

BUSSINES PLAN

“BANANA CHIPS CHOCOLATE Jl. Flamboyan ”

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M)
Pada Program Studi Manajemen Bisnis*

Penulis

YUKIKO N WOWOR	NIM. 20053096
MARCHELLA LALO	NIM. 20053057
REJOICE C T IROTH	NIM. 20053076



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
2024**

MOTTO

*Apapun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti
untuk Tuhan dan bukan untuk Manusia
(Kolose 3 : 23)*

*“ kita hidup untuk saat ini, kita bermimpi untuk masa depan, dan kita belajar
untuk kebenaran abadi “
(jean colin)*



Dengan penuh Sukacita Bussines Plan kami
Persembahkan untuk

Tuhan Yesus Kristus

Mama dan Papa Terkasih

Keluarga dan Sahabat-Sahabat Terdekat

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Disusun Oleh



Yukiko Natalia Wowor
NIM: 20053096



Marchella Lalo
NIM: 20053057



Rejoice C.T Iroth
NIM: 20053076

Manado, 30 Agustus 2024

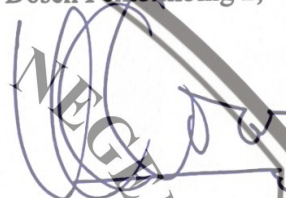
Ini telah diperiksa, diuji dan disetujui

Dosen Pembimbing 1,

Dosen Pembimbing 2,




Dr. Christien A. Karambut SE., MM
NIP: 197112202005012001



Vekky Supit, SE., M.Si
NIP: 196411141990111002

Ketua Panitia Skripsi,



Diana Rowenna S. Maramis, SE., M.Si
NIP: 1972091520022122001

DAFTAR ISI

BUSSINES PLAN	i
MOTTO	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
BIODATA	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
RINGKASAN EKSEKUTIF.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Dasar Gagasan Usaha	1
1.2 Manfaat Ekonomi	2
1.3 Manfaat Sosial	2
1.4 Visi Misi dan Tujuan Usaha.....	2
1.5 Prospek Pasar	4
1.6 Logo dan Makna Logo	4
BAB II PASAR DAN PEMASARAN.....	6
2.1 Gambaran Umum Pasar Sasaran.....	6
2.2 Jenis Produk yang akan dipasarkan.....	6
2.3 Wilayah Pemasaran	7
2.4 Permintaan.....	7
2.5 Jumlah Permintaan Terhadap Produk.....	7
2.6 Proyeksi Permintaan.....	9
2.7 Penawaran (Competitors)	9
2.8 Pangsa Pasar	11
2.9 Rencana dan Strategi Pemasaran.....	12
2.10 Strategi Pemasaran	13
2.11 Biaya Penjualan	16

2.12 Analisis SWOT.....	17
BAB III PRODUKSI DAN OPERASI	18
3.1 Produk Dan Proses Produk.....	18
3.1.1 Produk	18
3.1.2 Proses Produksi.....	19
3.2 Rencana Produksi	20
3.3 Rencana Kebutuhan Tenaga Kerja Langsung	21
3.4 Kebutuhan Peralatan dan Perlengkapan	22
3.5 Tanah dan Bangunan.....	23
3.6 Rencana Biaya Umum Usaha.....	23
3.7 Biaya Bahan Baku dan Penolong	24
3.8 Harga Pokok Produksi.....	25
BAB IV ORGANISASI DAN MANAJEMEN.....	27
4.1 Bentuk Kepemilikan.....	27
4.2 Organisasi dan Tata Kerja	28
4.3 Tugas dan Tanggung Jawab.....	28
4.4 Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung.....	29
4.5 Jenis-Jenis Perijinan	30
4.6 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Kegiatan.....	31
BAB V LAPORAN KEUANGAN.....	33
5.1 Aspek Keuangan.....	33
5.1.1 Biaya-Biaya Mulai Usaha	33
5.2 Proyeksi Laba Rugi	38
5.3 Proyeksi Analisa Arus Kas.....	41
5.4 Neraca.....	43
BAB VI ANALISIS USAHA	45
6.1 Analisa Kelayakan Usaha.....	45
6.1.1 NPV (<i>Net Present Value</i>).....	45
6.1.2 IRR (<i>Internal Rate Of Return</i>)	46
6.1.3 PP (<i>Payback Period</i>).....	48

6.2	Estimasi BEP	48
6.3	Analisis Keuangan.....	50
6.3.1	Rasio Profitabilitas	50
BAB VII	53
KESIMPULAN	53
DAFTAR PUSTAKA	53



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Gagasan Usaha

Indonesia memiliki berbagai macam budaya, tak heran jika Indonesia pun memiliki berbagai jenis kuliner khas Indonesia. Namun seiring perkembangannya jaman, makanan khas tersebut menjadi kurang populer di karenakan Datangnya makan-makanan ringan yang di ekspor dari luar negeri, padahal jika kita bandingkan makanan khas dengan makanan import, tentu makanan khas lah juaranya. Apalagi makanan khas kita menggunakan bahan yang alami dan tanpa pengawet buatan. Oleh karena itu, penulis selaku penerus bangsa harus bisa menjaga makanan khas kita agar tidak hilang di pasaran, kita dapat memodifikasinya sebaik mungkin agar dapat menarik minat pelanggan tanpa harus merusak citra asli dari makanan khas tersebut. Makanan khas tidak boleh tersaingi oleh makanan import yang belum tentu bebas dari bahan kimia dan bahan pengawat. Maka dari itu kita lestarikan makanan khas indonesia dan mencintai produk dalam negeri. Lingkungan kami merupakan daerah yang agraris, masih banyak lahan pertanian. Lahan pertanian tersebut banyak digunakan untuk menanam pohon pisang karena kondisi tanah tersebut sangat cocok sekali untuk penanaman pohon pisang, namun pisang pertanian tersebut dengan cara membuat sebuah produk makanan yang memiliki banyak manfaat.

