PROPOSAL BISNIS

BISNIS PLAN KENYANG BOWL

Nama Kelompok:

1. NIRA ALISKA BENING NURANI (241219183)
2. RIKO SAPUTRA (241219184)
3. FEBERIANI GULO (241219185)
4. ABDULLAH HASAN ALGIFARI (241219186)

STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI **2**
BAB I **4**
RINGKASAN EKSEKUTIF 4
Visi & Misi 4
Produk 5
PERSAINGAN 5
Strategi Menghadapi Persaingan 6
BAB II **7**
Identitas Usaha 7
VISI MISI 7
GAMBARAN SEKILAS PRODUK 9
BAB III **10**
STRATEGI PEMASARAN **10**
Segmentasi 10
Targeting 10
Positioning 10
Strategi Digital Marketing 10
BAB IV **11**
ANALISIS PERSAINGAN **11**
Analisis SWOT 11
BAB V **11**
RENCANA DESAIN & PENGEMBANGAN **11**
KONSEP DESAIN USAHA 11
DESAIN PRODUK 11
TUJUAN USAHA JANGKA PANJANG 12
STRATEGI PENGEMBANGAN 12
1. Strategi Produk 12
2. Strategi Harga 12
3. Strategi Promosi 12
4. Strategi Pelayanan 12
BAB VI **14**
RENCANA OPERASI DAN MANAJEMEN **14**
Rencana Operasi 14
Rencana Manajemen 15
BAB VII **16**
ANALISIS RENCANA KEUANGAN **16**
Profitability Index / PI **19**
Estimasi 19
Net Present Value (NPV) **19**
Internal Rate of Return (IRR) **19**
Estimasi Hasil 19

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

Di era modern saat ini, banyak mahasiswa, pelajar, dan pekerja membutuhkan makanan yang praktis, enak, bergizi, dan memiliki harga terjangkau. Namun, masih banyak makanan cepat saji yang kurang sehat dan tidak seimbang gizinya.

Kenyang Bowl hadir sebagai usaha makanan dengan konsep rice bowl yang praktis, mengenyangkan, dan tetap memiliki kandungan gizi seimbang karena terdiri dari nasi, ayam, dan sayuran. Produk ini dibuat dengan rasa yang lezat, harga ramah kantong, dan penyajian yang modern sehingga cocok untuk kalangan anak muda maupun pekerja

Makanan praktis dan modern sangat diminati oleh masyarakat, terutama kalangan pelajar, mahasiswa, dan pekerja. Salah satu makanan yang banyak digemari adalah rice bowl karena praktis, mengenyangkan, memiliki banyak varian rasa, dan harga yang terjangkau.

Usaha rice bowl memiliki peluang yang besar karena dapat dijual secara offline maupun online melalui media sosial dan aplikasi pesan antar. Dengan cita rasa yang enak, tampilan menarik, dan harga yang sesuai, bisnis rice bowl dapat menjadi usaha yang menjanjikan.

Oleh karena itu, dibuatlah usaha “KENYANG.BOWL” yang menyediakan berbagai menu rice bowl dengan rasa lezat, higienis, dan harga terjangkau.

Saat ini makanan praktis dan modern sangat diminati oleh masyarakat, terutama kalangan pelajar, mahasiswa, dan pekerja. Salah satu makanan yang banyak digemari adalah rice bowl karena praktis, mengenyangkan, memiliki banyak varian rasa, dan harga yang terjangkau.

Usaha rice bowl memiliki peluang yang besar karena dapat dijual secara offline maupun online melalui media sosial dan aplikasi pesan antar. Dengan cita rasa yang enak, tampilan menarik, dan harga yang sesuai, bisnis rice bowl dapat menjadi usaha yang menjanjikan.

Oleh karena itu, dibuatlah usaha “KENYANG.BOWL” yang menyediakan berbagai menu rice bowl dengan rasa lezat, higienis, dan harga terjangkau.

Visi & Misi

Visi

Menjadi brand rice bowl ayam katsu sambal pilihan utama generasi muda Indonesia yang mengutamakan cita rasa autentik, harga terjangkau, dan pengalaman makan yang menyenangkan.

