

LAPORAN AKHIR BISNIS

CIRENGINAJA.IDN



Disusun Oleh:

Syifa Aulia

21211014

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

CIRENGINAJA.IDN



Laporan Akhir Bisnis

Laporan akhir bisnis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan jenjang Sarjana Terapan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Syifa Aulia

21211014

Program Studi Bisnis Digital Sarjana Terapan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2025

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa laporan akhir bisnis ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 03 JULI 2025



Penulis
Syifa Aulia

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR BISNIS

CIRENGINAJA.IDN



Disusun Oleh:

Syifa Aulia

21211014

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
Pada tanggal :...3...24...2025





بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan hasil rapat Panitia Ujian magang pada tanggal : 31 Januari 2025 memutuskan bahwa:

UJIAN MAGANG

Dilaksanakan oleh : **Syifa Aulia**

Nomor Mahasiswa : **21211014**

Program Studi : **Bisnis Digital**

Tempat Magang :

Telah diujikan didepan Tim Penguji dan dinyatakan :

*) LULUS/~~TIDAK LULUS~~

Dengan Nilai: **A**

Apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diadakan pembetulan dan perbaikan sebagaimana mestinya.

Dosen Pembimbing

Arief Darmawan, S.E., M.M.

Mengetahui

Universitas Islam Indonesia – Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Ketua Prodi D4 Bisnis Digital

Arief Darmawan, S.E., M.M.

Catatan:

*) Coret yang tidak diperlukan



BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

Bismillahirrahmannirrahim,

Pada Semester Genap 2024/2025, hari Jumat, 11 Juli 2025, Program Studi Bisnis Digital Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian **Tugas Akhir** yang disusun oleh :

Nama : Syifa Aulia
NIM : 21211014
Judul : Tugas Akhir Proyek Bisnis Cirenginaja.idn
Dosen Pembimbing : Arief Darmawan, S.E., M.M.

Berdasarkan hasil rapat Panitia Ujian, maka mahasiswa tersebut dinyatakan:

LULUS / ~~TIDAK LULUS~~

Nilai : **A**

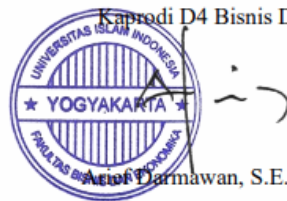
Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diadakan pembetulan dan perbaikan sebagaimana mestinya.

Dosen Penguji

Arief Darmawan, S.E., M.M.

Sukardi, S.E., M.Si.

Mengetahui
Universitas Islam Indonesia – Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Kaprod D4 Bisnis Digital



Arief Darmawan, S.E., M.M.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir proyek bisnis ini yang berjudul "Cirenginaja.idn". Tanpa bimbingan dan petunjuk-Nya, penulis tidak akan mampu menyelesaikan karya ini. Tujuan utama penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan serta memberikan kontribusi pemikiran dalam bidang kewirausahaan. Penulis berharap karya ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Tugas akhir ini memuat analisis dan pembahasan mengenai proyek bisnis Cirenginaja.idn yang telah beroperasi selama 1 tahun 1 bulan. Penulis menjelaskan berbagai aspek, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi yang dilakukan dalam menjalankan bisnis ini. Diharapkan tulisan ini dapat memberikan wawasan baru dan solusi terhadap tantangan yang dihadapi dalam dunia usaha. Harapan penulis, semoga hasil penulisan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi pembaca serta menjadi sumbangsih yang berarti dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang kewirausahaan. Semoga karya ini dapat diterima dengan baik dan memberikan kontribusi positif di dunia bisnis.

Dengan hati yang tulus, penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Arief Darmawan, S.E, M.M., Ketua Program Studi Bisnis Digital sekaligus Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, ilmu, dan arahan yang sangat berharga.
2. Seluruh dosen Program Studi Bisnis Digital Sarjana Terapan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, yang telah memberikan ilmu selama penulis menyelesaikan masa studi.
3. Kepada superhero dan cinta pertama di hidup penulis, Bapak Sahudi. Seorang ayah yang sangat luar biasa. Beliau memang tidak memiliki gelar sarjana tetapi dapat mengusahakan anak-anaknya hingga memiliki gelar sarjana. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas usaha, motivasi, nasehat, serta kasih sayang yang tiada tara kepada penulis sebagai putrinya.
4. Kepada ibunda tercinta, Ibu Siti Muhibah perempuan hebat yang sudah membesarkan dan mendidik anak-anaknya. Terima kasih atas doa yang luar biasa, motivasi, nasehat, dan kasih sayang yang tiada ujungnya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang sederhana ini, semoga mama diberikan umur panjang, rezeki, kesehatan selalu. Mungkin ucapan terima kasih tidaklah cukup untuk mengungkapkan segala cinta yang ada untuk mama.
5. Firda Dwi Meilia selaku kakak penulis yang telah memberikan motivasi dan dorongan dalam menyelesaikan masa studi penulis. Disaat penulis ingin menyerah dalam menghadapi tantangan kehidupan, beliau selalu berusaha serta meyakinkan penulis untuk terus berjuang dan bertahan

6. Kepada adik laki-laki penulis, Qaisar Alifiandra. Sosok anak kecil yang berusaha dewasa di usianya saat ini. Penulis ucapkan terima kasih atas cerita-cerita yang dapat memotivasi penulis untuk terus mengerjakan tugas akhir dengan tepat waktu. Cerita menabung untuk membeli sebuah tiket kereta api agar dapat melihat penulis wisuda, cerita tersebut telah memotivasi penulis agar terus berjuang dan mencoba menyelesaikan masa studinya.
7. Kepada teman-teman tercinta yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih sudah menemani penulis dari awal hingga akhir masa studi, mendengarkan keluh kesah penulis yang tiada akhirnya, dan menjadi keluarga selama penulis menyelesaikan masa studi.
8. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri Syifa Aulia. Terima kasih sudah mampu bertahan dan menyelesaikan semua ini. Selalu mengingat bahwa Allah tidak mungkin membawa sejauh ini hanya untuk gagal. Teruslah berjuang karena hari kemarin sudah berlalu, hari ini belum selesai, dan hari esok tidak ada yang tahu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proyek akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai kritik dan saran konstruktif dari pembaca untuk perbaikan kedepannya. Akhir kata, penulis berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa memberkati dan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu dan berpartisipasi, sehingga proyek akhir ini dapat memberikan manfaat di masa yang akan datang, baik dalam bidang bisnis digital maupun untuk masyarakat secara keseluruhan.

Yogyakarta, 15 Juni 2025

Syifa Aulia

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Program	2
1.4 Manfaat.....	2
1.5 Analisa SWOT.....	2
1.5.1 Strength (Kekuatan).....	2
1.5.2 Weakness (Kelemahan)	3
1.5.3 Opportunity (Peluang)	3
1.5.4 Threat (Ancaman).....	3
BAB II	4
DESKRIPSI BISNIS	4
2.1 Profil Bisnis Cirenginaja.idn	4
2.1.3 Profil Usaha	6
2.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan	6
2.1.3 Gambaran Usaha.....	7
2.2 Model Bisnis (Business Model)	8
2.2.1 Customer Segments	8
2.2.2 Value Proposition	8
2.2.3 Channels	9

2.2.4	Customer Relationships	9
2.2.5	Revenue Streams	10
2.2.6	Key Resources	10
2.2.7	Key Activities	10
2.2.8	Key Partnerships.....	10
2.2.9	Cost Structure	11
2.3	Aspek Operasi/Produksi	5
2.3.1	Rencana Desain Produk.....	5
2.3.2	Layout.....	6
2.3.3	Rancangan Kualitas	6
2.3.4	Pemilihan Lokasi	7
2.3.5	Proses Produksi.....	7
2.3.6	Tenaga Produksi	12
2.3.7	Bahan dan Peralatan	13
2.4	Aspek Pasar dan Pemasaran	13
2.4.1	Analisis Peluang Bisnis	13
2.4.2	Analisa Penawaran	14
2.4.3	Analisa Pesaing.....	15
2.4.4	Segmenting, Targeting, dan Positioning.....	16
2.4.5	Strategi Pemasaran Terhadap Pesaing	17
2.4.6	Strategi Branding	19
2.4.7	Layanan Pelanggan.....	20
2.5	Aspek Organisasi dan SDM	20
2.5.1	Struktur Organisasi	20
2.5.2	Penentuan Jumlah Tenaga Kerja yang Dibutuhkan.....	21
2.5.3	Deskripsi Pekerjaan	22
2.5.4	Kualifikasi Pekerjaan.....	22
2.5.5	Sistem Perekrutan	23
2.5.6	Sistem Penilaian Kinerja	23
2.5.7	Sistem Kompensasi.....	24
2.5.8	Perizinan	24
2.6	Aspek Keuangan.....	25
2.6.1	Biaya Tetap.....	25
2.6.2	Biaya Variabel	26
2.6.3	Harga Pokok Produksi (HPP).....	26
2.6.4	Harga Per Unit	29
2.6.5	Gaji Karyawan	30
2.6.6	Kebutuhan Modal	30
2.6.7	R/C Ratio	30

2.6.8	Analisis Pendapatan.....	30
2.6.9	Pengembalian Modal	31
2.6.11	Neraca Awal	31
2.6.12	Laporan Arus Kas.....	32
2.7	Aspek Teknologi Digital	32
2.7.1	Alat	32
2.7.2	Aplikasi Pendukung.....	33
BAB III.....		42
LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS		42
3.1	Profil Bisnis	42
3.2	Tinjauan Aspek Operasional	43
3.2.1	Penggunaan Bahan Baku	43
3.2.2	Proses Produksi.....	45
3.2.3	Produk yang dihasilkan	70
3.3	Tinjauan Aspek Pemasaran	74
3.3.1	Segmentasi Pasar	74
3.3.2	Strategi Promosi	77
3.3.3	Saluran Distribusi	81
3.3.4	Harga	82
3.3.5	Kepuasan Pelanggan.....	85
3.4	Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia	88
3.4.1	Struktur Organisasi	88
3.4.2	Jumlah Tenaga Kerja	88
3.4.3	Deskripsi Pekerjaan	89
3.4.4	Kualifikasi Pekerjaan.....	89
3.4.5	Sistem Perekrutan	90
3.4.6	Sistem Penilaian Kinerja	90
3.4.7	Sistem Kompensasi.....	90
3.5	Tinjauan Aspek Keuangan.....	91
3.5.1	Pembelanjaan Investasi Barang Modal.....	91
3.5.2	Perhitungan Biaya yang Dikeluarkan	91
3.5.3	Pendapatan.....	96
3.5.4	Laba Rugi	98
3.5.5	Arus Kas	99
3.6	Tinjauan Aspek Teknologi	100
3.6.1	Alat	100

3.6.2	Aplikasi Pendukung.....	100
BAB IV	110
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH	110
4.1	Identifikasi Masalah	110
4.2	Pemecahan Masalah	111
□	Pemecahan Masalah di Bidang Operasional/Produksi	111
□	Pemecahan Masalah di Bidang Pemasaran	111
□	Pemecahan Masalah di Bidang Sumber Daya Manusia	111
□	Pemecahan Masalah di Bidang Keuangan.....	112
□	Pemecahan Masalah di Bidang Teknologi	112
BAB V	114
KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT	114
5.1	Kesimpulan.....	114
5.2	Tindak Lanjut	115
DAFTAR PUSTAKA	117
DAFTAR LAMPIRAN	118

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Bahan Dan Peralatan	13
Tabel 2. 2 Biaya Mesin Dan Peralatan	25
Tabel 2. 3 Biaya Tetap.....	25
Tabel 2. 4 Biaya Variabel	26
Tabel 2. 5 Cireng Isi Varian Pizza.....	26
Tabel 2. 6 Hpp Cireng Isi Varian Seblak Ayam.....	27
Tabel 2. 7 Hpp Cireng Isi Varian Ayam Cabe Ijo	27
Tabel 2. 8 Hpp Cireng Isi Varian Rendang Ayam	28
Tabel 2. 9 Hpp Keripik Cireng	28
Tabel 2. 10 Harga Jual.....	29
Tabel 2. 11 Harga Jual Tokopedia.....	29
Tabel 2. 12 Harga Jual Shopee	29
Tabel 2. 13 Harga Jual Gojek	29
Tabel 2. 14 Gaji	30
Tabel 2. 15 Kebutuhan Modal	30
Tabel 2. 16 Pendapatan Perbulan	30
Tabel 2. 17 Proyeksi Laba Rugi	31
Tabel 2. 18 Neraca Awal	31
Tabel 2. 19 Proyeksi Arus Kas	32
Tabel 3. 1 Supplier 1.....	43
Tabel 3. 2 Supplier 2.....	44
Tabel 3. 3 Peralatan Produksi	46
Tabel 3. 4 Proses Produksi Adonan Kulit Cireng.....	47
Tabel 3. 5 Proses Produksi Isian Cireng Varian Pizza	48
Tabel 3. 6 Proses Produksi Isian Cireng Varian Seblak Ayam	49
Tabel 3. 7 Proses Produksi Isian Cireng Varian Ayam Cabe Ijo	50
Tabel 3. 8 Proses Produksi Isian Cireng Varian Rendang Ayam	52
Tabel 3. 9 Cetak Cireng	53
Tabel 3. 10 Pengemasan Cireng Isi Matang	53
Tabel 3. 11 Pengemasan Cireng Isi Frozen	54
Tabel 3. 12 Proses Produksi Keripik Cireng	55
Tabel 3. 13 Proses Produksi Bakso Aci.....	58
Tabel 3. 14 Proses Produksi Kuah Original	60
Tabel 3. 15 Proses Produksi Kuah Keju	61
Tabel 3. 16 Proses Produksi Chili Oil	61
Tabel 3. 17 Proses Produksi Cireng Kuah.....	62
Tabel 3. 18 Proses Produksi Boba	65
Tabel 3. 19 Proses Produksi Minuman Boba	66

