing yang menjual pempek di kelas lain. Cara mengatasinya yakni dengan membuat bentuk yang lebih besar, tetapi tidak mengalami kerugian dan lebih giat lagi melakukan penjualan, serta melakukan modifikasi isi.

<p style="text-align: center;">STRATEGI SWOT</p>	<p>Strength (kekuatan)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Keunggulan produk b. Kreativitas c. Bahan baku mudah di dapat d. Desain kemasan 	<p>Weakness (kelemahan)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Tidak tahan lama karena tidak menggunakan bahan pengawet. b. Terkadang pempek cepat menjadi keras. c. Produknya mudah ditiru.
<p>Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Banyaknya konsumen b. Sistem pemasara 	<ul style="list-style-type: none"> a. Melaksanakan promosi dengan segala bidang. b. Memaksimalkan produksi di tengah masa-masa endemic covid-19. 	<ul style="list-style-type: none"> b. Melaksanakan produksi terus-menerus d. Berbisnis dengan segala fasilitas yang memadahi dan menjalin relasi antar produksi.
<p>Threat</p> <p>Ancaman yang dihadapi adalah adanya pesaing yang lain dengan harga murah.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Memberikan diskon pada minggu pertama saat pembukaan awal usaha dimana berupa beli 3 porsi gratis 1 porsi guna untuk menarik konsumen. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan promosi. b. Menjaga kualitas produk

B. PERENCANAAN BISNIS

1. Sasaran dan Target Pasar

Sasaran dalam penjualan pempek boom terkhusus untuk segala lapisan umur masyarakat dapat menikmatinya. Dalam hal ini untuk menjadikan kepuasan pembeli ataupun agen sistem pelayanan diantaranya pemetaan

wilayah dijadikan sebagai langkah yang cukup penting. Ia dan suagar tidak bntrok dalam memasarkan pempek boom, olahan dan harga murah meriah di masyarakat. ami mengatur para agennya.

Dengan menerapkan penjualan secara baik pelayanan agar konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan, pelayanan yang diberikan tersebut berupa menggunakan bahasa yang sopan dan ramah terhadap konsumen dimedia offline maupun online (seperti Instagram, Whatsapp, Facebook). Dengan memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen merasa nyaman dalam membeli pempek boom.

2. Pembiayaan

1. Biaya Tetap (Fixed cost)

Dibawah ini peralatan yang digunakan antara lain sebagai berikut:

No.	Nama Barang	Jumlah Barang	Harga Satuan	Jumlah Harga
1.	Penggorengan/Kuali	1	Rp. 45.000	Rp. 45.000
2.	Kompor gas	1	Rp. 250.000	Rp. 250.000
3.	Tabung LPG 3 kg	2	Rp. 40.000	Rp. 40.000
4.	Saringan minyak	1	Rp. 10.000	Rp. 10.000
5.	Panci	1	Rp. 65.000	Rp. 65.000
6.	Wadah plastik 50 cm	1	Rp. 20.000	Rp. 20.000
7.	Wadag plastik 80 cm	1	Rp. 25.000	Rp. 25.000
8.	Pisau	1	Rp. 15.000	Rp. 15.000
9.	Penjepit	1	Rp. 15.000	Rp. 15.000
10.	Talenan	1	Rp. 10.000	Rp. 10.000
TOTAL				RP. 495.000

2. Biaya Variabel (Variable cost) - Per Produksi

No.	Nama Barang	Jumlah Barang	Harga
1.	Tepung Terigu	1 Kg	Rp. 10.000
2.	Tepung Sagu	2 Kg	Rp. 20.000
3.	Ikan	1 Kg	Rp. 50.000
4.	Minyak Goreng	2 Liter	Rp. 25.000
5.	Garam	1 Bungkus	Rp. 4.000
6.	Bawang Putih	400 Gram	Rp. 7.000
7.	Penyedap Rasa	4 Bungkus	Rp. 4.000
8.	Pewarna Makanan	1 Bungkus	Rp. 3.000
9.	Gula Aren	¼ Kg	Rp. 5.000
10.	Asam Jawa	3 Bungkus	Rp. 4.000
11.	Kecap Asin	1 Botol	Rp. 10.000
12.	Timun	½ Kg	Rp. 6.000
13.	Cabai	½ Kg	Rp. 30.000
14.	Gelas Cuko	40 Pcs	Rp. 10.000
Total			Rp. 188.000