Misi

- Menyajikan nasi ayam katsu berkualitas dengan bahan baku segar dan higienis.
- Menghadirkan berbagai varian sambal khas Nusantara yang autentik dan lezat.
- Memberikan pelayanan cepat, ramah, dan konsisten kepada setiap pelanggan.
- Memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk pemasaran yang efektif.
- Berkembang melalui sistem kemitraan/franchise dalam 3 tahun ke depan.

Produk

Menu Utama

No	Nama Menu	Deskripsi	Harga
1	Katsu Bowl Original	Nasi putih + ayam katsu + saus	Rp 12.000
2	Katsu Bowl Matah	Nasi putih + ayam katsu + sambal matah	Rp 13.000
3	Katsu Bowl Terasi	Nasi putih + ayam katsu + sambal terasi pedas	Rp 13.000
4	Katsu Bowl Saus BBQ	Nasi putih + ayam katsu + saus BBQ	Rp 12.000
5	Katsu Bowl Geprek	Nasi putih + ayam katsu geprek + sambal bawang level 1–5	Rp 13.000
6	Katsu Bowl Premium	Nasi +katsu + telur + sambal	Rp 16.000

PERSAINGAN

Analisis Persaingan Usaha

Dalam menjalankan usaha ricebowl, terdapat beberapa persaingan dari usaha makanan cepat saji lainnya, baik dari brand besar maupun UMKM lokal. Persaingan ini menjadi tantangan sekaligus motivasi untuk terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

1. Pesaing Utama

- Beberapa pesaing usaha ricebowl antara lain:
- Usaha ricebowl lokal di sekitar kampus.
- Franchise makanan cepat saji.
- Warung makan dengan harga murah.

2. Kelebihan Pesaing

- Memiliki pelanggan tetap.
- Sudah dikenal masyarakat.
- Tempat usaha strategis.
- Promosi media sosial lebih luas.

3. Kelemahan Pesaing

- Harga beberapa produk relatif mahal.
- Porsi terkadang kecil.
- Pelayanan kurang cepat saat ramai.
- Variasi menu kurang beragam.

Strategi Menghadapi Persaingan

Usaha “KENYANG.BOWL” memiliki beberapa strategi untuk menghadapi persaingan, yaitu:

a. Menjaga Kualitas Rasa

Menggunakan bahan berkualitas dan menjaga cita rasa agar konsumen puas.

b. Harga Terjangkau

Menawarkan harga yang lebih hemat namun tetap dengan porsi mengenyangkan.

c. Inovasi Menu

Menciptakan menu unik dan mengikuti tren makanan kekinian.

d. Pelayanan Ramah dan Cepat

Memberikan pelayanan terbaik agar pelanggan nyaman dan ingin membeli kembali.

e. Promosi Aktif

Melakukan promosi melalui Instagram, TikTok, WhatsApp, dan aplikasi delivery online.

5. Keunggulan Dibanding Pesaing

Harga lebih ekonomis.

Porsi lebih banyak.

Kemasan menarik dan modern.

Banyak pilihan rasa.

Cocok untuk pelajar dan mahasiswa.

Kesimpulan Analisis Persaingan

Persaingan dalam usaha ricebowl cukup tinggi, namun peluang usaha masih sangat besar karena makanan ricebowl banyak diminati masyarakat. Dengan kualitas produk yang baik, pelayanan memuaskan, dan strategi pemasaran yang tepat, usaha “RiceBowl Nusantara” mampu bersaing dan berkembang di pasar kuliner.

BAB II

GAMBARAN PERUSAHAAN

Identitas Usaha

Nama Usaha	Kenyang.Bowl
Tagline	"Enak,Murah,Mengenyangkan”
Bidang Usaha	Kuliner / Food & Beverage
Jenis Produk	Rice Bowl – Nasi Ayam Katsu dengan Variasi Sambal
Target Pasar	Pelajar, mahasiswa, dan Pecinta makanan express
Harga Jual	Rp 12.000 – Rp 16.000 per porsi
Lokasi Usaha	STIE WIDYA WIWAHA
Target Penjualan	5 pcs/varian

VISI MISI

Visi:

“Menjadi brand rice bowl ayam katsu sambal pilihan utama generasi muda Indonesia yang mengutamakan cita rasa autentik, harga terjangkau, dan pengalaman makan yang menyenangkan.”