Tabel 3. 20 Proses Produksi Basreng Bojot	67
Tabel 3. 21 Timeline Produksi Cireng Isi Frozen Dan Keripik Cireng.....	68
Tabel 3. 22 Timeline Produksi Menu Baru	69
Tabel 3. 23 Harga Produk.....	82
Tabel 3. 24 Harga Jual Tokopedia	83
Tabel 3. 25 Harga Jual Shopee	83
Tabel 3. 26 Harga Jual Gojek	84
Tabel 3. 27 Harga Jual Shopee Food.....	85
Tabel 3. 28 Investasi Peralatan	91
Tabel 3. 29 Food Cost Cireng Kemasan Frozen.....	92
Tabel 3. 30 Food Cost Cireng Isi Siap Santap.....	92
Tabel 3. 31 Food Cost Keripik Cireng	92
Tabel 3. 32 Food Cost Bakso Aci.....	92
Tabel 3. 33 Food Cost Cireng Kuah	93
Tabel 3. 34 Food Cost Minuman Boba.....	93
Tabel 3. 35 Food Cost Basreng Bojot.....	93
Tabel 3. 36 Gaji	93
Tabel 3. 37 Biaya Tetap Periode Maret – Agustus 2024.....	94
Tabel 3. 38 Biaya Tetap Periode September 2024 – April 2025	94
Tabel 3. 39 Pendapatan Penjualan Periode Maret - Agustus 2024.....	96
Tabel 3. 40 Pendapatan Penjualan Periode September 2024 - April 2025.....	97
Tabel 3. 41 Laporan Laba Rugi Periode Maret - Agustus 2024.....	98
Tabel 3. 42 Laporan Laba Rugi Periode September 2024 - April 2025	99
Tabel 3. 43 Laporan Arus Kas Periode Maret – Agustus 2024.....	99
Tabel 3. 44 Laporan Arus Kas Periode September 2024 – April 2025	100
Tabel 3. 45 Proses Penggunaan Aplikasi Post.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Usaha	4
Gambar 2. 2 Kemasan Cireng Isi.....	5
Gambar 2. 3 Kemasan Keripik Cireng	5
Gambar 2. 4 Layout	6
Gambar 2. 5 Struktur Organisasi	20
Gambar 3. 1 Layout	45
Gambar 3. 2 Packaging Cireng Isi Frozen.....	71
Gambar 3. 3 Packaging Keripik Cireng.....	71
Gambar 3. 4 Packaging Paper Bowl.....	72
Gambar 3. 5 Packaging Paper Bag	72
Gambar 3. 6 Packaging Cup Plastik	73
Gambar 3. 7 Logo Cirenginaja.Idn.....	74
Gambar 3. 8 Hasil Kuesioner Umur Responden	75
Gambar 3. 9 Hasil Kuesioner Jenis Kelamin Responden	76
Gambar 3. 10 Hasil Kuesioner Tingkat Pendidikan Responden	76
Gambar 3. 11 Hasil Kuesioner Responden Mengenai Tempat Tinggal	77
Gambar 3. 12 Instagram Ads Dan Tiktok Ads	78
Gambar 3. 13 Promo Shopee Food.....	79
Gambar 3. 14 Promo Go food	79
Gambar 3. 15 Promo Go food	80
Gambar 3. 16 Promo Gopay Merchant.....	80
Gambar 3. 17 Hasil Kuesioner Frekuensi Pembelian Di Cirenginaja.Idn.....	86
Gambar 3. 18 Hasil Kuesioner Kepuasan Kualitas Produk Cirenginaja.Idn.....	86
Gambar 3. 19 Hasil Kuesioner Kepuasan Rasa Produk Cirenginaja.Idn	86
Gambar 3. 20 Hasil Kuesioner Kepuasan Layanan Pelanggan	87
Gambar 3. 21 Hasil Kuesioner Penilaian Harga Dengan Kualitas Produk	87
Gambar 3. 22 Hasil Kuesioner Kemungkinan Pelanggan Untuk Merekomendasikan... 87	
Gambar 3. 23 Struktur Organisasi	88
Gambar 3. 24 Akun Instagram	100
Gambar 3. 25 Reels Instagram	100
Gambar 3. 26 Akun Tiktok.....	101
Gambar 3. 27 Analisis Akun Tiktok.....	101
Gambar 3. 28 Aplikasi Whatsapp Business.....	102
Gambar 3. 29 Google Maps.....	103
Gambar 3. 30 Tokopedia Seller Center	103
Gambar 3. 31 Akun Shopee.....	104
Gambar 3. 32 Aplikasi Shopee Partner	105
Gambar 3. 33 Aplikasi Gobiz	105

Gambar 3. 34 Qris	107
Gambar 3. 35 Tampilan Aplikasi Gopay Merchant	107
Gambar 3. 36 Web Design Canva	108
Gambar 3. 37 Aplikasi Capcut	109

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal dengan kekayaan kulinernya yang mencerminkan beragam budaya dan tradisi di setiap daerah. Salah satu cemilan yang sangat digemari adalah cireng, singkatan dari "aci goreng," yang terbuat dari tepung tapioka dan memiliki cita rasa yang khas. Kebiasaan masyarakat Indonesia yang senang menikmati cemilan, baik sebagai makanan ringan sehari-hari maupun saat berkumpul dengan keluarga dan teman, menciptakan peluang bisnis yang menarik dalam sektor makanan ringan.

Orang Indonesia ternyata lebih menyukai makanan ringan dibandingkan makanan berat. Hal ini berdasarkan laporan survei *The State of Snacking* oleh Mondelez International, yang merupakan industri makanan ringan global. Rata-rata, orang Indonesia mengonsumsi makanan ringan tiga kali sehari dan makanan berat 2,5 kali sehari. Sebanyak 75% responden menyatakan bahwa makanan ringan lebih praktis untuk dinikmati di luar aktivitas sehari-hari (Mondest.id, 2022). Seiring meningkatnya minat terhadap makanan ringan, konsumen semakin mencari inovasi dalam produk yang tersedia. Cirenginaja.idn hadir untuk memenuhi kebutuhan ini dengan menyediakan berbagai varian cireng isi khas Nusantara yang lezat dan berkualitas. Melalui produk seperti keripik cireng dan cireng isi frozen. Cirenginaja.idn tidak hanya menyajikan cita rasa tradisional, tetapi juga menawarkan inovasi menarik bagi generasi muda yang menginginkan kemudahan dalam penyajian.

Saat ini, masyarakat lebih mengutamakan kualitas dan kepraktisan dalam memilih makanan, sehingga Cirenginaja.idn hadir dengan solusi ideal melalui produk siap saji yang lezat dan berkualitas. Dengan memanfaatkan bahan baku lokal yang segar, Cirenginaja.idn tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi lokal serta mendukung petani dan produsen di sekitarnya. Sebagai bagian dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Cirenginaja.idn berkomitmen untuk memberikan dampak positif bagi komunitas dan memperkuat perekonomian lokal. Di era digital, penggunaan teknologi untuk pemasaran menjadi sangat penting. Cirenginaja.idn akan memanfaatkan platform media sosial dan sistem pemesanan *online* untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Dengan strategi pemasaran yang efektif, termasuk penawaran diskon dan promosi, Cirenginaja.idn mampu menarik perhatian pelanggan dan membangun loyalitas.

Dengan harga yang kompetitif dan kualitas yang terjamin, Cirenginaja.idn bertekad untuk menjangkau berbagai segmen pasar, sehingga semua kalangan dapat menikmati lezatnya cireng. Dengan pemahaman yang mendalam tentang kebiasaan konsumsi masyarakat, Cirenginaja.idn percaya bahwa usaha ini akan berhasil dan menjadi pilihan utama bagi para pecinta cemilan di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana mengembangkan platform penjualan *online* yaitu *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pemasaran produk *cirenginaja.idn*?
2. Bagaimana menyusun strategi bisnis yang komprehensif agar usaha *cirenginaja.idn* dapat berjalan secara berkelanjutan dan meningkatkan profitabilitas?
3. Bagaimana memanfaatkan media sosial dan konten digital untuk membangun *brand awareness*, mengkomunikasikan nilai produk, dan terlibat secara aktif dengan konsumen target?

1.3 Tujuan Program

1. Mengoptimalkan potensi pasar yang besar untuk usaha *cirenginaja.idn* di wilayah kecamatan kalanganyar melalui strategi pemasaran dan distribusi yang efektif, termasuk dengan pemanfaatan teknologi dan platform digital.
2. Menyusun strategi bisnis yang komprehensif, termasuk pemanfaatan teknologi dan platform digital, untuk memastikan keberlanjutan usaha dan peningkatan profitabilitas dalam jangka panjang.
3. Membangun *brand awareness* usaha *cirenginaja.idn* di kalangan konsumen target, mengkomunikasikan nilai, keunggulan, dan diferensiasi produk secara efektif, serta terlibat secara aktif dengan konsumen melalui interaksi di media sosial.

1.4 Manfaat

1. Melestarikan warisan kuliner tradisional
2. Mendorong jiwa kewirausahaan dan inovasi
3. Meningkatkan ketahanan pangan lokal

1.5 Analisa SWOT

1.5.1 *Strength* (Kekuatan)

Cirenginaja.idn memiliki sejumlah kekuatan yang membuatnya berbeda di pasar makanan ringan. Salah satunya adalah inovasi yang menggabungkan cita rasa nusantara dan modern dalam isian *cireng*, seperti varian ayam rendang, seblak ayam, ayam cabe ijo, dan pizza. Produk yang ditawarkan menggunakan bahan baku lokal yang segar, sehingga tidak hanya menjamin kualitas dan cita rasa yang tinggi, tetapi juga berkontribusi pada perekonomian lokal. Selain itu, *Cirenginaja.idn* menawarkan berbagai variasi produk, termasuk *cireng* isi dan keripik *cireng* dengan berbagai rasa. Keberagaman ini memungkinkan *Cirenginaja.idn* untuk menjangkau berbagai selera konsumen. Daya tahan produk yang baik, terutama untuk varian *frozen* memberikan kenyamanan bagi konsumen karena mereka dapat menyimpan produk tersebut untuk dinikmati kapan saja.

1.5.2 Weakness (Kelemahan)

Meski memiliki banyak keunggulan, Cirenginaja.idn juga menghadapi beberapa kelemahan. Salah satu masalah yang dihadapi adalah minimnya teknologi, terutama dalam penggunaan mesin yang dapat mendukung kegiatan operasional. Hal ini menyebabkan biaya operasional menjadi lebih tinggi, karena proses produksi berlangsung lambat dan kurang efisien. Sebagai merek baru, Cirenginaja.idn membutuhkan waktu untuk membangun reputasi dan kepercayaan di pasar yang telah dipenuhi oleh banyak pesaing. Kualitas produk sangat bergantung pada ketersediaan bahan baku berkualitas tinggi, sehingga kekurangan dalam pengadaan bahan baku dapat mempengaruhi konsistensi produk. Di sisi lain, pesaing telah mengadopsi mesin dan teknologi terbaru, yang memungkinkan mereka untuk menurunkan biaya operasional dengan signifikan. Akibatnya, pesaing dapat menawarkan produk dengan harga yang lebih rendah, membuat Cirenginaja.idn kesulitan bersaing dan mempertahankan pangsa pasar.

1.5.3 Opportunity (Peluang)

Ada banyak peluang yang bisa dimanfaatkan oleh Cirenginaja.idn untuk tumbuh dan berkembang. Pertama, pertumbuhan pasar makanan ringan di Indonesia menunjukkan potensi besar, terutama di kalangan generasi muda yang lebih suka menikmati cemilan. Selain itu, pemanfaatan pemasaran digital melalui media sosial dan platform *e-commerce* dapat membantu menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan. Dengan meningkatnya minat terhadap produk lokal, Cirenginaja.idn dapat memanfaatkan trend ini untuk menarik lebih banyak pelanggan.

1.5.4 Threat (Ancaman)

Cirenginaja.idn perlu waspada terhadap beberapa ancaman yang dapat mempengaruhi keberhasilannya. Persaingan yang ketat di industri makanan ringan dapat mempengaruhi pangsa pasar dan profitabilitas, terutama jika pesaing menawarkan produk serupa dengan harga lebih rendah. Selain itu, perubahan selera konsumen yang cepat dapat berdampak pada permintaan produk, sehingga penting untuk terus berinovasi. Fluktuasi harga bahan baku juga menjadi risiko yang perlu diperhatikan, karena kenaikan harga dapat mempengaruhi biaya produksi dan margin keuntungan. Terakhir, perubahan regulasi pemerintah terkait industri makanan, seperti standar keamanan pangan dan labelisasi, dapat berdampak pada operasional bisnis, sehingga Cirenginaja.idn perlu selalu mengikuti perkembangan kebijakan dan beradaptasi dengan cepat.

BAB II DESKRIPSI BISNIS

2.1 Profil Bisnis Cirenginaja.idn



Gambar 2. 1 Logo Usaha

Cirenginaja.idn adalah sebuah usaha kuliner yang berlokasi di Jl. Maulana Yusuf No.1, Lebak, Banten, Indonesia. Nama “Cirenginaja.idn” dipilih karena berbagai alasan yang mencerminkan identitas dan nilai dari usaha ini. Pertama, "Cireng" secara langsung merujuk pada produk utama yang ditawarkan, yaitu cireng, sehingga memudahkan konsumen untuk dengan cepat mengenali jenis makanan yang dijual. Selain itu, penggunaan kata "aja" memberikan sentuhan lokal yang kuat, menegaskan bahwa produk ini merupakan bagian dari budaya kuliner Indonesia, khususnya dari daerah Sunda. Penambahan ".idn" menunjukkan fokus usaha ini pada pasar Indonesia dan komitmen untuk memanfaatkan platform digital dalam menjangkau konsumen, mencerminkan visi untuk mengintegrasikan teknologi dalam pemasaran dan penjualan. Nama ini juga memiliki keunggulan karena singkat, unik, dan mudah diingat, yang penting untuk membangun kesadaran merek dan menarik perhatian konsumen. Selain itu, nama ini memiliki daya tarik emosional, mengingatkan orang pada cemilan tradisional yang mungkin telah mereka nikmati sejak kecil, menciptakan rasa nostalgia. Dengan memilih nama Cirenginaja.idn, usaha ini tidak hanya ingin dikenal sebagai penyedia cemilan, tetapi juga sebagai pelopor inovasi dalam produk makanan tradisional yang dapat dinikmati oleh semua kalangan.

Produk utama yang ditawarkan meliputi keripik cireng dengan berbagai rasa, seperti BBQ, rumput laut, keju, dan pedas, serta cireng isi dalam bentuk frozen dan matang dengan pilihan rasa seperti seblak ayam, ayam cabe ijo, ayam rendang, dan pizza. Target pasar Cirenginaja.idn mencakup penggemar makanan ringan, keluarga yang mencari cemilan berkualitas, serta generasi muda yang menginginkan kemudahan dalam penyajian makanan. Keunggulan kompetitif perusahaan terletak pada kualitas produk yang menggunakan bahan baku segar, berbagai pilihan rasa, inovasi yang berkelanjutan, serta dukungan terhadap ekonomi lokal melalui pemberdayaan petani dan produsen setempat.

Segmentasi pasar Cirenginaja.idn mencakup beberapa segmen utama. Pertama, dari segi demografi, fokus utama perusahaan adalah remaja dan dewasa muda berusia 15-35 tahun, termasuk pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda yang mencari cemilan praktis. Kedua, dalam segmentasi psikografi, Cirenginaja.idn menargetkan para pecinta kuliner, pengguna media sosial, anggota komunitas sosial, dan mereka yang mencari pengalaman baru, yang menghargai inovasi dalam makanan. Selain itu, perusahaan juga memperhatikan keluarga dari kelas menengah ke atas yang mencari cemilan berkualitas. Dalam hal tingkah laku, Cirenginaja.idn menyasar konsumen yang secara rutin mencari cemilan untuk aktivitas sehari-hari, baik untuk konsumsi pribadi maupun saat berkumpul, serta yang aktif di media sosial dan terbuka terhadap berbagai penawaran. Dengan pemahaman terhadap berbagai segmen ini, Cirenginaja.idn dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan.

Dalam menghadapi persaingan, Cirenginaja.idn beroperasi dalam pasar makanan yang kompetitif. Kekuatan pesaing mencakup reputasi merek yang sudah dikenal, jaringan distribusi yang luas, serta variasi menu yang lebih banyak. Namun, ada kelemahan seperti kurangnya inovasi dan pelayanan pelanggan yang tidak memuaskan yang bisa dimanfaatkan oleh Cirenginaja.idn. Untuk bersaing secara efektif, beberapa strategi dapat diterapkan. Pertama, fokus pada kualitas produk dengan menggunakan bahan baku lokal yang segar dan berkualitas, sehingga cita rasa dan konsistensi produk terjaga. Kedua, inovasi produk menjadi kunci; menawarkan varian rasa yang unik dan menarik, serta memperkenalkan produk baru sesuai dengan trend pasar, dapat menarik perhatian konsumen.

Keunggulan Cirenginaja.idn terletak pada inovasi produk, dengan menawarkan variasi cireng isi dan keripik cireng yang tidak biasa, serta menjaga kualitas dan kebersihan dalam proses produksi. Desain kemasan yang menarik meningkatkan daya tarik produk di pasar. Pembangunan merek yang solid melalui pemasaran kreatif dan interaksi dengan konsumen membantu meningkatkan loyalitas dan pengenalan merek.