3. Biaya Total

$$\begin{aligned}\text{§ Biaya total} &= \text{Variable cost} + \text{Fixed cost} \\ &= \text{Rp. 188.000} + \text{Rp. 495.000} \\ &= \text{Rp. 683.000}\end{aligned}$$

4. Biaya dan Harga Per Unit

§ Biaya tetap yang dibutuhkan untuk 1 kali produksi adalah Rp. 495.000 : 50 kali = Rp. 9.900

§ Total biaya produksi yang dikeluarkan per produksi = Rp. 99.000 + Rp.188.000 = Rp. 287.000

§ Biaya per unit adalah Total biaya produksi dalam 1 kali produksi : jumlah produk yang dihasilkan per bulan Rp. 287.000 : 70 buah = Rp. 4.100

§ Harga jual pempek boom jenis kapal selam dibanderol per biji = Rp. 3.200

5. Modal Awal

§ Modal awal = Total Biaya Tetap + Biaya Variabel untuk 1 kali produksi
= Rp. 495.000 + Rp. 188.000
= Rp. 683.000

6. Analisis Titik Impas (Break Even Point)

§ BEP harga = Total biaya produksi untuk 1 kali produksi : Produksi
= 188.000 : 50 = Rp. 3.760

§ Harga jual per biji Rp. 3.200

BEP produksi = Total biaya produksi untuk 1 kali produksi : Harga per unit
= Rp. 188.000 : 3.200 = 59 buah

Jadi, untuk mencapai titik impas maka dalam 1 buah pempek boom yang harus terjual adalah 59 buah dengan harga per biji yakni Rp 3.200

7. Analisis Keuntungan

§ Pendapatan : Pempek yang terjual x harga jual = 50 x Rp 3.200
= Rp. 160.000

§ Total biaya produksi dalam 1 kali produksi : Rp. 188.000

§ Keuntungan = Pendapatan – Total biaya produksi
= Rp. 160.000 – Rp. 188.000
= RP. 28.000

Jadi, keuntungan yang diperoleh dengan menjual 50 biji pempek boom dengan harga Rp. 3200 per biji dalam 1 kali produksi adalah Rp. 28.000

8. Pengembalian Modal

Total biaya Produksi : Laba usaha = Rp. 683.000: Rp 28.000 = 25 kali produksi
Jadi modal akan kembali dalam jangka waktu 25 kali produksi.

C. STUDI KELAYAKAN

1. Lokasi

Pembuatan pempek boom dilaksanakan di Jalan Raya Siwalan-Sragi. Lokasi ini cukup strategis namun tempat produksinya masuk gang buntu jadi kalo masyarakat awam merasakan kekusahan untuk menemukan lokasinya. Lokasi ini berdekatan dengan Koramil Sragi dan Apotik Wonosari.

2. Sarana dan Prasarana

Memiliki rumah produksi pempek boom dengan mempunyai 150 agen yang tersebar di beberapa wilayah Pekalongan, Batang dan Pemalang. Tentunya menurut owner pempek boom Mami Nur menegaskan kepercayaan pelanggan menjadi kunci utama kesuksesan dalam bisnis pempek boom. Semua terback up dengan bantuan media massa diantaranya WA, FB dan IG akan menjadi luas dalam pemasarannya.

3. Sumber Daya Manusia

Dulu usaha jualan aya, potong di Pasar Bojong yang mengalami gulung tikar, perjalanan lika liku usahanya yang penuh semangat dan kerja keras, membuahkan hasil. Usaha produksi "Pempek Boom". Kebangkrutan usaha jualan ayam potong. Berawal dari pinjaman modal yang diberikan mertuanya dengan pemberian gerobak dorong tiktik awal pintu kesuksesan usaha mulai terbuka. Bermodal dengan ketekunan mencoba terus menerus dari kegagalan usahanya kini semakin bertambah produksinya dan memiliki beberapa agen tersebar se-karisedanan Pekalongan.