Visi tersebut menggambarkan tujuan jangka panjang usaha untuk menjadi merek makanan rice bowl ayam katsu sambal yang dikenal luas dan menjadi favorit di kalangan generasi muda Indonesia. Fokus utama usaha ini bukan hanya menjual makanan, tetapi juga menciptakan identitas brand yang kuat, modern, dan dekat dengan selera anak muda.

Makna dari visi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Menjadi brand pilihan utama generasi muda Indonesia

Artinya usaha ingin menjadi produk yang paling diingat dan dipilih oleh konsumen muda, seperti pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda. Generasi muda dipilih karena memiliki gaya hidup yang praktis, menyukai makanan kekinian, aktif di media sosial, serta senang mencoba variasi rasa baru.

Mengutamakan cita rasa autentik

Usaha berkomitmen menghadirkan rasa sambal khas Nusantara yang asli dan khas Indonesia. Keunikan rasa menjadi nilai utama agar produk memiliki ciri khas dibandingkan pesaing. Ayam katsu dipadukan dengan sambal tradisional diharapkan mampu menciptakan perpaduan makanan modern dan lokal yang menarik.

Harga terjangkau

Produk ditujukan agar dapat dinikmati semua kalangan, khususnya anak muda dengan daya beli menengah. Dengan harga yang ekonomis namun tetap berkualitas, usaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Pengalaman makan yang menyenangkan

Tidak hanya fokus pada rasa makanan, tetapi juga pelayanan, kebersihan, tampilan produk, suasana pembelian, hingga kemudahan pemesanan secara online. Konsumen diharapkan merasa puas dan nyaman sehingga ingin membeli kembali serta merekomendasikan kepada orang lain.

Penjelasan Misi

1. Menyajikan nasi ayam katsu berkualitas dengan bahan baku segar dan higienis

Misi ini menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi prioritas utama usaha. Semua bahan baku seperti ayam, nasi, tepung, minyak, dan bumbu harus dipilih dalam kondisi segar dan diproses secara higienis. Hal ini penting untuk menjaga cita rasa, kesehatan konsumen, serta meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk. Dengan kualitas yang baik, usaha dapat mempertahankan kepuasan pelanggan dalam jangka panjang.

2. Menghadirkan berbagai varian sambal khas Nusantara yang autentik dan lezat

Misi ini bertujuan menciptakan keunggulan produk melalui variasi sambal khas daerah Indonesia, misalnya sambal matah, sambal bawang, sambal ijo, sambal terasi, atau sambal geprek. Keberagaman sambal memberikan banyak pilihan rasa kepada pelanggan sehingga konsumen tidak mudah bosan. Selain itu, penggunaan sambal khas Nusantara juga menjadi identitas unik usaha yang membedakannya dari kompetitor.

3. Memberikan pelayanan cepat, ramah, dan konsisten kepada setiap pelanggan

Pelayanan yang baik merupakan faktor penting dalam usaha kuliner. Cepat berarti pesanan disajikan tepat waktu, ramah berarti melayani pelanggan dengan sopan dan baik, sedangkan konsisten berarti kualitas pelayanan dan rasa produk tetap sama setiap saat. Dengan pelayanan yang memuaskan, pelanggan akan merasa dihargai dan memiliki kemungkinan lebih besar untuk membeli kembali.

4. Memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk pemasaran yang efektif

Misi ini menunjukkan bahwa usaha mengikuti perkembangan teknologi dan perilaku konsumen modern. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp dapat digunakan untuk promosi, membangun branding, memberikan informasi produk, hingga berinteraksi langsung dengan pelanggan. Selain itu, platform digital juga membantu meningkatkan jangkauan pasar, menarik pelanggan baru, serta mempermudah proses pemesanan online melalui aplikasi delivery.