Cirenginaja.idn akan mengadopsi teknologi digital dalam operasionalnya, termasuk membangun platform *e-commerce* untuk pemesanan *online*, memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk kampanye pemasaran yang interaktif, serta menerapkan sistem manajemen inventaris untuk mengelola stok produk dengan lebih efisien. Dengan pendekatan ini, Cirenginaja.idn berpotensi memperkuat posisinya di pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

2.1.3 Profil Usaha

Nama Usaha	: Cirenginaja.idn
Pemilik	: Syifa Aulia
Bidang Usaha	: Makanan
Alamat	: Jl. Maulana Yusuf No.1, Lebak, Banten
Nomor Telepon	: 082220363685
Akun Media Sosial	: @cirenginaja.idn

2.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan

- **Visi**

"Menjadi merek cireng yang terdepan, dikenal karena inovasi, kualitas, dan komitmen terhadap keberlanjutan, serta menjadi pilihan utama bagi konsumen yang ingin menikmati cemilan praktis dan lezat."

- **Misi**

1. Menghasilkan cireng dengan bahan berkualitas tinggi dan tanpa pengawet untuk memberikan pengalaman rasa terbaik kepada pelanggan.
2. Selalu berinovasi dalam variasi rasa dan produk, mengikuti trend serta preferensi konsumen.
3. Memberikan layanan pelanggan yang cepat dan memuaskan melalui berbagai saluran.

- **Tujuan**

1. Menjamin bahwa setiap cireng yang diproduksi menggunakan bahan berkualitas tinggi dan tanpa pengawet, sehingga memberikan pengalaman rasa yang unggul bagi pelanggan.
2. Menghasilkan setidaknya tiga varian produk baru setiap tahun, yang disesuaikan dengan trend dan preferensi konsumen, untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berubah.
3. Mencapai kepuasan pelanggan di atas 90% dengan memberikan layanan pelanggan yang cepat dan efisien melalui berbagai saluran, termasuk media sosial dan platform e-commerce.

2.1.3 Gambaran Usaha

Cirenginaja.idn adalah sebuah usaha yang memfokuskan diri pada produksi dan penjualan makanan ringan, khususnya cireng, cemilan khas Indonesia yang terbuat dari tepung tapioka dengan berbagai isian. Didirikan dengan tujuan untuk mengangkat dan menginovasi kuliner tradisional, Cirenginaja.idn menawarkan variasi cireng yang tidak hanya enak tetapi juga menarik bagi berbagai kalangan konsumen. Produk yang tersedia mencakup cireng isi dengan berbagai rasa, seperti seblak ayam, ayam cabe ijo, pizza, dan rasa unik lainnya, serta keripik cireng yang renyah.

Usaha ini berkomitmen untuk menggunakan bahan baku lokal yang segar dan berkualitas tinggi, sehingga menjamin cita rasa yang autentik sekaligus mendukung perekonomian lokal. Proses produksi dilakukan dengan standar ketat untuk memastikan kualitas setiap produk. Setiap tahap, mulai dari pemilihan bahan hingga pengemasan, diawasi secara cermat untuk memenuhi ekspektasi konsumen.

Inovasi menjadi aspek penting dalam pengembangan produk Cirenginaja.idn. Selain menyediakan berbagai rasa, usaha ini terus berupaya menghadirkan produk baru yang sesuai dengan trend pasar. Misalnya, pengembangan cireng dengan isian yang unik dan kreatif, seperti kombinasi rasa internasional yang dapat menarik minat konsumen muda yang ingin mencoba pengalaman kuliner baru. Dengan demikian, Cirenginaja.idn tidak hanya menawarkan cemilan, tetapi juga pengalaman kuliner yang berbeda.

Dalam aspek pemasaran, Cirenginaja.idn memanfaatkan digitalisasi dan pemasaran *online* untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Melalui media sosial dan platform *e-commerce*, usaha ini aktif mempromosikan produknya dan membangun komunitas penggemar. Teknologi digunakan untuk membuat konten yang menarik dan interaktif di media sosial, yang membantu meningkatkan keterlibatan pelanggan dan menciptakan buzz di sekitar produk. Kampanye pemasaran yang kreatif dirancang untuk menarik perhatian generasi muda yang lebih aktif di platform digital.

Untuk memastikan produk mudah diakses, Cirenginaja.idn menyediakan produk dalam bentuk beku, memungkinkan konsumen untuk menyimpan dan menikmati cemilan kapan saja. Ini memberikan fleksibilitas bagi mereka yang memiliki gaya hidup sibuk tetapi ingin menikmati cemilan berkualitas. Selain itu, Cirenginaja.idn juga menawarkan layanan pengantaran langsung ke rumah untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan.

Pelayanan pelanggan yang baik merupakan prioritas utama Cirenginaja.idn. Tim yang responsif dan terlatih siap membantu menjawab pertanyaan, memberikan informasi tentang produk, serta menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan efisien. Umpan balik dari pelanggan sangat dihargai dan digunakan sebagai dasar untuk perbaikan produk dan layanan di masa depan.

2.2 Model Bisnis (*Business Model*)

2.2.1 Customer Segments

Segmentasi Demografis

1. Usia : 15-35 tahun (remaja dan dewasa muda), pelajar, mahasiswa, pekerja kantor.
2. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan, menargetkan konsumen yang mencari cemilan yang praktis.

Segmentasi Geografis

Target utamanya merupakan pelanggan yang berdomisili di sekitar tempat berjualan khususnya di kota Rangkasbitung.

Segmentasi Psikografis

Cirenginaja.idn menargetkan segmen psikografis yang mencakup konsumen dengan pecinta kuliner, pengguna media sosial, komunitas sosial, dan mencari pengalaman. Pecinta kuliner adalah individu yang senang menjelajahi berbagai pilihan makanan baru, selalu mencari pengalaman kuliner unik dan mengikuti trend terbaru.

Segmentasi Tingkah Laku

Cirenginaja.idn menargetkan konsumen yang sering mencari cemilan sebagai bagian dari rutinitas harian mereka, baik untuk konsumsi pribadi maupun saat berkumpul dengan teman. Mereka cenderung membeli cemilan untuk menikmati waktu bersantai, menonton film, atau saat berkumpul di acara sosial.

2.2.2 Value Proposition

Produk:

1. Kenyamanan:
Menyediakan kemasan makanan yang siap saji dan mudah dibawa, sempurna untuk konsumen dengan gaya hidup yang sibuk, sehingga mereka dapat menikmati cemilan kapan saja.
2. Variasi:
Menawarkan berbagai rasa dan jenis cireng, memberikan pilihan menarik bagi konsumen yang ingin menjelajahi berbagai cita rasa dan inovasi.
3. Kualitas:
Produk dibuat dengan bahan berkualitas tinggi tanpa pengawet, menjamin pilihan yang lezat dan sehat bagi pelanggan.

Layanan:

1. Pelayanan pelanggan responsive.
2. Menyediakan dukungan pelanggan yang cepat dan efisien melalui berbagai saluran, termasuk media sosial dan platform *e-commerce*.
3. Mempermudah proses pemesanan yang sederhana dan nyaman melalui platform *e-commerce*, serta memberikan informasi yang jelas tentang produk.
4. Program Loyalitas
Menerapkan program loyalitas untuk pelanggan, seperti memberikan diskon pada hari-hari tertentu dan cashback GoPay untuk meningkatkan kepuasan dan mempertahankan pelanggan.

Core Values:

1. Inovasi
Berkomitmen untuk terus berinovasi dalam pengembangan produk, menghadirkan rasa dan jenis baru yang sesuai dengan trend dan preferensi konsumen.
2. Kualitas
Menjaga standar kualitas yang tinggi dalam setiap aspek produksi, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses akhir, untuk memastikan produk terbaik.
3. Keberlanjutan
Berupaya untuk berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan dengan menggunakan bahan baku lokal dan mengurangi limbah dalam proses produksi.

2.2.3 Channels**B2C (Business to Consumer):**

1. *E-commerce* : Shopee, TokoPedia, TikTok Shop, Shopee Food, Go Food.
2. Media Sosial : Instagram dan TikTok.
3. Outlet Fisik : Membuka gerai di lokasi strategis.

B2B (Business to Business):

1. Pemasok ke kafe dan restoran : Menawarkan produk langsung kepada kafe dan restoran dengan presentasi yang menarik.

2.2.4 Customer Relationships

1. Interaksi Aktif
Berkomunikasi dengan pelanggan melalui media sosial, memberikan respon cepat terhadap pertanyaan dan umpan balik.
2. Program Loyalitas
Menerapkan program loyalitas untuk pelanggan B2C, seperti diskon untuk pembelian berikutnya atau hadiah untuk pembelian dalam jumlah tertentu.

3. Dukungan Pelanggan

Menyediakan layanan pelanggan yang responsif melalui berbagai saluran untuk menangani keluhan dan pertanyaan.

2.2.5 Revenue Streams

Pendapatan dari penjualan langsung produk kepada konsumen melalui outlet fisik dan platform *e-commerce*.

2.2.6 Key Resources

1. Bahan Berkualitas

Menggunakan bahan baku berkualitas tinggi untuk menjaga rasa dan kualitas produk.

2. Proses Produksi Efisien

Memastikan proses produksi yang efisien untuk menjaga konsistensi dan memenuhi permintaan dengan cepat.

3. Aset Merek

Memiliki branding, kemasan, dan materi pemasaran yang menarik untuk membangun identitas merek.

4. Sumber Daya Keuangan

Memiliki modal dan investasi yang memungkinkan perusahaan untuk berinvestasi dalam proyek baru, peralatan, atau teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas.

5. Sumber Daya Manusia

Memiliki 2 karyawan dengan keterampilan komunikasi dan keterampilan yang baik untuk melaksanakan kegiatan operasional.

2.2.7 Key Activities

1. Melakukan riset dan pengembangan untuk menciptakan variasi baru

2. Menjalankan kampanye pemasaran melalui media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek.

3. Mengelola proses produksi untuk memastikan produk berkualitas.

4. Memelihara hubungan baik dengan pelanggan B2C dan mitra B2B untuk meningkatkan loyalitas dan kolaborasi.

2.2.8 Key Partnerships

1. Pemasok Bahan

Pemasok lokal yaitu pasar tradisional yang menyediakan bahan berkualitas tinggi, seperti tepung tapioka, tepung terigu, bumbu, ayam, sayuran, dan gas.

2. Platform *E-commerce*

Kerjasama dengan platform *e-commerce* seperti Shopee, TokoPedia, TikTok Shop, Shopee Food, dan Go Food untuk mempermudah penjualan *online* dan distribusi produk.

3. Pemasok Kemasan

Pemasok yang menyediakan kemasan menarik dan fungsional untuk produk, yang dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar.

2.2.9 Cost Structure

1. Biaya Produksi : Termasuk biaya bahan baku, penyimpanan, dan proses Produksi.
2. Biaya Pemasaran : Investasi dalam kampanye pemasaran digital dan promosi.
3. Biaya Operasional : Pengeluaran untuk manajemen outlet fisik, gaji karyawan, dan layanan pelanggan.

2.3 Aspek Operasi/Produksi

2.3.1 Rencana Desain Produk



Gambar 2. 2 Kemasan Cireng Isi

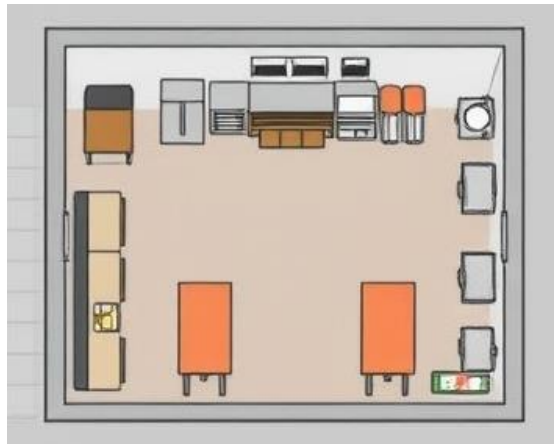


Gambar 2. 3 Kemasan Keripik Cireng

Kemasan aluminium *ziplock* yang digunakan untuk produk Cirenginaja.idn memiliki berbagai manfaat yang penting. Pertama, kemasan ini efektif dalam melindungi produk dari kelembapan dan udara, sehingga membantu menjaga kesegaran keripik cireng dan cireng isi serta dapat mencegah kerusakan yang dapat mempengaruhi rasa dan teksturnya. Desain *ziplock* memudahkan konsumen untuk membuka dan menutup kemasan dengan praktis, memungkinkan mereka mengambil produk sesuai kebutuhan tanpa harus menghabiskan seluruh isi kemasan. Selain itu, cireng isi yang menggunakan plastik vakum di dalam kemasan memungkinkan produk untuk bertahan lebih lama, karena proses vakum menghilangkan udara yang bisa menyebabkan oksidasi dan pembusukan.

Dari perspektif lingkungan, aluminium merupakan bahan yang dapat didaur ulang, menjadikannya pilihan yang lebih ramah lingkungan dibandingkan dengan beberapa jenis plastik lainnya, yang dapat meningkatkan citra merek di kalangan konsumen yang peduli akan keberlanjutan. Secara visual, kemasan ini memberikan tampilan yang modern dan profesional, yang memperkuat branding serta daya tarik produk. Terakhir, kemasan yang kedap udara dan vakum juga memberikan perlindungan tambahan terhadap kontaminasi dan kerusakan fisik, menjaga kualitas dan keamanan produk hingga sampai ke tangan konsumen. Dengan semua fitur ini, kemasan aluminium *ziplock* tidak hanya melindungi produk, tetapi juga meningkatkan pengalaman konsumen secara keseluruhan.

2.3.2 Layout



Gambar 2. 4 *Layout*

Layout untuk tempat produksi dan pengemasan ini dirancang agar proses operasional berjalan dengan efisien. Di bagian produksi, terdapat beberapa meja kerja besar yang digunakan untuk menyiapkan bahan dan memasak produk. Area ini dilengkapi dengan peralatan memasak seperti kompor dan oven, sehingga memungkinkan para pekerja untuk melaksanakan berbagai tahap produksi dengan efektif. Selain itu, tersedia kulkas dan lemari penyimpanan untuk menjaga kesegaran bahan baku dan menyimpan alat yang diperlukan.

Setelah selesai diproduksi, produk akan dipindahkan ke area pengemasan. Di sini, terdapat meja khusus yang mempermudah proses pengemasan, serta peralatan dan bahan seperti plastik dan kotak untuk membungkus produk. Ada juga ruang penyimpanan untuk menyimpan produk yang sudah dikemas sebelum didistribusikan. Desain layout ini memastikan alur kerja yang lancar dengan mengurangi jarak antara area produksi dan pengemasan, sehingga meningkatkan efisiensi keseluruhan dari proses operasional.

2.3.3 Rancangan Kualitas

Rancangan kualitas untuk produk "Cireng Isi" dan "Keripik Cireng" mencakup beberapa elemen penting. Pertama, spesifikasi produk harus ditentukan dengan jelas. Untuk "Cireng Isi," bahan baku yang digunakan harus berkualitas tinggi, termasuk tepung tapioka, bumbu alami, dan isian segar seperti daging ayam, yang menghasilkan tekstur renyah di luar dan lembut di dalam. Sementara "Keripik Cireng" harus terbuat dari tepung tapioka berkualitas dan bumbu sudah sesuai takaran, memiliki tekstur yang renyah dan tidak berminyak, serta menawarkan berbagai pilihan rasa.

Proses produksi dimulai dengan pengadaan bahan baku dari sumber yang terpercaya, diikuti dengan pemeriksaan kualitas saat penerimaan. Setiap tahap produksi harus mengikuti prosedur operasional standar (SOP) yang ketat, dengan pengujian kualitas dilakukan selama proses untuk memastikan hasil akhir sesuai dengan harapan. Pengemasan juga sangat penting; kemasan aluminium *ziplock* dan plastik vakum

digunakan untuk menjaga kesegaran produk, dengan label yang jelas mengenai informasi dan tanggal kadaluarsa.