Maka dari itu penulis akan membuat keripik pisang ini dengan pembuatan yang berbeda agar orang yang menyukai cemilan ini, maka kami akan berusaha

memberikan kualitas dan mutu yang baik yang harganya relative murah bagi semua kalangan masyarakat. Selain itu penulis akan memberikan inovasi terbaru dalam produk keripik pisang ini yaitu dengan variasi rasa coklat.

1.2 Manfaat Ekonomi

Usaha ini membantu pengusaha dan pemilik bisnis dalam memahami keterbatasan yang ada dalam kebijakan ekonomi. Perkembangan usaha ini nantinya akan menciptakan efisiensi dalam pemasaran, sehingga akan memenuhi kebutuhan dari konsumen. Keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan dan terciptanya lapangan pekerjaan bagi orang lain.

Usaha ini juga bisa membantu perkenalan UMKM atau semacamnya dan memberi manfaat kepada para petani pisang khususnya daerah Minahasa yang akan menjadi tempat produksi atau tempat Banana Chips Chocolate mendapatkan sumber buah pisang.

1.3 Manfaat Sosial

Dengan adanya gagasan usaha ini khususnya pelanggan dari produk kami. Banana Chips Chocolate atau yang biasa dikenal dengan Keripik Pisang Coklat ini lebih identik dengan kalangan anak muda. Yang dimana Pisang bermanfaat bagi pertumbuhan khususnya Remaja Putri.

1.4 Visi Misi dan Tujuan Usaha

Visi adalah pernyataan tentang pandangan ke depan mengenai bisnis yang akan dijalani, apa yang menjadi tujuannya, serta apa yang ingin dicapai nantinya. Karena itu visi bisnis merupakan refleksi cita-cita bisnis di masa beberapa tahun mendatang.

Misi dalam bisnis merupakan pernyataan tindakan yang harus dilakukan untuk mewujudkan visi. Selain itu misi juga berfungsi untuk memberikan arah sekaligus batasan dalam proses mencapai tujuan. Merumuskan misi hendaklah dibuat sewajar mungkin namun tetap menjelaskan keberhasilan usaha yang diharapkan sesuai dengan kemampuan yang ada saat ini dan akan Datang.

Tujuan utama membangun sebuah usaha adalah mendapatkan keuntungan. Selain itu ada juga beberapa tujuan dalam membangun usaha seperti, menyediakan kebutuhan masyarakat dan menciptakan lapangan kerja guna memberi nilai dalam bermasyarakat.

a. Visi

“Menciptakan produk makanan unggulan yang berkualitas dan banyak diminati sampai ke mancanegara.”

b. Misi

1. Terus melakukan inovasi-inovasi agar selalu menarik minat pembeli masyarakat
2. Memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan dengan menjamin kepuasan dan kepercayaan mereka
3. Mengembangkan inovasi pasar secara nasional dan internasional untuk memperkenalkan keripik pisang coklat
4. Menghasilkan produk pisang berkualitas tinggi dengan menggunakan bahan baku terbaik

c. Tujuan

Tujuan dari Visi dan Misi yang telah disusun di atas adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan produk : menghasilkan produk berkualitas tinggi yang disukai konsumen dan berinovasi dalam rasa serta kemasan untuk menarik lebih banyak pelanggan
2. Kepuasan pelanggan : memberikan pelayanan terbaik dan menjaga kepuasan konsumen melalui produk yang berkualitas dan pelayanan yang responsive
3. Ekspansi pasar : memperluas jangkauan pasar, baik secara local, nasional, maupun internasional, untuk meningkatkan volume penjualan.
4. Keuntungan finansial : meningkatkan pendapatan dan mencapai keuntungan yang stabil melalui penjualan keripik pisang coklat.

1.5 Prospek Pasar

Menurut Siswanto Sutejo, prospek pasar adalah gambaran keseluruhan, baik ancaman ataupun peluang dari kegiatan pemasaran yang akan datang yang berhubungan dengan ketidakpastian dari aktivitas pemasaran atau penjualan.

Berdasarkan kondisi pasar tersebut di atas kami melihat adanya peluang pasar terhadap usaha kami. Dan kami akan memasarkannya di 3 kecamatan yang berada di Mapanget, Pall 2 dan Tuminting.

1.6 Logo dan Makna Logo

Logo merupakan suatu bentuk gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, perkumpulan, produk, negara dan hal-hal lainnya yang dianggap membutuhkan hal yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya.



Gambar 1.1 Logo Banana Chips Chocolate

Warna kuning yang dominan sudah melekat pada ciri khas produk “*Banana Chips Chocolate*” karena berbahan dasar buah pisang. Dengan pancaran cokelat yang meleleh membuat produk ini identik dengan rasa cokelat yang sudah menjadi komitmen *Banana Chips Chocolate* untuk peluncuran (*launching*) varian pertama *Banana Chips Chocolate*, dengan harapan rasa cokelat yang dipasarkan akan menjadi viral sehingga banyak peminat.