5. Berkembang melalui sistem kemitraan/franchise dalam 3 tahun ke depan

Misi ini menggambarkan target pengembangan bisnis jangka panjang. Setelah usaha berjalan stabil dan memiliki sistem operasional yang baik, usaha berencana memperluas cabang melalui sistem franchise atau kemitraan. Dengan cara ini, brand dapat berkembang lebih cepat ke berbagai daerah tanpa harus membuka semua cabang sendiri. Sistem franchise juga membantu meningkatkan popularitas brand dan memperbesar keuntungan usaha.

GAMBARAN SEKILAS PRODUK

Produk yang ditawarkan dalam bisnis ini adalah **rice bowl ayam katsu sambal**, yaitu makanan praktis berupa nasi yang disajikan dalam mangkuk (bowl) dengan topping ayam katsu crispy dan berbagai pilihan sambal khas Nusantara. Produk ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, khususnya generasi muda, yang menginginkan makanan cepat saji namun tetap lezat, mengenyangkan, dan memiliki cita rasa khas Indonesia.

Rice bowl dipilih karena memiliki konsep yang modern, praktis, dan mudah dikonsumsi kapan saja, baik untuk makan siang, makan malam, maupun sebagai makanan saat bekerja atau belajar. Selain itu, penyajian dalam bentuk bowl membuat produk lebih menarik, higienis, dan cocok untuk layanan dine-in maupun delivery online.

Keunggulan utama produk terletak pada perpaduan **ayam katsu ala Jepang** dengan **aneka sambal Nusantara** yang autentik. Ayam katsu dibuat dari daging ayam segar yang dibalut tepung crispy sehingga menghasilkan tekstur renyah di luar dan lembut di dalam. Sambal yang digunakan memiliki berbagai varian rasa, seperti sambal bawang, sambal matah, sambal ijo, sambal geprek, dan sambal terasi, sehingga konsumen dapat memilih tingkat kepedasan sesuai selera.

Selain fokus pada rasa, produk juga mengutamakan kualitas bahan baku dan kebersihan dalam proses produksi. Semua bahan dipilih dalam kondisi segar dan diolah secara higienis untuk menjaga kualitas makanan dan keamanan konsumen. Harga produk dirancang terjangkau agar dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, terutama pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda.

Dalam pengembangannya, bisnis rice bowl ini juga memanfaatkan kemasan yang praktis dan menarik agar mudah dibawa serta cocok dipasarkan melalui platform digital dan aplikasi pemesanan makanan online. Dengan konsep makanan kekinian, harga ekonomis, dan cita rasa khas Indonesia, produk rice bowl ayam katsu sambal diharapkan mampu bersaing di pasar kuliner modern dan menjadi pilihan favorit konsumen.

BAB III

STRATEGI PEMASARAN

TREND DAN PERTUMBUHAN INDUSTRI

Segmentasi

- Demografis: Usia 15–35 tahun, pelajar SMA, mahasiswa, dan pekerja muda
- Geografis: Area sekitar kampus, sekolah, dan perkantoran di Yogyakarta
- Psikografis: Menyukai makanan enak, harga terjangkau, suka mencoba hal baru
- Behavioral: Konsumen aktif media sosial, sering pesan makanan online

Targeting

Target utama adalah mahasiswa dan pelajar berusia 18–25 tahun yang berada di sekitar area kampus/sekolah dengan pengeluaran makan Rp 15.000 – Rp 25.000 per sekali makan.

Positioning

"Rice bowl ayam katsu dengan sentuhan sambal nusantara yang paling beragam, lezat, dan ramah di kantong untuk anak muda”

Strategi Digital Marketing

Instagram & TikTok

- Posting konten minimal 3x seminggu: foto produk, behind the scene, testimoni pelanggan
- Gunakan hashtag populer: #ricebowl

Program Loyalitas

- Diskon grup: beli 5 porsi sekaligus hemat Rp 5.000

BAB IV

ANALISIS PERSAINGAN

Analisis SWOT

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESSES (Kelemahan)
✓ Konsep unik fusion Jepang-Indonesia ✓ Harga sangat kompetitif ✓ Variasi sambal yang beragam (5+ varian) ✓ Proses produksi cepat (<5 menit) ✓ Modal awal relatif rendah	✗ Brand masih baru, belum dikenal luas ✗ Kapasitas produksi terbatas di awal ✗ Tergantung pada fluktuasi harga bahan baku ✗ SDM terbatas (2–3 orang)
OPPORTUNITIES (Peluang)	**THREATS (Ancaman)**
→ Tren makanan fusion semakin populer → Pasar mahasiswa yang besar di Semarang → Pertumbuhan platform delivery online → Potensi ekspansi via franchise → Dukungan pemerintah untuk UMKM	-Kompetitor rice bowl yang sudah mapan - Kenaikan harga bahan baku (ayam, minyak) - Mudah ditiru oleh pesaing baru - Perubahan selera dan tren konsumen