Pengujian kualitas mencakup uji organoleptik oleh penulis untuk mengevaluasi rasa, aroma, dan tekstur. Standar kebersihan dan keamanan harus dijaga dengan memastikan semua peralatan dan area produksi bersih, serta melatih karyawan tentang praktik kebersihan yang baik. Kemudian mengumpulkan umpan balik dari konsumen melalui survei atau media sosial, dan melakukan evaluasi berkala untuk perbaikan berkelanjutan. Mencari sertifikasi terkait keamanan pangan seperti SPP-IRT. Dengan rancangan kualitas ini, diharapkan "Cireng Isi" dan "Keripik Cireng" dapat memenuhi ekspektasi konsumen dan bersaing secara efektif di pasar.

2.3.4 Pemilihan Lokasi

Produksi Cirenginaja.idn dilakukan di rumah penulis, yang beralamat di Jl. Maulana Yusuf No. 1, RT/RW 001/001, Kp. Aweh, Kecamatan Kalanganyar, Kabupaten Lebak, Banten. Lokasi ini tidak hanya strategis, tetapi juga mengurangi biaya sewa, sehingga lebih hemat dan menyediakan ruang yang cukup untuk kegiatan produksi.

Tempat ini dekat dengan berbagai fasilitas penting, seperti klinik, toko sembako, dan pasar sayuran yang selalu ramai. Adanya sekolah di sekitarnya menciptakan peluang pasar bagi konsumen yang mencari makanan ringan. Selain itu, lokasi ini dikelilingi oleh perumahan dan perkampungan, sehingga pelanggan dari komunitas lokal dapat mengaksesnya dengan mudah.

Akses ke jalan utama menuju kota juga sangat penting, sehingga lokasi ini mudah dijangkau oleh pelanggan dan mendukung distribusi produk. Dengan berbagai pertimbangan ini, lokasi tersebut diharapkan dapat mendukung pertumbuhan dan keberhasilan usaha.

2.3.5 Proses Produksi

Cireng Isi Varian Pizza

Bahan :

- Tepung Tapioka 3 Kg
- Tepung Terigu 1,5 Kg
- Saus Bolognese 1 Kg
- Jagung Pipil 1 Kg
- Sosis 1 Pck
- Keju 250 Gram
- Air Panas 1 Lt

Proses Produksi :

- Campurkan tepung tapioka dan tepung terigu ke dalam wadah
- Tuang 1 lt air panas

- Aduk adonan hingga menjadi kalis
- Kemudian siapkan isian, potong-potong tipis sosis, dan parut keju
- Siapkan wajan dan nyalakan kompor
- Tuang jagung pipil dan sosis ke dalam wajan, tuang saus Bolognese. Masak sebentar, kemudian tuangkan keju
- Isian sudah siap
- Ambil adonan kemudian pipihkan, siapkan cetakan. Masukkan adonan ke dalam cetakan lalu masukan isian dan tutup rapat adonan menggunakan cetakan
- Setelah selesai dicetak kemudian digoreng setengah matang
- Tiriskan menggunakan tisu dapur
- Setelah ditiriskan, masukan 5 pcs cireng dalam plastik khusus vakum kemudian di vakum sampai tidak ada udara yang tersisa
- Kemudian dimasukkan dalam plastik kemasan dan di *seal*

Hasil : 45 Pck

Cireng Isi Varian Seblak Ayam

Bahan :

- Tepung Tapioka 3,5 Kg
- Tepung Terigu 1,75 Kg
- Cabai Merah Keriting 100 Gram
- Cabai Rawit Merah 100 Gram
- Daun Jeruk 2 Lembar
- Bawang Merah 20 Gram
- Bawang Putih 50 Gram
- Lada Bubuk 2 Pcs
- Penyedap Rasa: 2 Pcs
- Gula 20 Gram
- Daging Ayam 3 Kg
- Garam 10 Gram
- Minyak 2 Sdm
- Air Panas 1,5 Lt

Proses Produksi :

- Campurkan tepung tapioka, tepung terigu, penyedap rasa dan lada bubuk ke dalam wadah
- Tuang 1,5 lt air panas tambahkan penyedap rasa dan lada
- Aduk adonan hingga menjadi kalis
- Rebus ayam sampai matang kemudian suwir-suwir

- Blender semua bumbu seperti bawang merah, bawang putih, cabai merah keriting, cabai rawit, dan daun jeruk
- Siapkan wajan dan nyalakan kompor
- Tuang minyak goreng, kemudian tumis bumbu hingga matang. Masukkan daging ayam yang sudah di suwir-suwir
- Tambahkan garam, gula, dan
- Isian sudah siap
- Ambil adonan kemudian pipihkan, siapkan cetakan. Masukkan adonan ke dalam cetakan lalu masukan isian dan tutup rapat adonan menggunakan cetakan
- Setelah selesai dicetak kemudian digoreng setengah matang
- Tiriskan menggunakan tisu dapur
- Setelah ditiriskan, masukan 5 pcs cireng dalam plastik khusus vakum kemudian di vakum sampai tidak ada udara yang tersisa
- Kemudian dimasukkan dalam plastik kemasan dan di *seal*

Hasil : 53 Pck

Cireng Isi Varian Ayam Cabe Ijo

Bahan :

- Tepung Tapioka 3,5 Kg
- Tepung Terigu 1,75 Kg
- Cabai Hijau Keriting 200 Gram
- Daun Jeruk 2 Lembar
- Bawang Merah 20 Gram
- Bawang Putih 50 Gram
- Lada Bubuk 2 Pcs
- Penyedap Rasa: 2 Pcs
- Gula 20 Gram
- Daging Ayam 3 Kg
- Garam 10 Gram
- Minyak 2 Sdm
- Air Panas 1,5 Lt

Proses Produksi :

- Campurkan tepung tapioka, tepung terigu, penyedap rasa dan lada bubuk ke dalam wadah
- Tuang 1,5 lt air panas tambahkan penyedap rasa dan lada
- Aduk adonan hingga menjadi kalis
- Rebus ayam sampai matang kemudian suwir-suwir

- Blender semua bumbu seperti bawang merah, bawang putih, cabai hijau, dan daun jeruk
- Siapkan wajan dan nyalakan kompor
- Tuang minyak goreng, kemudian tumis bumbu hingga matang. Masukkan daging ayam yang sudah di suwir-suwir
- Tambahkan garam, gula, dan
- Isian sudah siap
- Ambil adonan kemudian pipihkan, siapkan cetakan. Masukkan adonan ke dalam cetakan lalu masukan isian dan tutup rapat adonan menggunakan cetakan
- Setelah selesai dicetak kemudian digoreng setengah matang
- Tiriskan menggunakan tisu dapur
- Setelah ditiriskan, masukan 5 pcs cireng dalam plastik khusus vakum kemudian di vakum sampai tidak ada udara yang tersisa
- Kemudian dimasukkan dalam plastik kemasan dan di *seal*

Hasil : 53 Pck

Cireng Isi Varian Ayam Rendang

Bahan :

- Tepung Tapioka 3,5 Kg
- Tepung Terigu 1,75 Kg
- Daun Jeruk 2 Lembar
- Bumbu Instan Rendang 2 Pcs
- Cabai Rawit 50 Gram
- Lada Bubuk 2 Pcs
- Penyedap Rasa: 2 Pcs
- Gula 20 Gram
- Daging Ayam 3 Kg
- Garam 10 Gram
- Minyak 2 Sdm
- Air Panas 1,5 Lt

Proses Produksi :

- Campurkan tepung tapioka, tepung terigu, penyedap rasa dan lada bubuk ke dalam wadah
- Tuang 1,5 lt air panas tambahkan penyedap rasa dan lada
- Aduk adonan hingga menjadi kalis
- Rebus ayam sampai matang kemudian suwir-suwir
- Blender semua bumbu seperti bawang merah, bawang putih, cabai hijau, dan daun jeruk

- Siapkan wajan dan nyalakan kompor
- Tuang minyak goreng, kemudian tumis bumbu hingga matang. Masukkan daging ayam yang sudah di suwir-suwir
- Tambahkan garam, gula, dan
- Isian sudah siap
- Ambil adonan kemudian pipihkan, siapkan cetakan. Masukkan adonan ke dalam cetakan lalu masukan isian dan tutup rapat adonan menggunakan cetakan
- Setelah selesai dicetak kemudian digoreng setengah matang
- Tiriskan menggunakan tisu dapur
- Setelah ditiriskan, masukan 5 pcs cireng dalam plastik khusus vakum kemudian di vakum sampai tidak ada udara yang tersisa
- Kemudian dimasukkan dalam plastik kemasan dan di *seal*

Hasil : 53 Pck

Keripik Cireng

Bahan :

- Tepung Tapioka 5kg
- Tepung Terigu 3 Kg
- Gula 100 Gram
- Garam 250 Gram
- Penyedap Rasa 8 Pcs
- Daun Jeruk 10 Lembar
- Bubuk Ayam Bawang 100 Gram
- Bubuk Cabai 250 Gram
- Bubuk Rumput Laut 250 Gram
- Bubuk Bbq 250 Gram
- Bubuk Keju 250 Gram
- Kemasan 100 Pcs
- Air 1 Lt
- Minyak Goreng 2 Lt

Proses Produksi :

- Siapkan semua bahan dan alat yang diperlukan
- Timbang bahan sesuai dengan kebutuhan
- Dalam mangkuk besar, campurkan tepung tapioka dan tepung terigu
- Tambahkan gula, garam, penyedap rasa, dan daun jeruk yang sudah dihaluskan
- Aduk semua bahan hingga tercampur rata
- Tambahkan air secukupnya hingga adonan dapat dipadatkan tetapi tetap lembut

- Ambil sedikit adonan dan pipihkan menggunakan tangan atau rolling pin hingga ketebalan yang diinginkan (sekitar 1 cm)
- Potong adonan pipih menjadi bentuk bulat
- Panaskan minyak dalam wajan hingga cukup panas
- Goreng keripik cireng dalam minyak panas hingga berwarna keemasan dan renyah
- Angkat dan tiriskan keripik di atas kain bersih atau saringan untuk menghilangkan minyak berlebih
- Setelah keripik dingin, taburi dengan bubuk rasa sesuai varian:
 - Taburkan bubuk cabai untuk rasa pedas
 - Taburkan bubuk BBQ untuk rasa BBQ
 - Taburkan bubuk rumput laut untuk rasa rumput laut
 - Taburkan bubuk keju untuk rasa keju
- Aduk rata agar bumbu menempel pada keripik.
- Setelah bumbu merata, kemas keripik dalam kemasan yang telah disiapkan.

2.3.6 Tenaga Produksi

Tenaga produksi di Cirenginaja.idn terdiri dari pemilik yang dibantu oleh dua karyawan. Satu karyawan berstatus tetap bertanggung jawab atas operasional sehari-hari, termasuk pengelolaan proses produksi, pengendalian kualitas, dan pelayanan pelanggan. Karyawan tetap ini memastikan semua kegiatan berjalan dengan baik dan sesuai dengan standar yang ditetapkan.

Di sisi lain, terdapat satu karyawan paruh waktu yang dipekerjakan untuk memberikan dukungan tambahan, terutama saat volume kerja meningkat atau pada acara khusus. Karyawan paruh waktu ini membantu dalam tugas-tugas seperti persiapan produk, pemrosesan pesanan, dan menjaga kebersihan area kerja.

Dengan struktur tenaga kerja ini, Cirenginaja.idn dapat beradaptasi dengan kebutuhan operasional dan memastikan efisiensi dalam pengelolaan sumber daya manusia. Kombinasi antara karyawan tetap dan paruh waktu memungkinkan Cirenginaja.idn untuk menjaga kualitas pelayanan dan memenuhi permintaan pelanggan dengan efektif.

2.3.7 Bahan dan Peralatan

Tabel 2. 1 Bahan dan Peralatan

No.	Komponen	Volume	Satuan
1	Pengorengan	1	Unit
2	Kompor Gas	1	Unit
3	Saringan Minyak	1	Unit
4	Lemari Pendingin	1	Unit
5	Wadah Penyimpanan Ukuran M	2	Unit
6	Timbangan Digital	1	Unit
7	Spatula	1	Unit
8	Panci	1	Unit
9	Tempat Sampah	1	Unit
10	Banner	1	Unit
11	Blender	1	Unit
12	Cetakan Cireng	2	Unit
13	Mesin Vakum	1	Unit

Sumber: data primer 2024

2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran

2.4.1 Analisis Peluang Bisnis

Cirenginaja.idn memiliki berbagai peluang bisnis yang sangat menjanjikan di tengah pertumbuhan pesat industri makanan ringan di Indonesia. Pertama, dengan semakin meningkatnya permintaan konsumen untuk cemilan yang praktis dan inovatif, Cirenginaja.idn dapat memanfaatkan trend ini dengan menawarkan produk cireng yang menarik. Produk-produk ini tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen akan cemilan yang mudah diakses, tetapi juga memberikan variasi yang menarik bagi mereka yang ingin merasakan pengalaman baru dalam menikmati makanan. Selain itu, ada kecenderungan yang signifikan di kalangan masyarakat, terutama di kalangan generasi muda, untuk kembali kepada makanan tradisional yang kaya akan nilai budaya. Ini memberi kesempatan bagi Cirenginaja.idn untuk menonjolkan cireng sebagai cemilan khas Indonesia, serta memperkenalkan variasi modern seperti keripik cireng dan cireng frozen yang memungkinkan konsumen menikmati cemilan ini kapan saja.

Peluang lain yang tidak kalah penting adalah pemanfaatan platform digital yang terus berkembang seiring dengan pertumbuhan *e-commerce* dan penggunaan media sosial. Cirenginaja.idn dapat menjangkau konsumen secara lebih luas dengan membangun platform pemesanan *online* yang *user-friendly*, serta memanfaatkan media sosial untuk kampanye pemasaran yang interaktif dan menarik. Dengan strategi ini, usaha ini dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk, terutama di kalangan generasi muda yang aktif di dunia digital. Inovasi dalam pengembangan produk baru dan kombinasi rasa yang kreatif dapat membantu menarik perhatian pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan setia yang selalu mencari sesuatu yang berbeda.

Fokus pada pengalaman pelanggan juga merupakan aspek penting dalam membangun loyalitas. Meningkatkan pengalaman pelanggan melalui pelayanan yang ramah, dan interaksi positif dapat membuat konsumen merasa lebih terhubung dengan merek. Dengan mendengarkan umpan balik dan memahami kebutuhan serta preferensi pelanggan, Cirenginaja.idn dapat lebih baik dalam memenuhi ekspektasi mereka dan menciptakan hubungan yang lebih kuat. Terakhir, melalui pemasaran kreatif dan interaksi aktif di media sosial, Cirenginaja.idn dapat membangun kesadaran merek yang kuat. Dengan menciptakan konten menarik yang melibatkan konsumen dan kampanye yang berfokus pada pengalaman, usaha ini dapat menarik perhatian dan membangun komunitas yang setia.

Dengan memanfaatkan berbagai peluang ini, Cirenginaja.idn memiliki potensi besar untuk berkembang dalam industri kuliner. Inovasi produk yang berkelanjutan, pemanfaatan teknologi digital, dan fokus pada pengalaman pelanggan akan menjadi kunci keberhasilan dalam meraih pangsa pasar yang lebih luas dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan di masa depan.