D. REAL BUSINESS PLAN

1. Rencana Manajemen

1. Strategi Pemasaran

Produk yang kami jual berupa Pempek Boom dibuat dengan menggunakan bahan dan isian yang berkualitas dan pilihan. Untuk kemasan, pempek dikemas menggunakan cup. Adapun untuk cuka akan dikemas menggunakan gelas plastik mini. kemasan kertas sebagai pembungkus nantinya akan terdapat nama toko di depan kemasan agar konsumen mengerti dan apabila ingin memesan kembali terdapat nomor kontak yang dapat dihubungi.

a. Pengembangan Produk

Pempek memang diakui banyak di jumpai dimana pun tempatnya. Akan tetapi di dalam pempek boom yang diproduksi wonosari memiliki perbedaan dari cita rasa, ukuran dan kuas cuko. Harapannya dapat diterima masyarakat dengan cita rasa ataupun isian pempek boom.

b. Pengembangan Wilayah Pemasaran

Lingkup pengembangan wilayah utama saat ini dirumah produksi, hal ini karena sudah ada beberapa agen mengambil pesanan pempek boom di jualkan di tempat agen tersebut.

c. Promosi

Bentuk promosi pendekatan langsung digunakan pempek boom adalah dengan lebih mengutamakan pelayanan agar konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan secara langsung dengan bantuan media massa juga.

2. Strategi Produksi

Kami memproduksi pempek boom pastinya udah ada dikalangan masyarakat tidak bisa dipungkiri, tetapi kami menyediakan pempek selalu masih fresh, dan segar. Menawarkan dengan isian yang kreatif dan inovasi biar tetap bersaing dengan kuliner yang lainnya.

3. Strategi Harga

Dari beberapa pendekatan harga yang ada. Pempek Boom menggunakan pendekatan penetrasi pasar. Dengan dilakukannya strategi penetrasi pasar, Pempek Boom memiliki peluang membangun ketertarikan pelanggan melalui sektor harga. Harga yang ditawarkan berkisar Rp 15.000,- per porsi dengan isi 1 pempek beranak dan 2 pempek panjang.

4. Rencana Pengembangan Produksi

- a. Menciptakan isian pempek boom dengan beberapa isian yang bergizi.
- b. Meningkatkan produksi.
- c. Memperluas penjualan via online media massa.
- d. Menjaga cita rasa dan kualitas pempek.

E. STRUKTUR ORGANISASI

Struktur Organisasi

- a. Nama Usaha : Pempek BOOM
- b. Bentuk Usaha : Perseorangan
- c. Lokasi : Desa Wonosari Siwalan Pekalongan
- d. Nama Pemilik : Casmadi dan Nur Rohimah
- e. Alamat : Jalan Raya Siwalan - Sragi
- f. Status pemilik di Usaha : Pemilik Usaha
- h. No. Telp : 0821-3538-1205

BAB III

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Usaha pempek boom merupakan termasuk usaha yang cukup menjanjikan karenanya mempunyai peluang untuk memperoleh keuntungan sangat tinggi dengan beberapa macam isian dan rasa yang sesuai dengan kesukaan pembeli. Keunikan dan keunggulan usaha Pempe Boom ini yakni pempek ini memiliki kualitas yang baik karena dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan cara-cara yang higienis dan memiliki ukuran yang sedikit lebih besar dibanding pempek pada umumnya.

Pemasaran dan promosi yang digunakan oleh usaha Pempek Boom yaitu menggunakan media online dan offline untuk menarik pelanggan agar

mencoba produk ini. Lokasi bisnis pempek boom ditempatkan ditempat-tempat keramaian seperti pasar, pesta giling pabrik gula Sragi dan CFD (Car Free Day) alun-alun kaje

B. Saran

Dalam kuliner pempek boom ini keutamakan unsur kebersihan secara higienis tetap menjaga kebersihan agar pembeli aman untuk dimakan. Tetap menjaga cita rasa dan kualitas agar tidak cepat basi ketika di konsumsi pembeli. Oleh karenanya, pempek boom ini tetap berjalan dan memaksimalkan produksi di masa saat ini era endemic covid-19.

C. Lampiran Foto