BAB V

RENCANA DESAIN & PENGEMBANGAN

KONSEP DESAIN USAHA

Kenyang Bowl menggunakan konsep desain modern, simpel, dan menarik agar mudah dikenal oleh kalangan mahasiswa, pelajar, dan pekerja. Desain usaha dibuat dengan nuansa kekinian menggunakan warna yang cerah dan kemasan yang praktis.

DESAIN PRODUK

- Menggunakan kemasan bowl yang praktis dan mudah dibawa.
- Logo dibuat sederhana namun menarik agar mudah diingat.
- Penyajian makanan dibuat rapi dan estetik.
- Menggunakan label dan stiker merek pada kemasan

TUJUAN USAHA JANGKA PANJANG

Kenyang Bowl memiliki tujuan untuk menjadi usaha rice bowl yang dikenal luas oleh mahasiswa, pelajar, dan pekerja sebagai makanan yang praktis, mengenyangkan, terjangkau, dan berkualitas.

- Menjadikan Kenyang Bowl sebagai usaha rice bowl yang dikenal luas.
- Meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.
- Menambah variasi menu makanan
- Memperluas penjualan melalui platform digital seperti memposting jualan di akun instagram usaha

STRATEGI PENGEMBANGAN

Untuk mencapai target usaha, Kenyang Bowl menggunakan beberapa strategi pengembangan sebagai berikut:

1. Strategi Produk

- Menjaga kualitas rasa dan kebersihan makanan.
- Menggunakan bahan baku segar setiap hari.
- Menambahkan varian menu baru setiap periode tertentu.
- Menyediakan pilihan level pedas dan topping tambahan.

2. Strategi Harga

- Menetapkan harga yang sesuai dengan daya beli mahasiswa dan pelajar.
- Membuat paket hemat dan promo khusus.
- Memberikan diskon pada momen tertentu.

3. Strategi Promosi

- Aktif mempromosikan produk melalui Instagram dan Tiktok
- Membuat konten video makanan yang menarik.
- Bekerja sama dengan food influencer lokal.

4. Strategi Pelayanan

- Memberikan pelayanan yang cepat dan ramah.
- Menjaga ketepatan waktu pesanan.
- Menyediakan layanan pesan antar.
- Menanggapi kritik dan saran pelanggan dengan baik.

SASARAN DAN JADWAL PENCAPAIAN

Periode	Sasaran Utama	Target
0–6 Bulan	Pengenalan usaha	Mendapatkan pelanggan tetap dan dikenal di lingkungan kampus
6–12 Bulan	Peningkatan penjualan	Menjual minimal 40–50 bowl per hari
Tahun ke-2	Pengembangan pemasaran	Memiliki penjualan stabil melalui online dan offline
Tahun ke-3	Pengembangan produk	Menambah variasi menu dan paket makanan
Tahun ke-4	Ekspansi usaha	Membuka cabang baru atau sistem kemitraan
Tahun ke-5	Penguatan merek	Menjadi salah satu rice bowl favorit di daerah

EVALUASI RESIKO

Risiko	Dampak	Solusi
Harga bahan baku meningkat	Mengurangi keuntungan usaha	Mencari supplier alternatif dan mengatur stok bahan
Persaingan usaha kuliner	Penjualan menurun	Membuat inovasi menu dan meningkatkan kualitas pelayanan
Penurunan minat konsumen	Produk kurang diminati	Mengadakan promo dan melakukan evaluasi menu
Keluhan pelanggan	Menurunkan citra usaha	Memberikan pelayanan cepat dan menerima masukan pelanggan
Kerusakan peralatan	Menghambat operasional	Menyediakan dana perawatan dan cadangan peralatan

Penjualan tidak stabil	Pendapatan tidak menentu	Memaksimalkan pemasaran online dan promo berkala

EXIT PLAN

Exit plan dibuat sebagai langkah antisipasi apabila usaha tidak berjalan sesuai target atau mengalami kerugian dalam jangka waktu tertentu.