2.4.2 Analisa Penawaran

Cirenginaja.idn menawarkan penawaran yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin mengutamakan kenyamanan, variasi, dan kualitas. Produk utama kami adalah cireng, cemilan populer yang disajikan dalam kemasan siap saji yang praktis. Dengan kemasan ini, konsumen yang memiliki gaya hidup sibuk dapat dengan mudah menikmati cireng kapan saja dan dimana saja, baik saat bekerja, beraktivitas, maupun bepergian. Kepraktisan ini menjadi salah satu daya tarik utama yang membedakan Cirenginaja.idn dari pesaing lainnya.

Di samping kenyamanan, variasi rasa dan jenis cireng yang kami tawarkan merupakan elemen penting dalam penawaran kami. Dengan mengembangkan berbagai rasa inovatif yaitu mulai dari yang tradisional hingga yang lebih modern, seperti cireng pedas, manis, atau yang menggabungkan bahan lokal, Cirenginaja.idn mampu menarik minat berbagai segmen pasar. Ini tidak hanya memberikan pilihan menarik bagi konsumen, tetapi juga menciptakan pengalaman kuliner yang seru dan layak untuk dibagikan di media sosial, meningkatkan eksposur merek secara organik.

Kualitas produk adalah pilar utama dari penawaran Cirenginaja.idn. Kami berkomitmen untuk menggunakan bahan baku berkualitas tinggi tanpa pengawet, sehingga produk kami tidak hanya lezat tetapi juga sehat. Dalam era dimana konsumen semakin peduli terhadap kesehatan, komitmen ini menjadi nilai tambah yang signifikan. Dengan menjaga standar kualitas yang tinggi, kami dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, yang sangat penting untuk pertumbuhan jangka panjang perusahaan.

Dari segi layanan, Cirenginaja.idn berupaya memberikan pengalaman pelanggan yang optimal melalui berbagai saluran. Pelayanan pelanggan yang responsif dan cepat menjadi prioritas kami, memastikan bahwa setiap pertanyaan atau keluhan dapat

ditangani dengan efisien. Proses pemesanan yang sederhana dan nyaman, terutama melalui platform *e-commerce*, memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi. Untuk lebih meningkatkan retensi pelanggan, kami juga mengimplementasikan program loyalitas yang memberikan diskon untuk pembelian berikutnya, menciptakan insentif bagi pelanggan untuk kembali.

Nilai-nilai inti Cirenginaja.idn, seperti inovasi, kualitas, dan keberlanjutan, memainkan peran penting dalam strategi bisnis kami. Komitmen terhadap inovasi tidak hanya terlihat dalam pengembangan produk baru tetapi juga dalam cara kami beradaptasi dengan trend pasar dan preferensi konsumen. Dengan terus menghadirkan produk yang segar dan relevan, kami dapat mempertahankan posisi kami di pasar yang kompetitif. Selain itu, keberlanjutan menjadi fokus utama, dimana kami berupaya menggunakan bahan baku lokal dan mengurangi limbah dalam proses produksi. Ini tidak hanya mendukung lingkungan tetapi juga menarik perhatian konsumen yang peduli dengan isu-isu sosial dan lingkungan.

Secara keseluruhan, penawaran Cirenginaja.idn memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan di pasar makanan ringan. Dengan menggabungkan kenyamanan, variasi, kualitas, pelayanan yang responsif, dan nilai-nilai keberlanjutan, kami siap menarik dan mempertahankan pelanggan, sambil membangun merek yang kuat dan berkelanjutan di industri ini. Analisis penawaran ini menunjukkan bahwa Cirenginaja.idn tidak hanya menjual produk, tetapi juga menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan bagi setiap konsumen.

2.4.3 Analisa Pesaing

Cirenginaja.idn beroperasi di pasar makanan yang sangat kompetitif, menghadapi berbagai pesaing yang menawarkan produk serupa. Pesaing utama terdiri dari merek cemilan terkenal yang sudah mapan, yang menyediakan berbagai jenis cireng dan keripik. Kekuatan mereka seringkali terletak pada reputasi merek yang kuat, yang membantu menciptakan basis pelanggan setia. Selain itu, jaringan distribusi yang luas memungkinkan mereka menjangkau lebih banyak konsumen melalui outlet fisik dan layanan pengantaran. Variasi produk yang ditawarkan oleh pesaing juga lebih beragam, memberikan konsumen banyak pilihan. Usaha yang lebih besar ini biasanya memiliki sumber daya keuangan dan manusia yang lebih banyak, memungkinkan mereka berinvestasi dalam pemasaran, inovasi produk, dan peningkatan layanan.

Namun, dibalik kekuatan tersebut, terdapat kelemahan yang bisa dimanfaatkan oleh Cirenginaja.idn. Banyak merek cemilan yang kurang inovatif dalam menciptakan variasi rasa, sementara Cirenginaja.idn menonjol dengan cita rasa Nusantara yang inovatif, seperti cabe ijo, seblak ayam, dan ayam rendang, serta varian internasional seperti pizza. Selain itu, produk keripik cireng di pasar masih kurang diminati karena rasa yang monoton dan tekstur yang keras. Sebaliknya, Cirenginaja.idn menawarkan cireng dengan tekstur yang lebih kriuk, memberikan sensasi renyah yang lebih disukai oleh konsumen.

Tidak semua pesaing juga dapat menjamin kualitas bahan baku yang mereka gunakan, menciptakan peluang bagi produk yang lebih sehat dan berkualitas. Pelayanan pelanggan seringkali diabaikan oleh merek besar, yang dapat mengakibatkan pengalaman negatif bagi konsumen dan mendorong mereka berpindah ke merek lain yang lebih peduli terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal strategi, pesaing seringkali tidak memanfaatkan promosi menarik untuk menarik pelanggan baru dan kurang memanfaatkan pemasaran digital, terutama di media sosial dan kampanye *online*.

Di tengah perubahan pasar makanan yang terus berkembang, dengan meningkatnya minat konsumen terhadap makanan inovatif, Cirenginaja.idn memiliki peluang signifikan untuk menonjol. Dengan menawarkan produk berkualitas tinggi, inovasi menarik, dan pelayanan pelanggan yang baik, Cirenginaja.idn dapat mengisi celah di pasar. Memahami kekuatan dan kelemahan pesaing akan membantu Cirenginaja.idn merancang strategi yang efektif untuk menarik pelanggan dan membangun loyalitas. Dengan fokus pada diferensiasi produk dan pendekatan pemasaran yang tepat, Cirenginaja.idn memiliki potensi untuk bersaing secara efektif dan mencapai kesuksesan di pasar yang kompetitif ini.

2.4.4 Segmenting, Targeting, dan Positioning

Segmentasi pasar juga dapat diartikan sebagai usaha untuk membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok yang dapat dibedakan satu sama lain dalam hal kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang mungkin akan memerlukan produk-produk dan strategi pemasaran tertentu untuk menjangkanya (Tamara, 2016). Menurut Kotler dan Armstrong, terdapat empat variabel utama yang mungkin dipergunakan dalam mensegmentasi pasar konsumen yaitu segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis, dan segmentasi tingkah laku.

Segmentasi demografis, segmentasi demografis membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan pada variabel seperti umur, jenis kelamin, besar keluarga, siklus kehidupan keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, dan kebangsaan (Wijaya & Sirine, 2016). Segmentasi demografis Cirenginaja.idn dalam rentang usia 15-35 tahun dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan, dengan pemahaman ini, Cirenginaja.idn dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan mengembangkan produk yang sesuai dengan preferensi masing-masing kelompok usia. Mereka umumnya terdiri dari pelajar, mahasiswa, dan pekerja yang mencari cemilan praktis dan mudah dijangkau.

Segmentasi psikografis, segmentasi psikografis membagi pembeli menjadi kelompok berbeda berdasarkan pada karakteristik sosial, gaya hidup atau kepribadian. Dalam hal segmentasi psikografis konsumen yang berbelanja sesuai dengan kebutuhan bukan pembelian impulsif. Cirenginaja.idn menargetkan segmen psikografis yang mencakup konsumen dengan pecinta kuliner, pengguna media sosial, komunitas sosial, dan mencari pengalaman. Pecinta kuliner adalah individu yang senang menjelajahi berbagai pilihan makanan baru, selalu mencari pengalaman kuliner unik dan mengikuti

trend terbaru. Segmen pengguna media sosial, terutama yang berusia 15-35 tahun, aktif membagikan pengalaman kuliner mereka di platform *online*, sehingga Cirenginaja.idn dapat menarik perhatian mereka dengan konten visual yang menarik. Selain itu, komunitas sosial terdiri dari individu yang menikmati interaksi dengan teman-teman dan mencari tempat yang nyaman untuk berkumpul sambil menikmati makanan, menjadikan suasana yang ramah dan produk yang cocok untuk sharing sangat menarik bagi mereka. Terakhir, pencari pengalaman adalah konsumen yang menginginkan lebih dari sekadar makanan. Mereka mencari pengalaman yang menyenangkan dan menghargai nilai estetika dalam penyajian serta suasana tempat. Dengan memahami segmen-segmen ini, Cirenginaja.idn dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, menciptakan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen, dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan.

Sedangkan dari segmentasi tingkah laku yaitu mengelompokkan pembeli berdasarkan pada pengetahuan, sikap, penggunaan atau reaksi mereka terhadap suatu produk. Dalam hal perilaku, Cirenginaja.idn menargetkan konsumen yang sering mencari cemilan sebagai bagian dari rutinitas harian mereka, baik untuk konsumsi pribadi maupun saat berkumpul dengan teman. Mereka cenderung membeli cemilan untuk menikmati waktu bersantai, menonton film, atau saat berkumpul di acara sosial. Konsumen ini juga aktif di media sosial dan sering mencari rekomendasi dari influencer atau teman sebelum mencoba produk baru. Loyalitas merek menjadi penting di segmen ini, konsumen yang puas dengan pengalaman mereka lebih mungkin untuk kembali dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Selain itu, mereka juga terbuka terhadap penawaran dan promosi, yang dapat memicu pembelian impulsif.

2.4.5 Strategi Pemasaran Terhadap Pesaing

a) *Product* (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kodu, 2013). Cirenginaja.idn menghadirkan produk utama berupa cireng (aci goreng) dan keripik cireng, yang merupakan cemilan khas Indonesia yang telah diperbarui dengan variasi rasa yang inovatif. Salah satu keunggulan utama produk ini adalah ragam rasa yang unik dan menarik, seperti cabe ijo, seblak ayam, pizza, dan berbagai rasa lainnya yang terinspirasi oleh kuliner lokal maupun internasional. Keberagaman ini tidak hanya memberikan pilihan bagi konsumen yang ingin mencoba hal baru, tetapi juga memungkinkan mereka menemukan rasa yang sesuai dengan preferensi masing-masing.

Tekstur cireng yang renyah dan kriuk menjadi daya tarik tersendiri, memberikan pengalaman makan yang memuaskan dan menyenangkan. Kami memastikan setiap produk memiliki konsistensi tekstur yang baik, sehingga

konsumen bisa menikmati cemilan yang garing di luar dan lembut di dalam. Proses produksi menggunakan bahan baku berkualitas tinggi, seperti tepung tapioka terbaik dan rempah-rempah segar, menjamin cita rasa yang lezat dan aman untuk dikonsumsi. Dengan komitmen terhadap kualitas ini, Cirenginaja.idn berhasil membangun kepercayaan di kalangan pelanggan.

Praktis dan siap saji, cireng dan keripik cireng kami mudah dibawa ke mana saja, menjadikannya pilihan ideal untuk berbagai kesempatan, seperti acara keluarga, piknik, atau sebagai cemilan sehari-hari di rumah atau saat beraktivitas. Selain itu, produk kami dikemas dalam kemasan yang menarik dan fungsional, yang memudahkan penyimpanan dan menarik perhatian di rak toko. Desain kemasan yang mencolok membantu meningkatkan visibilitas produk, sehingga lebih mudah ditemukan oleh konsumen.

Dalam hal harga, Cirenginaja.idn menawarkan produk dengan harga yang kompetitif, membuatnya terjangkau bagi berbagai kalangan. Kami percaya bahwa cemilan berkualitas tidak harus mahal, dan dengan harga yang wajar, kami ingin menjangkau lebih banyak pelanggan.

Terakhir, Cirenginaja.idn berkomitmen untuk mendukung pelestarian budaya kuliner Indonesia. Dengan mengangkat cita rasa Nusantara, kami tidak hanya menghadirkan cemilan yang lezat, tetapi juga memberikan penghormatan kepada tradisi kuliner lokal. Ini dapat menarik konsumen yang peduli dengan produk lokal dan ingin menikmati cita rasa khas Indonesia. Dengan keunggulan-keunggulan ini, Cirenginaja.idn berusaha memberikan pengalaman unik dan memuaskan bagi konsumen di pasar yang semakin kompetitif.

Kemasan didesain dengan sablon nama brand, telepon, toko *online shop*, serta alamat toko sehingga konsumen dapat memesan kembali dengan menghubungi nomor telepon yang tertera atau memesannya di *online shop* yang kami miliki.

b) *Place* (Tempat)

Lokasi atau tempat seringkali ikut menentukan kesuksesan sebuah usaha, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial sebuah perusahaan (Selang, 2013). Konsep penjualan dari Cirenginaja.idn yaitu usaha rumahan yang berada di Jl. Maulana Yusuf No.1, Aweh, Kalanganyar, Lebak, Banten dan *online store* di beberapa *e-commerce*. *Online store* sebagai solusi tempat berjualan yang efisien di era digitalisasi saat ini.

c) *Price* (Harga)

Harga adalah suatu nilai tukar produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter (Yuniati & Mukti, 2018). Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut suatu perusahaan untuk memiliki kelebihan kompetitif atas para pesaingnya (Rahayu et al., 2022). Oleh karenanya untuk menghadapi persaingan tersebut, sudah seharusnya kita sebagai perintis bisnis dapat

menemukan strategi dalam menghadapinya. Dari beberapa pendekatan yang ada, Cirenginaja.idn menggunakan pendekatan penetrasi pasar karena memiliki peluang untuk membangun ketertarikan konsumen melalui sektor harga. Harga yang ditawarkan untuk produk kami dimulai dari Rp. 10.000,- per produk.

d) *Promotion (Promosi)*

Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Bentuk promosi yang kami gunakan melalui media *online* karena cepatnya penyebaran informasi di media ini. Poster *online* menggunakan media sosial seperti fitur iklan yang ada di Instagram maupun Tiktok. Selain itu, cirenginaja.idn juga menggunakan platform Shopee, TokoPedia, dan Go Food untuk memasarkan produknya.

1. Periklanan (*Advertising*), Iklan dalam strategi pemasaran berperan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen. Iklan membuat konsumen mengetahui keberadaan produk serta kelebihan suatu produk tersebut. Iklan juga berfungsi untuk mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan penjualan produk. Periklanan dapat dilakukan di berbagai media.
2. Promosi penjualan (*Sales Promotion*) adalah strategi pemasaran yang efektif untuk mempercepat penjualan produk. Cirenginaja.idn memanfaatkan platform Go Food dan Grab sebagai saluran distribusi utama untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Melalui kerja sama dengan kedua platform ini, Cirenginaja.idn menawarkan promosi menarik, seperti diskon khusus dan paket combo, yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan frekuensi pembelian. Selain itu, Cirenginaja.idn juga mengimplementasikan cashback GoPay Coins dalam strategi promosi, dimana pelanggan yang melakukan pembelian minimum dapat menikmati cashback yang dapat digunakan untuk transaksi berikutnya. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan penjualan secara langsung, tetapi juga membangun loyalitas pelanggan dengan memberikan nilai tambah yang signifikan, sehingga menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan.
3. Penjualan pribadi (*Personal Selling*), merupakan kegiatan yang dilakukan secara pribadi. penjualan dilakukan secara berinteraksi langsung kepada konsumen. dalam kegiatan ini diharapkan penjual bisa meyakinkan pembeli dengan memberikan informasi tentang produk yang dijual.

2.4.6 Strategi Branding

Untuk memastikan pelanggan mengingat Cirenginaja.idn sebagai tujuan utama untuk cemilan gurih pedas, beberapa strategi branding dapat diterapkan. Pertama, menciptakan slogan yang menarik, seperti "Pengen Ngemil?, Cirenginaja!" akan membantu memperkuat identitas merek. Penggunaan desain visual yang menarik pada kemasan dan materi promosi yang menampilkan produk-produk unggulan juga dapat

menarik perhatian pelanggan. Selain itu, aktif di media sosial dengan konten yang menarik dan interaktif, termasuk foto dan video produk serta testimoni dari pelanggan, dapat meningkatkan kesadaran merek. Mengadakan promosi atau diskon khusus yang menyoroti produk unggulan, seperti paket cemilan akan mendorong pelanggan untuk berbelanja. Mengumpulkan ulasan dan testimoni positif dari pelanggan serta menampilkannya di media sosial dapat membangun kepercayaan dan menarik perhatian calon pelanggan. Selain itu, mengadakan acara atau kegiatan seperti demo memasak atau *tasting* dapat menarik pelanggan untuk mencoba produk dan memperkuat hubungan. Terakhir, program loyalitas yang memberikan imbalan kepada pelanggan setia akan memotivasi mereka untuk kembali berbelanja di Cirenginaja.idn. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, Cirenginaja.idn dapat memastikan bahwa pelanggan selalu mengingatnya sebagai pilihan utama untuk cemilan gurih dan pedas.

2.4.7 Layanan Pelanggan

Cirenginaja.idn dapat meningkatkan layanan pelanggan melalui berbagai pendekatan yang menciptakan pengalaman positif. Pertama, dengan mengutamakan pelayanan yang ramah dan responsif di stan, pelanggan akan merasa dihargai. Karyawan juga dilatih untuk memahami produk secara mendalam, termasuk bahan dan cara penyajiannya, sehingga mereka dapat memberikan rekomendasi yang tepat. Selain itu, Cirenginaja.idn secara aktif meminta umpan balik dari pelanggan melalui survei atau kotak saran yang disediakan melalui media sosial, hal tersebut dapat membantu meningkatkan kualitas layanan dan produk. Kemudian menyediakan layanan purna jual yang baik, seperti menjawab pertanyaan dan menangani keluhan setelah transaksi, juga penting untuk menunjukkan bahwa Cirenginaja.idn peduli terhadap pengalaman pelanggan. Menginformasikan tentang promosi atau penawaran khusus yang sedang berlangsung dapat menarik minat pelanggan, sementara penggunaan media sosial untuk menjawab pertanyaan dan berinteraksi secara cepat akan menunjukkan bahwa Cirenginaja.idn menghargai pelanggan.

2.5 Aspek Organisasi dan SDM

2.5.1 Struktur Organisasi



Gambar 2. 5 Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang terdiri dari satu pemilik dan dua karyawan menghasilkan sistem yang efisien dan terfokus. Pemilik berperan sebagai pengambil keputusan utama dan bertanggung jawab atas arah strategis bisnis. Tugasnya mencakup manajemen operasional, dimana ia mengawasi semua proses produksi dan distribusi serta memastikan kualitas produk. Selain itu, pemilik juga aktif dalam pemasaran dan penjualan, merancang strategi untuk menarik pelanggan, serta mengelola aspek keuangan, termasuk penganggaran dan laporan keuangan.

Karyawan tetap memainkan peran krusial dalam mendukung operasional sehari-hari. Mereka bertanggung jawab membantu proses produksi, mulai dari pengadaan bahan baku hingga penyelesaian produk. Karyawan tetap juga menangani pelayanan pelanggan, menjawab pertanyaan, dan memastikan kepuasan pelanggan melalui transaksi yang efisien. **Karyawan paruh waktu** dipekerjakan untuk memberikan dukungan tambahan, terutama saat beban kerja meningkat. Tugas mereka meliputi bantuan dalam persiapan bahan dan proses produksi, serta membantu karyawan tetap dalam melayani pelanggan saat ramai.

Dengan struktur organisasi yang sederhana ini, setiap individu memiliki tanggung jawab yang jelas. Hal ini memungkinkan kolaborasi yang efektif, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendukung pertumbuhan serta keberhasilan usaha secara keseluruhan.

2.5.2 Penentuan Jumlah Tenaga Kerja yang Dibutuhkan

Untuk menentukan jumlah karyawan yang diperlukan di Cirenginaja.idn, langkah pertama adalah menganalisis kebutuhan. Ini mencakup identifikasi tugas dan tanggung jawab yang harus diemban, seperti produksi, pemasaran, dan pelayanan pelanggan, serta memperkirakan volume kerja berdasarkan permintaan produk, misalnya jumlah cireng dan keripik yang diproduksi dan dijual setiap harinya. Selanjutnya, penting untuk menetapkan jam kerja, termasuk jam operasional dan durasi setiap tugas, agar total jam kerja yang diperlukan dapat dihitung.

Rumus :

Jumlah Karyawan = Total Jam yang Diperlukan / Jam Kerja per Karyawan

Total jam operasional yang diperlukan dalam sebulan yaitu 270 jam, dan 1 orang karyawan memerlukan 120 jam kerja dalam sebulan :

Jumlah Karyawan = $270 \text{ Jam} / 120 \text{ Jam} = 2,25 \sim 3 \text{ orang}$.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa diperlukan sekitar 2,25 karyawan untuk memenuhi total jam operasional. Karena tidak mungkin memiliki sebagian karyawan, maka jumlah karyawan dibulatkan menjadi 3 orang.

Dalam struktur ini, pemilik bertanggung jawab atas pengambilan keputusan dan

manajemen, sementara karyawan tetap menjalankan tugas operasional utama. Karyawan paruh waktu memberikan dukungan tambahan saat diperlukan, sehingga semua jam kerja dapat terpenuhi dan operasional bisnis berjalan dengan baik.

2.5.3 Deskripsi Pekerjaan

Dalam posisi ini, karyawan memiliki tanggung jawab untuk memproduksi cireng isi dan keripik cireng. Tugas utama karyawan meliputi mencetak adonan cireng dan keripik sesuai dengan ukuran dan bentuk yang telah ditentukan, serta menggoreng cireng hingga setengah matang dan keripik hingga matang sempurna. Karyawan juga berperan dalam proses pengemasan produk yang siap dijual, memastikan setiap produk dikemas dengan rapi dan menarik. Selain itu, karyawan bertugas memasak isian untuk cireng berdasarkan resep yang telah ditetapkan dan mengadon cireng untuk menjaga konsistensi serta kualitas adonan.

Karyawan juga bertanggung jawab menjaga kebersihan area kerja dan peralatan selama proses produksi agar lingkungan tetap higienis dan aman. Kualifikasi yang diharapkan mencakup pengalaman di industri makanan atau produksi makanan, kemampuan bekerja secara efisien di bawah tekanan, serta keterampilan dalam mengikuti instruksi dan resep dengan tepat. Perhatian terhadap detail dan kualitas produk sangat diperlukan dalam posisi ini. Jam kerja akan disesuaikan dengan jadwal produksi, dan karyawan diharapkan memiliki fleksibilitas waktu untuk memenuhi kebutuhan operasional.

2.5.4 Kualifikasi Pekerjaan

Tanggung jawab dan kualifikasi untuk posisi penjaga stand di usaha Cirenginaja.idn sebagai berikut:

Tanggung Jawab:

- Mencetak adonan cireng dan keripik sesuai ukuran dan bentuk yang ditentukan.
- Menggoreng cireng hingga setengah matang dan keripik hingga matang sempurna.
- Membantu proses pengemasan produk yang siap dijual, memastikan kemasan menarik dan rapi.
- Memasak isian untuk cireng sesuai dengan resep yang telah ditetapkan.
- Mengadon cireng untuk menjaga konsistensi dan kualitas adonan.
- Menjaga kebersihan area kerja dan peralatan agar tetap higienis dan aman.

Kualifikasi:

- Memiliki pengalaman di industri makanan atau produksi makanan lebih diutamakan.
- Mampu bekerja efisien di bawah tekanan dan memenuhi tenggat waktu.
- Memiliki keterampilan dalam mengikuti instruksi dan resep dengan tepat.
- Memiliki perhatian terhadap detail dan kualitas produk.
- Bersedia untuk bekerja dengan jam kerja yang fleksibel sesuai dengan jadwal produksi.

2.5.5 Sistem Perekrutan

Sistem perekrutan untuk posisi penjaga stand di Cirenginaja.idn dirancang untuk memastikan kandidat memiliki keterampilan, sikap, dan nilai yang sejalan dengan kebutuhan serta budaya perusahaan. Berikut adalah tahapan perekrutan untuk posisi penjaga stand di Cirenginaja.idn:

1. Mengumumkan lowongan kepada publik melalui situs pekerjaan daring, media sosial, dan komunitas lokal.
2. Mengumpulkan lamaran dari calon yang mengirimkan CV dan surat lamaran secara daring atau langsung.
3. Menilai kandidat yang memenuhi kualifikasi melalui peninjauan CV dan surat lamaran.
4. Mengundang kandidat yang lolos seleksi untuk wawancara, mengevaluasi kemampuan komunikasi, sikap, dan pengetahuan tentang produk.
5. Melakukan uji keterampilan.
6. Menghubungi referensi yang diberikan oleh kandidat untuk mendapatkan informasi tambahan tentang pengalaman dan karakter.
7. Menyampaikan penawaran pekerjaan kepada kandidat terpilih, mencakup rincian gaji, tunjangan, jam kerja, dan syarat lainnya.
8. Melaksanakan proses orientasi untuk memperkenalkan kandidat pada budaya kerja, prosedur operasional, dan standar pelayanan di Cirenginaja.idn.

Dengan sistem dan proses perekrutan yang terstruktur, Cirenginaja.idn dapat memastikan bahwa penjaga stand yang direkrut tidak hanya memenuhi kualifikasi teknis, tetapi juga memiliki sikap dan nilai yang sejalan dengan visi dan misi perusahaan. Hal ini diharapkan dapat mendukung pelayanan optimal kepada pelanggan serta keberhasilan usaha secara keseluruhan.

2.5.6 Sistem Penilaian Kinerja

Sistem penilaian pegawai dirancang untuk menilai kinerja secara komprehensif. Pertama, kualitas pekerjaan dievaluasi berdasarkan ketepatan dan konsistensi dalam mengikuti resep serta instruksi yang diberikan. Penilaian ini juga mencakup kebersihan dan penampilan produk untuk memastikan bahwa standar kualitas terpenuhi. Selanjutnya, produktivitas diukur dengan menganalisis jumlah produk yang dihasilkan dalam waktu tertentu dan efisiensi dalam menyelesaikan tugas. Ini mencerminkan kemampuan pegawai dalam mengelola waktu dan bekerja dengan cepat. Kepatuhan terhadap prosedur juga menjadi fokus, yaitu sejauh mana pegawai mengikuti protokol kebersihan, keselamatan kerja, dan prosedur produksi yang berlaku.

Aspek kerja sama tim dinilai menurut kontribusi pegawai dalam berkolaborasi dan berkomunikasi dengan rekan kerja. Hal ini penting untuk menciptakan suasana kerja yang harmonis. Selain itu, inisiatif dan kreativitas pegawai dievaluasi berdasarkan kemampuan mereka untuk meningkatkan proses kerja dan mengusulkan ide-ide baru.

Penting untuk menilai peningkatan keterampilan pegawai melalui pelatihan dan pengalaman kerja. Evaluasi ini mencakup keinginan pegawai untuk belajar dan beradaptasi dengan perubahan yang ada. Metode penilaian yang digunakan mencakup observasi langsung oleh atasan, umpan balik dari rekan kerja, dan wawancara untuk mengeksplorasi tantangan serta pencapaian pegawai.

Kriteria penilaian menggunakan skala 1-5 atau 1-10 untuk setiap kategori. Laporan kinerja yang disusun akan dibahas dalam pertemuan evaluasi, dimana pegawai akan menerima umpan balik yang konstruktif. Dengan sistem penilaian yang efektif, diharapkan kinerja pegawai dapat meningkat dan suasana kerja menjadi lebih baik.

2.5.7 Sistem Kompensasi

Sistem kompensasi di Cirenginaja.id dirancang untuk memberikan imbalan yang adil dan menarik bagi pegawai, dengan fokus pada peningkatan kinerja dan kesejahteraan. Pegawai menerima gaji pokok tetap sebesar Rp. 35.000,- per hari, sehingga total gaji bulanan mencapai Rp. 700.000,- untuk 20 hari kerja. Pegawai yang berhasil mencapai atau melebihi target kinerja berhak atas bonus sebagai penghargaan atas dedikasi mereka. Terdapat juga program insentif untuk mendorong pencapaian target baik secara individu maupun tim, dengan imbalan berupa uang tunai atau hadiah menarik.

Selain itu, kompensasi non-finansial, seperti pengakuan prestasi dan peluang pengembangan karier, dirancang untuk meningkatkan kepuasan pegawai. Cirenginaja.id mendukung keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi dengan memberikan fleksibilitas dalam jam kerja serta opsi bekerja dari rumah. Dengan tujuan menarik dan mempertahankan talenta, sistem kompensasi ini menawarkan imbalan yang kompetitif dan mendorong peningkatan kinerja pegawai. Dengan demikian, Cirenginaja.id berkomitmen untuk menciptakan motivasi yang tinggi di kalangan pegawai, meningkatkan produktivitas, dan mencapai tujuan perusahaan.

2.5.8 Perizinan

Perizinan diperlukan untuk memastikan jika seluruh operasi bisnis berjalan berdasarkan regulasi dan hukum. Sehingga Cirenginaja.idn dapat menjamin kredibilitas dan legalitasnya untuk mendapatkan kepercayaan konsumen. Untuk saat ini, perizinan yang diperlukan adalah Nomor Induk Berusaha (NIB). Mengingat bahwa usaha Cirenginaja.idn ini masih tergolong kecil. Cirenginaja.idn membutuhkan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk memastikan jika usaha ini telah legal dan memiliki pengakuan secara resmi sebagai salah satu UMKM di Indonesia. NIB merupakan perizinan tahap awal sebelum mengurus perizinan lainnya jika usaha ini berkembang dengan pesat. Proses pengurusan perizinan akan diajukan secara *online* melalui laman website *Online Single Submission* (OSS). Cirenginaja.idn juga harus memperhatikan beberapa peraturan perundang - undangan mengenai kegiatan perdagangan, perlindungan konsumen, dan dampak pada lingkungan.