Langkah-langkah yang akan dilakukan yaitu:

1. Melakukan evaluasi menyeluruh terhadap pemasaran, operasional, kualitas produk, dan pelayanan.
2. Mengurangi biaya operasional yang tidak terlalu penting untuk menjaga kestabilan keuangan.
3. Mengubah strategi penjualan dengan fokus pada sistem online dan pre-order.
4. Mengurangi jumlah produksi untuk menyesuaikan permintaan pasar.
5. Menjual sebagian aset usaha yang masih memiliki nilai ekonomis.
6. Mengubah konsep usaha menjadi produk makanan lain yang lebih diminati pasar.
7. Menggunakan pengalaman usaha sebagai bahan evaluasi untuk membangun usaha baru yang lebih potensial.

BAB VI

RENCANA OPERASI DAN MANAJEMEN

Rencana Operasi

Rencana operasi dibuat untuk memastikan seluruh kegiatan usaha Kenyang Bowl berjalan secara efektif, teratur, dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik, mulai dari penyediaan bahan baku sampai pada tahap pembuatan produk menjadi produk (makanan siap saji)

A. Lokasi Usaha
   Kenyang Bowl direncanakan beroperasi di area yang dekat dengan kampus, sekolah, dan perkantoran karena lokasi tersebut memiliki target pasar yang sesuai, yaitu mahasiswa, pelajar, dan pekerja. tempat menggunakan dapur rumahan atau kosan, jadi sistem usaha berbasis rumahan karena lebih hemat biaya dan cocok untuk usaha yang masih dalam tahap perkembangan

B. SISTEM OPERASIONAL
   Kegiatan operasional usaha dilakukan setiap hari dengan alur sebagai berikut:

1. Pembelian bahan baku dilakukan setiap pagi.
2. Persiapan bahan makanan dan bumbu.
3. Proses memasak dan penyajian produk.
4. Penjualan dilakukan secara offline dan online.
5. Pencatatan penjualan dan evaluasi harian

1. Kebutuhan yang di perlukan
   - Kebutuhan bahan baku

     Bahan baku utama yang digunakan dalam usaha Kenyang Bowl yaitu: Beras, ayam, sayuran segar, tepung, minyak goreng, saus dan sambal, bumbu dapur, kemasan makanan.

   - Kebutuhan peralatan

     Peralatan yang di gunakan yaitu rice cooker, kompor gas, wajan, panci, meja kerja, peralatan makanan, kemasan bowl, serta peralatan lainnya jika dibutuhkan

Jam operasional dipilih menyesuaikan waktu makan siang dan makan malam agar penjualan lebih maksimal.

Rencana Manajemen

Rencana manajemen dibuat agar usaha dapat berjalan dengan pembagian tugas yang jelas dan terorganisir

A. Struktur Organisasi
    a. Owner/Ketua : Bertugas mengawasi/Mengelola seluruh kegiatan usaha dan pengambilan keputusan serta mengontrol operasonal usaha
    b. Bagian keuangan/Bendahara : Mengatur keuangan dan pencatatan usaha
    c. Bagian produksi : Menyiapkan dan memasak produk
    d. Bagian pemasaran : Mengelola promosi dan media sosial
    e. Bagian pelayanan : Melayani pelanggan dan menerima pesanan

B. Sistem pengelolaan

- Menggunakan pencatatan keuangan harian.
- Melakukan evaluasi penjualan setiap minggu.
- Mengontrol stok bahan baku secara rutin.
- Menjaga kualitas pelayanan dan kebersihan.
- Membuat target penjualan bulanan.

C. Sistem pengawasan

Pengawasan dilakukan secara langsung oleh owner dengan cara:

- Mengecek kualitas makanan setiap hari.
- Memastikan kebersihan area produksi.
- Memantau pelayanan pelanggan.
- Mengevaluasi laporan penjualan dan pengeluaran.
- Menilai efektivitas promosi yang dilakukan.