2.6 Aspek Keuangan

2.6.1 Biaya Tetap

Tabel 2. 2 Mesin dan Peralatan

No.	Komponen	Volume	Satuan	Harga (Rp)	Umur Ekonomis	Penyusutan (Rp)
1	Meja Kerja Pengemasan Produk	1	Unit	Rp 300.000	5	Rp 60.000
2	Meja Transaksi	1	Unit	Rp 150.000	5	Rp 30.000
3	Meja Kerja Memasak	1	Unit	Rp 300.000	5	Rp 60.000
4	Meja Kerja Produksi	1	Unit	Rp 300.000	5	Rp 60.000
5	Lemari Penyimpanan	1	Unit	Rp 30.000	5	Rp 6.000
6	Penggorengan	1	Unit	Rp 50.000	5	Rp 10.000
7	Kompore Gas	1	Unit	Rp 120.000	5	Rp 24.000
8	Saringan Minyak	1	Unit	Rp 15.000	5	Rp 3.000
9	Lemari Pendingin	1	Unit	Rp 850.000	5	Rp 170.000
10	Wadah Penyimpanan Ukuran M	2	Unit	Rp 20.000	5	Rp 4.000
11	Timbangan Digital	1	Unit	Rp 25.000	5	Rp 5.000
12	Spatula	1	Unit	Rp 10.000	5	Rp 2.000
13	Panci	1	Unit	Rp 25.000	5	Rp 5.000
14	Tempat Sampah	1	Unit	Rp 15.000	5	Rp 3.000
15	Banner	1	Unit	Rp 80.000	1	Rp 80.000
16	Blender	1	Unit	Rp 150.000	5	Rp 30.000
17	Cetakan Cireng	2	Unit	Rp 10.000	5	Rp 2.000
18	Komputer Tablet	1	Unit	Rp 1.999.000	5	Rp 399.800
18	Mesin Vakum	1	Unit	Rp 500.000	5	Rp 100.000
Jumlah				Rp 4.949.000		Rp 1.053.800

Sumber: data primer yang diolah 2024

Tabel 2. 3 Biaya Tetap

No.	Komponen	Biaya per Bulan (Rp)
1	Penyusutan Mesin dan Peralatan	Rp 87.817
2	Biaya Sewa Tempat	Rp 300.000
3	Biaya Utilitas	Rp 100.000
4	Gaji	Rp 1.870.000
5	Promosi dan Pemasaram	Rp 150.000
Jumlah		Rp 2.507.817

Sumber: data primer yang diolah 2024

2.6.2 Biaya Variabel

Tabel 2. 4 Biaya Variabel

No.	Komponen	Volume	Satuan	Harga (Rp)
1	Tepung Tapioka	18,5	Kg	Rp 222.000
2	Tepung Terigu	16,75	Kg	Rp 167.500
3	Gula	2	Kg	Rp 32.000
4	Garam	1	Pck	Rp 6.000
5	Penyedap Rasa	14	Pcs	Rp 7.000
6	Daun Jeruk	10	Gram	Rp 200
7	Bawang Merah	40	Gram	Rp 1.600
8	Bawang Putih	100	Gram	Rp 5.000
9	Cabai Merah Keriting	300	Gram	Rp 15.000
10	Cabai Rawit Merah	100	Gram	Rp 6.000
11	Minyak Goreng	7	Lt	Rp 105.000
12	Bubuk Ayam Bawang	200	Gram	Rp 4.000
13	Bubuk Cabai	500	Gram	Rp 16.000
14	Bubu Rumput Laut	500	Gram	Rp 16.000
15	Bubuk BBQ	500	Gram	Rp 16.000
16	Bubuk Keju	500	Gram	Rp 16.000
17	Keju	250	Gram	Rp 12.000
18	Daging Ayam	9	Kg	Rp 297.000
19	Lada Bubuk	5	Pcs	Rp 5.000
20	Kemasan Keripik Cireng	200	Pcs	Rp 200.000
21	Plastik Take Away	5	Pck	Rp 25.000
22	Plastik Kemasan Vakum	204	Pcs	Rp 40.800
23	Saus Bolognese	1	Kg	Rp 34.500
24	Jagung	1	Kg	Rp 19.000
25	Sosis	1	Pck	Rp 15.000
26	Kemasan Cireng	204	Pcs	Rp 306.000
Jumlah				Rp 1.589.600

Sumber: data primer yang diolah 2024

2.6.3 Harga Pokok Produksi (HPP)

Tabel 2. 5 Cireng Isi Varian Pizza

No.	Komponen	Volume	Satuan	Harga
1	Tepung Tapioka	3	Kg	Rp 36.000
2	Tepung Terigu	1,5	Kg	Rp 15.000
3	Saus Bolognese	1	Kg	Rp 34.500
4	Jagung	1	Kg	Rp 18.000
5	Sosis	1	Pck	Rp 15.000
6	Keju	250	Gram	Rp 12.000
7	Minyak Goreng	1	Lt	Rp 15.000
8	Plastik Kemasan Vakum	45	Pcs	Rp 9.000
9	Plastik Kemasan	45	Pcs	Rp 67.500
Jumlah				Rp 222.000

Sumber: data primer yang diolah 2024

Biaya Tetap	= Rp 313.477
Biaya Variabel	= Rp 222.000
Total Biaya	= Rp 535.477 / 45 Pcs
HPP + Margin Keuntungan	= Rp 11.899 + 26%
	= Rp 14.993
Harga Jual	= Rp 15.000

Tabel 2. 6 HPP Cireng Isi Varian Seblak Ayam

No.	Komponen	Volume	Satuan	Harga
1	Tepung Tapioka	3,5	Kg	Rp 42.000
2	Tepung Terigu	1,75	Kg	Rp 17.500
3	Cabai Merah Keriting	100	Gram	Rp 5.000
4	Cabai Rawit Merah	100	Gram	Rp 6.000
5	Daun Jeruk	2	Lembar	Rp 200
6	Bawang Merah	20	Gram	Rp 2.000
7	Bawang Putih	50	Gram	Rp 2.500
8	Lada Bubuk	2	Pcs	Rp 2.000
9	Penyedap Rasa	2	Pcs	Rp 1.000
10	Gula	20	Gram	Rp 50
11	Daging Ayam	3	Kg	Rp 99.000
12	Garam	10	Gram	Rp 20
13	Minyak Goreng	1	Lt	Rp 15.000
14	Plastik Kemasan Vakum	53	Pcs	Rp 10.600
15	Plastik Kemasan	53	Pcs	Rp 79.500
Jumlah				Rp 282.370

Sumber: data primer yang diolah 2024

Biaya Tetap	= Rp 313.477
Biaya Variabel	= Rp 282.370
Total Biaya	= Rp 595.847 / 53 Pcs
HPP + Margin Keuntungan	= Rp 11.242 + 33%
	= Rp 14.952
Harga Jual	= Rp 15.000

Tabel 2. 7 HPP Cireng Isi Varian Ayam Cabe Ijo

No.	Komponen	Volume	Satuan	Harga
1	Tepung Tapioka	3,5	Kg	Rp 42.000
2	Tepung Terigu	1,75	Kg	Rp 17.500
3	Cabai Hijau Keriting	200	Gram	Rp 10.000
4	Daun Jeruk	2	Lembar	Rp 200
5	Bawang Merah	20	Gram	Rp 2.000
6	Bawang Putih	50	Gram	Rp 2.500
7	Lada Bubuk	2	Pcs	Rp 2.000
8	Penyedap Rasa	2	Pcs	Rp 1.000
9	Gula	20	Gram	Rp 50
10	Daging Ayam	3	Kg	Rp 99.000
11	Minyak Goreng	1	Lt	Rp 15.000
12	Garam	10	Gram	Rp 20
13	Plastik Kemasan Vakum	53	Pcs	Rp 10.600
14	Plastik Kemasan	53	Pcs	Rp 79.500
Jumlah				Rp 281.370

Sumber: data primer yang diolah 2024

Biaya Tetap	= Rp 313.477
Biaya Variabel	= Rp 281.370
Total Biaya	= Rp 594.847 / 53 Pcs
HPP + Margin Keuntungan	= Rp 11.224 + 33%
	= Rp 14.928

Harga Jual = Rp 15.000

Tabel 2. 8 HPP Cireng Isi Varian Rendang Ayam

No.	Komponen	Volume	Satuan	Harga
1	Tepung Tapioka	3,5	Kg	Rp 42.000
2	Tepung Terigu	1,75	Kg	Rp 17.500
3	Cabai Rawit	50	Gram	Rp 3.000
4	Daun Jeruk	2	Lembar	Rp 200
5	Bumbu Instan Rendang	2	Pcs	Rp 12.000
6	Lada Bubuk	1	Pcs	Rp 2.000
7	Daging Ayam	3	Kg	Rp 99.000
8	Minyak Goreng	1	Lt	Rp 15.000
9	Plastik Kemasan Vakum	53	Pcs	Rp 10.600
10	Plastik Kemasan	53	Pcs	Rp 79.500
Jumlah				Rp 280.800

Sumber: data primer yang diolah

Biaya Tetap = Rp 313.477
 Biaya Variabel = Rp 280.800
 Total Biaya = Rp 594.277 / 53 Pcs
 HPP + Margin Keuntungan = Rp 11.213 + 33%
 = Rp 14.913
 Harga Jual = Rp 15.000

Tabel 2. 9 HPP Keripik Cireng

No.	Komponen	Volume	Satuan	Harga (Rp)
1	Tepung Tapioka	5	Kg	Rp 60.000
2	Tepung Terigu	10	Kg	Rp 100.000
3	Gula	200	Gram	Rp 3.200
4	Garam	250	Gram	Rp 3.000
5	Penyedap Rasa	16	Pcs	Rp 8.000
6	Daun Jeruk	10	Lembar	Rp 2.000
7	Bubuk Ayam Bawang	200	Gram	Rp 4.000
8	Bubuk Cabai	500	Gram	Rp 16.000
9	Bubu Rumput Laut	500	Gram	Rp 16.000
10	Bubuk BBQ	500	Gram	Rp 16.000
11	Bubuk Keju	500	Gram	Rp 16.000
12	Minyak Goreng	3	Lt	Rp 45.000
13	Kemasan	200	Pcs	Rp 200.000
Jumlah				Rp 489.200

Sumber: data primer yang diolah

Biaya Tetap = Rp 1.253.908
 Biaya Variabel = Rp 489.200
 Total Biaya = Rp 1.743.108 / 200 Pcs
 HPP + Margin Keuntungan = Rp 8.716 + 14%
 = Rp 9.936
 = Rp 10.000

2.6.4 Harga Per Unit

Tabel 2. 10 Harga Jual

Jenis Produk	Harga Jual (Rp)	Jumlah Produksi	Total Nilai
Cireng Frozen Varian Pizza	Rp 15.000	45	Rp 675.000
Cireng Frozen Varian Seblak Ayam	Rp 15.000	53	Rp 795.000
Cireng Frozen Varian Ayam Cabe Ijo	Rp 15.000	53	Rp 795.000
Cireng Frozen Varian Ayam Rendang	Rp 15.000	53	Rp 795.000
Keripik Cireng Varian Pedas	Rp 10.000	50	Rp 500.000
Keripik Cireng Varian Rumput Laut	Rp 10.000	50	Rp 500.000
Keripik Cireng Varian BBQ	Rp 10.000	50	Rp 500.000
Keripik Cireng Varian Keju	Rp 10.000	50	Rp 500.000
Jumlah			Rp 5.060.000

Sumber: data primer yang diolah 2024

Tabel 2. 11 Harga Jual TokoPedia

Jenis Produk	Harga Awal (Rp)	Harga Akhir (Rp)
Cireng Frozen Varian Pizza	Rp 15.000	Rp 16.200
Cireng Frozen Varian Seblak Ayam	Rp 15.000	Rp 16.200
Cireng Frozen Varian Ayam Cabe Ijo	Rp 15.000	Rp 16.200
Cireng Frozen Varian Ayam Rendang	Rp 15.000	Rp 16.200
Keripik Cireng Varian Pedas	Rp 10.000	Rp 10.800
Keripik Cireng Varian Rumput Laut	Rp 10.000	Rp 10.800
Keripik Cireng Varian BBQ	Rp 10.000	Rp 10.800
Keripik Cireng Varian Keju	Rp 10.000	Rp 10.800

Keterangan: biaya layanan aplikasi 8%

Tabel 2. 12 Harga Jual Shopee

Jenis Produk	Harga Awal (Rp)	Harga Akhir (Rp)
Cireng Frozen Varian Pizza	Rp 15.000	Rp 16.125
Cireng Frozen Varian Seblak Ayam	Rp 15.000	Rp 16.125
Cireng Frozen Varian Ayam Cabe Ijo	Rp 15.000	Rp 16.125
Cireng Frozen Varian Ayam Rendang	Rp 15.000	Rp 16.125
Keripik Cireng Varian Pedas	Rp 10.000	Rp 10.750
Keripik Cireng Varian Rumput Laut	Rp 10.000	Rp 10.750
Keripik Cireng Varian BBQ	Rp 10.000	Rp 10.750
Keripik Cireng Varian Keju	Rp 10.000	Rp 10.750

Keterangan: biaya layanan kategori B 7,5%

Tabel 2. 13 Harga Jual Gojek

Jenis Produk	Harga Awal (Rp)	Harga Akhir (Rp)
Cireng Isi Varian Pizza	Rp 15.000	Rp 19.000
Cireng Isi Varian Seblak Ayam	Rp 15.000	Rp 19.000
Cireng Isi Varian Ayam Cabe Ijo	Rp 15.000	Rp 19.000
Cireng Isi Varian Ayam Rendang	Rp 15.000	Rp 19.000
Keripik Cireng Varian Pedas	Rp 10.000	Rp 13.000
Keripik Cireng Varian Rumput Laut	Rp 10.000	Rp 13.000
Keripik Cireng Varian BBQ	Rp 10.000	Rp 13.000
Keripik Cireng Varian Keju	Rp 10.000	Rp 13.000

Keterangan: biaya layanan kategori 20% + Rp 1.000

2.6.5 Gaji Karyawan

Tabel 2. 14 Gaji

Jabatan	Volume	Gaji
CEO	1	Rp 750.000
Karyawan Tetap	1	Rp 700.000
Karyawan <i>Part-Time</i>	1	Rp 420.000
Jumlah		Rp 1.870.000

Sumber: data primer yang diolah 2024

2.6.6 Kebutuhan Modal

Tabel 2. 15 Kebutuhan Modal

Dana yang dibutuhkan	Jumlah	Total
Pembelian Mesin dan Peralatan	Rp4.949.000	
Biaya Variabel	Rp1.589.600	
Biaya Sewa Tempat	Rp 300.000	
Biaya Utilitas	Rp 100.000	
Gaji	Rp1.870.000	
Promosi dan Pemasaran	Rp 150.000	
Total dana yang dibutuhkan		Rp8.958.600

Sumber: data primer yang diolah 2024

2.6.7 R/C Ratio

$$TR/TC = Rp 5.060.000 / Rp 4.097.417 = Rp 1,23$$

Keterangan :
 TR : Penerimaan
 TC : Biaya Total

Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh nilai 1,23. Hal tersebut menunjukkan bahwa R/C ratio > 1, maka dapat dinyatakan bahwa Cirenginaja.idn merupakan usaha yang menguntungkan.

2.6.8 Analisis Pendapatan

Tabel 2. 16 Pendapatan Perbulan

No.	Uraian	Jumlah
1	Penerimaan (TR)	Rp5.060.000
2	Biaya Produksi (TC)	Rp4.097.417
Penerimaan		Rp 962.583

Sumber: data primer yang diolah 2024

2.6.9 Pengembalian Modal

$$\begin{aligned} \text{Pengembalian modal} &= \text{Modal Awal} / \text{EAT} \\ &= \text{Rp } 8.958.600 / \text{Rp } 962.583 \\ &= 1,77 \text{ bulan.} \end{aligned}$$

Dari perhitungan tersebut, waktu yang diperlukan Cirenginaja.idn dalam mengembalikan modal adalah 1 bulan 3 minggu 3 hari.