D. Rencana pengembangan SDM

Dalam jangka panjang, usaha akan melakukan pengembangan sumber daya manusia dengan cara:

- Memberikan pelatihan pelayanan kepada karyawan.
- Meningkatkan kemampuan pemasaran digital.
- Menambah tenaga kerja apabila kapasitas produksi meningkat.
- Membangun kerja sama tim yang baik agar operasional lebih efektif.

BAB VII

ANALISIS RENCANA KEUANGAN

A.SUMBER MODAL & PENGGUNAAN MODAL AWAL

** Tidak ada biaya sewa tempat dan pembelian alat (sudah tersedia)*

Sumber Modal	Jumlah	Keterangan
Modal Sendiri (Pribadi)	Rp500.000	Modal awal operasional
Total Modal	**Rp500.000**	

Rincian Penggunaan Modal:

Kebutuhan	Jumlah	Keterangan
Bahan Baku Awal (5 hari)	Rp235.000	HPP Rp47.000 x 5 hari
Kemasan & Packaging	Rp80.000	Wadah Bowl,Sticker
Bumbu & Minyak Cadangan	Rp120.000	Stok bumbu
Dana Cadangan	Rp85.000	Keperluan tak terduga (GAS,BENSIN)
TOTAL PENGGUNAAN	**Rp500.000**	

Skema menu & harga					
No	**Nama Menu**	**Jumlah/pcs**	**Harga jual**	Estimasi HPP	Estimasi margin
1	Katsu Bowl Original	5 pcs	Rp12.000	Rp7.000	Rp5.000
2	Katsu Bowl Matah	5 pcs	Rp13.000	Rp8.000	Rp5.000
3	Katsu Bowl Terasi	5 pcs	Rp13.000	Rp8.000	Rp5.000
4	Katsu Bowl Saus BBQ	5 pcs	Rp12.000	Rp7.000	Rp5.000
5	Katsu Bowl Geprek	5 pcs	Rp13.000	Rp8.000	Rp5.000
6	Katsu Bowl Premium	5 pcs	Rp16.000	Rp9.000	Rp7.000
	TOTAL AVERAGE	30 pcs	Rp79.000	Rp47.000	Rp32.000

Sumber Modal

No	Sumber Modal	Jumlah (Rp)	Keterangan
1	Modal Sendiri (Pribadi)	Rp500.000	Modal awal operasional

2	Sewa Tempat & Alat Produksi	Rp0	Sudah tersedia (tidak ada biaya)
	TOTAL MODAL	**Rp500.000**	

1. Proyeksi Pendapatan (1 Minggu)

Pendapatan per hari = Rp395.000
Penjualan selama 7 hari.

Perhitungan:

$$395.000 \times 7 = 2.765.000$$

Keterangan	Jumlah
Pendapatan 1 hari	Rp395.000
Pendapatan 1 minggu	Rp2.765.000

2. Proyeksi Aliran Kas (1 Minggu)

Kas Masuk

Kas Masuk	Jumlah
Penjualan	Rp2.765.000

Kas Keluar

Pengeluaran	Jumlah
Bahan baku	Rp1.800.000
Kemasan & operasional	Rp500.000
Total Pengeluaran	Rp2.300.000

Laba Bersih

Perhitungan:

$$2.765.000 - 2.300.000 = 465.000$$

Keterangan	Jumlah
Laba Bersih	Rp465.000

3. Sumber Modal dan Penggunaan

Sumber Modal

Sumber Modal	Jumlah
Modal pribadi	Rp500.000
Total Modal	Rp500.000

Penggunaan Modal

Penggunaan	Jumlah
Bahan baku awal	Rp300.000
Kemasan	Rp100.000
Operasional	Rp100.000
Total	Rp500.000

4. Analisis Break Even Point (BEP)

Keuntungan per porsi rata-rata = Rp5.000

Biaya tetap sederhana = Rp500.000

Rumus:

$$500.000 \div 5.000 = 100$$

Hasil

BEP = 100 porsi

Artinya usaha akan balik modal jika berhasil menjual sekitar **100 porsi**.