2.6.10 Proyeksi Laba Rugi

Tabel 2. 17 Proyeksi Laba Rugi

PROYEKSI LABA RUGI CIRENGINAJA.IDN PERTRIWULAN			
	Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3
Biaya	0%	2%	5%
Biaya Tetap			
Penyusutan Mesin dan Alat	Rp 87.817	Rp 87.817	Rp 87.817
Biaya Sewa Ttempat	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000
Biaya Utilitas	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000
Gaji	Rp 1.870.000	Rp 1.870.000	Rp 1.870.000
Promosi dan Pemasaran	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000
Total Biaya Tetap	Rp 2.507.817	Rp2.507.817	Rp 2.507.817
Biaya Variabel	Rp 1.589.600	Rp1.621.392	Rp 1.702.462
Total Modal Produksi	Rp 4.097.417	Rp4.129.209	Rp 4.210.279
Pendapatan			
Keripik Cireng (Rp 10.000 x 200)	Rp 2.000.000	Rp 2.040.000	Rp 2.142.000
Cireng Isi (Rp 15.000 x 204)	Rp 3.060.000	Rp 3.121.200	Rp 3.277.260
Total Pendapatan	Rp 5.060.000	Rp5.161.200	Rp 5.419.260
Proyeksi Laba Rugi (Keuntungan)			
Total Pendapatan	Rp 5.060.000	Rp 5.161.200	Rp 5.419.260
Total Modal	Rp 4.097.417	Rp 4.129.209	Rp 4.210.279
Laba Bersih	Rp 962.583	Rp1.031.991	Rp 1.208.981

Sumber: data primer yang diolah 2024

2.6.11 Neraca Awal

Tabel 2. 18 Neraca Awal

NERACA AWAL CIRENGINAJA.IDN 2024			
Aktiva		Passiva	
Kas	Rp8.958.600	Modal Pemilik	Rp8.958.600

Sumber: data primer yang diolah 2024

2.6.12 Laporan Arus Kas

Tabel 2. 19 Proyeksi Arus Kas

PROYEKSI ARUS KAS CIRENGINAJA.IDN PERTRIWULAN			
Keterangan	Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3
	0%	2%	5%
Kas Masuk			
Pendapatan Penjualan Keripik Cireng	Rp 2.000.000	Rp 2.040.000	Rp 2.142.000
Pendapatan Penjualan Cireng Isi	Rp 3.060.000	Rp 3.121.200	Rp 3.277.260
Total Kas Masuk	Rp 5.060.000	Rp 5.161.200	Rp 5.419.260
Kas Keluar			
Biaya Penyusutan Mesin dan Alat	Rp 87.817	Rp 87.817	Rp 87.817
Biaya Variabel	Rp 1.589.600	Rp 1.621.392	Rp 1.702.462
Biaya Sewa Tempat	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000
Biaya Utilitas	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000
Gaji	Rp 1.870.000	Rp 1.870.000	Rp 1.870.000
Promosi dan Pemasaran	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000
Total Kas Keluar	Rp 4.097.417	Rp 4.129.209	Rp 4.210.279
Arus Kas Bersih	Rp 962.583	Rp 1.031.991	Rp 1.208.981
Kas Awal	Rp 8.958.600	Rp 962.583	Rp 1.994.574
Kas Akhir	Rp 962.583	Rp 1.994.574	Rp 3.203.555

Sumber: data primer yang diolah 2024

2.7 Aspek Teknologi Digital

2.7.1 Alat

Di Cirenginaja.idn, teknologi digital berperan penting dalam operasional dan pemasaran. Penggunaan *smartphone* sebagai alat utama memungkinkan penulis dan karyawan untuk mengelola bisnis dengan fleksibilitas, baik di lokasi usaha maupun di luar. Selain itu, *smartphone* dilengkapi dengan berbagai aplikasi yang mendukung fungsi seperti manajemen pesanan, komunikasi dengan pelanggan, dan analisis keuangan, sehingga penulis dapat melakukan banyak tugas dalam satu perangkat. Komunikasi menjadi lebih efisien karena aplikasi pesan instan dan media sosial memudahkan interaksi serta memberikan respons cepat terhadap pertanyaan atau keluhan pelanggan.

Dengan akses ke platform digital, Cirenginaja.idn dapat menjual produk secara *online* dan memproses transaksi dengan mudah. Pengelolaan waktu juga lebih baik, karena aplikasi manajemen memungkinkan penulis untuk mengatur jadwal, memantau stok, dan merencanakan aktivitas bisnis dengan efisien. Selain itu, *smartphone* memungkinkan akses data dan laporan secara *real-time*, sehingga penulis dapat mengambil keputusan dengan cepat dan tepat berdasarkan informasi terkini. Terakhir, penggunaan *smartphone* mengurangi kebutuhan akan perangkat keras yang mahal dan kompleks, sehingga menghemat biaya operasional, terutama untuk usaha kecil dan menengah. Dengan semua keuntungan ini, *smartphone* menjadi alat yang efektif untuk

mendukung operasional Cirenginaja.idn dan meningkatkan produktivitas serta kepuasan pelanggan.

2.7.2 Aplikasi Pendukung

Cirenginaja.idn menggunakan beberapa aplikasi untuk kelancaran pemasaran dan operasionalnya, yaitu :

1. Aplikasi Media Sosial

Cirenginaja.idn memanfaatkan berbagai aplikasi media sosial untuk mendukung operasional dan pemasaran, yaitu WhatsApp, Instagram, dan TikTok, masing-masing mempunyai peran yang penting. WhatsApp berfungsi sebagai saluran komunikasi langsung dengan pelanggan. Aplikasi ini memungkinkan penulis untuk menjawab pertanyaan, menerima pesanan, dan memberikan layanan pelanggan dengan cepat dan efisien, sehingga pelanggan merasa lebih terlayani.

Instagram merupakan platform yang efektif, Cirenginaja.idn dapat memposting foto dan video produk untuk menarik perhatian pelanggan. Dengan fitur feed dan stories, Cirenginaja.idn dapat menunjukkan produk sekaligus karakter merek. Hashtag yang tepat juga bisa membantu meningkatkan jangkauan dan visibilitas, serta iklan berbayar untuk menjangkau lebih banyak orang.

Dengan memanfaatkan ketiga aplikasi ini, Cirenginaja.idn bisa meningkatkan visibilitas merek dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Interaksi cepat melalui WhatsApp, konten menarik di Instagram, dan video kreatif di TikTok semuanya mendukung kesuksesan pemasaran Cirenginaja.idn, menjadikannya lebih kompetitif.

Media sosial seperti TikTok dan Instagram digunakan secara efektif untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik perhatian pelanggan. Dengan konten yang kreatif dan interaktif, Cirenginaja.idn bisa menjangkau lebih banyak orang, mempromosikan produk, dan berinteraksi dengan pelanggan.

2. Aplikasi Marketplace

Dalam aspek penjualan, Cirenginaja.idn memanfaatkan platform *e-commerce* seperti Go Food, Tokopedia, dan Shopee untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Go Food berperan dalam memfasilitasi penjualan makanan secara *online*, yang memudahkan pelanggan untuk melakukan pemesanan dan pengantaran. Sementara itu, Tokopedia dan Shopee berfungsi sebagai *marketplace* yang memungkinkan Cirenginaja.idn untuk memasarkan produk dengan lebih luas. Dengan banyaknya pengguna aktif di kedua platform tersebut, Cirenginaja.idn dapat mencapai audiens yang lebih besar dan meningkatkan volume penjualannya. Penggunaan platform-platform ini mendukung Cirenginaja.idn dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih efektif.

3. Aplikasi Kasir

Cirenginaja.idn juga menggunakan aplikasi POST sebagai sistem kasir yang membantu dalam pengelolaan transaksi. Aplikasi ini memudahkan pemilik usaha dalam menyimpan resep, mengelola penggunaan bahan baku, dan memantau stok bahan secara real-time. Dengan fitur ini, Cirenginaja.idn dapat memastikan ketersediaan bahan yang optimal untuk memenuhi permintaan pelanggan. Selain itu, POST mendukung transaksi untuk pembelian langsung di tempat, memberikan kemudahan bagi pelanggan yang ingin menikmati makanan segar tanpa harus memesan secara *online*. Keunggulan lain dari aplikasi POST termasuk laporan penjualan yang detail dan analisis performa produk, yang sangat membantu dalam pengambilan keputusan bisnis.

4. Aplikasi GoPay Merchant

Cirenginaja.idn memanfaatkan QRIS dari GoPay Merchant sebagai metode pembayaran digital, yang mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi. QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) memungkinkan pelanggan untuk membayar dengan memindai kode QR melalui aplikasi GoPay. Beberapa keuntungan dari penggunaan QRIS termasuk transaksi yang cepat dan praktis, dimana pelanggan hanya perlu memindai kode untuk menyelesaikan pembayaran, sehingga prosesnya menjadi lebih efisien. Selain itu, pembayaran melalui QRIS aman dan dapat diandalkan, yang mengurangi risiko penipuan serta kesalahan transaksi. QRIS juga dapat diakses oleh berbagai aplikasi *e-wallet* lainnya, memberikan lebih banyak pilihan pembayaran bagi pelanggan. Pengumpulan ulasan positif dapat membantu meningkatkan reputasi Cirenginaja.idn dan menarik lebih banyak pembeli.

BAB III

LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS

3.1 Profil Bisnis

Cirenginaja.idn didirikan pada 7 Maret 2024 di Yogyakarta dan fokus pada industri kuliner makanan ringan. Lokasi usahanya saat ini terletak di Jl. Maulana Yusuf No. 1, RT/RW 001/001, Rangkasbitung.

Sejak awal, Cirenginaja.idn telah menunjukkan perkembangan yang luar biasa. Usaha ini dimulai dengan produksi yang dilakukan secara mandiri di kamar kost berukuran 4x5 m, dengan penjualan hanya mencapai 10 pembeli per minggu. Melalui strategi pemasaran yang tepat dan produk berkualitas tinggi, Cirenginaja.idn berhasil menarik perhatian mahasiswa di Yogyakarta, yang menjadi pelanggan setia pada fase awal.

Dalam waktu singkat, Cirenginaja.idn berhasil meningkatkan kapasitas produksinya dan membuka outlet pertamanya di Rangkasbitung. Penjualan melonjak pesat, dengan rata-rata 50 pembeli per hari dalam lima bulan terakhir setelah pembukaan *outlet*. Pertumbuhan ini sangat didorong oleh konsistensi kualitas produk dan inovasi yang terus dilakukan, seperti meluncurkan varian baru yang sesuai dengan preferensi konsumen.

Dengan meningkatnya permintaan, Cirenginaja.idn menambah dua pekerja untuk membantu dalam proses produksi dan pelayanan. Penambahan karyawan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memungkinkan Cirenginaja.idn untuk memberikan layanan pelanggan yang lebih baik. Dengan tim yang lebih besar, Cirenginaja.idn dapat memenuhi lebih banyak pesanan dengan cepat, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Cirenginaja.idn juga telah memperluas kehadirannya di berbagai platform *e-commerce* seperti Shopee, TokoPedia, Shopee Food dan Go Food. Meskipun sebagian besar penjualan masih berasal dari saluran *offline*, kehadiran di platform *online* memberikan peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Cirenginaja.idn aktif melakukan promosi di media sosial dan melaksanakan kampanye pemasaran *online* untuk menarik pelanggan baru. Dengan memanfaatkan teknologi, Cirenginaja.idn berusaha meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan membangun pelanggan setia.

Dalam upaya untuk terus berinovasi, Cirenginaja.idn merencanakan penyelenggaraan promosi yang menarik. Pada bulan April, tepatnya pada tanggal 6 April 2025 Cirenginaja.idn memutuskan untuk membuat menu baru yaitu cireng kuah *chili oil*, cireng kuah keju, bakso aci kuah *chili oil*, bakso aci kuah keju, dan minuman boba. Dengan langkah-langkah strategis ini, Cirenginaja.idn berkomitmen untuk terus memperluas pasar dan meningkatkan pangsa pasarnya di industri makanan ringan.

3.2 Tinjauan Aspek Operasional

3.2.1 Penggunaan Bahan Baku

Cirenginaja.idn selalu memilih bahan baku berkualitas tinggi untuk menjaga cita rasa dan kepuasan pelanggan. Penggunaan bahan berkualitas tidak hanya mempengaruhi rasa makanan, tetapi juga keseluruhan pengalaman konsumen. Dengan mengutamakan kualitas, Cirenginaja.idn berkomitmen untuk menyajikan produk yang lezat dan konsisten, sehingga pelanggan dapat menikmati hidangan yang memuaskan setiap kali mereka berkunjung.

Selain itu, penggunaan bahan baku yang berkualitas membantu Cirenginaja.idn membangun reputasi sebagai penyedia makanan yang terpercaya. Dengan menjaga standar kualitas yang tinggi, Cirenginaja.idn berusaha menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan, yang akan meningkatkan loyalitas dan kepercayaan terhadap merek. Melalui pendekatan ini, Cirenginaja.idn tidak hanya fokus pada penjualan, tetapi juga pada menciptakan pengalaman kuliner yang luar biasa bagi setiap pelanggan. Berikut merupakan tabel *supplier* yang digunakan oleh Cirenginaja.idn dalam memproduksi keripik cireng dan cireng isi:

Tabel 3. 1 Supplier 1

No	Komponen	Volume	Satuan	Harga (Rp)	Supplier	Kualitas
1	Tepung Terigu	1000	gr	Rp 10.000	Goldie Mart	Baik
2	Tepung Tapioka	1000	gr	Rp 12.000	Goldie Mart	Baik
3	Gula	500	gr	Rp 12.000	Goldie Mart	Baik
4	Garam	250	gr	Rp 2.500	Goldie Mart	Baik
5	Penyedap Rasa	440	gr	Rp 20.900	Goldie Mart	Baik
6	Daun Jeruk	50	gr	Rp 6.000	In Perkebunan	Segar
7	Bawang Merah	500	gr	Rp 33.000	Jangkau Sayur Nusantara	Segar
8	Bawang Putih	500	gr	Rp 34.000	Jangkau Sayur Nusantara	Segar
9	Cabai Merah Keriting	250	gr	Rp 15.000	Jangkau Sayur Nusantara	Segar
10	Cabai Rawit merah	500	gr	Rp 45.000	Jangkau Sayur Nusantara	Segar
11	Bubuk Rumput Laut	15	gr	Rp 9.980	Toko Rara 2	Premium
12	Bubuk Ayam Bawang	250	gr	Rp 9.000	Toko Rara 2	Premium
13	Bubuk Cabai	100	gr	Rp 13.000	Toko Rara 2	Premium
14	Bubuk BBQ	100	gr	Rp 5.905	Toko Rara 2	Premium
15	Bubuk Keju	100	gr	Rp 17.700	Toko Rara 2	Premium
16	Daging Ayam	1000	gr	Rp 33.000	Lapak Mang Ing Ps. Rangkasbitung	Segar
17	Lada Bubuk	100	gr	Rp 14.000	Toko Rara 2	Baik
18	Kemasan Keripik Cireng	500	pcs	Rp 1.096.300	KB1993	Kuat
19	Plastik	1	pck	Rp 7.000	Goldie Mart	Kuat
20	Plastik Kemasan Vakum	1	pcs	Rp 390	Carter	Kuat
21	Saus Bolognese	315	gr	Rp 13.700	Goldie Mart	Premium
22	Jagung	500	gr	Rp 9.000	Jangkau Sayur Nusantara	Segar
23	Sosis	500	gr	Rp 25.900	Goldie Mart	Baik
24	Kemasan Cireng Frozen	500	pcs	Rp 1.096.300	KB1993	Kuat
25	Minyak goreng	1000	ml	Rp 16.000	Toko Sembako BATM 3	Baik
26	Air	15000	ml	Rp 21.000	Toko Sembako BATM 3	Baik
27	Keju	250	gr	Rp 12.000	Goldie Mart	Premium

Tingkat pembelian bahan baku ke *supplier* seringkali tidak konsisten, tergantung pada jumlah permintaan dari pelanggan. Ketika permintaan meningkat, penulis harus

meningkatkan pembelian untuk memastikan ketersediaan produk. Sebaliknya, jika permintaan menurun, pembelian akan disesuaikan untuk mencegah kelebihan stok.

Faktor musiman, trend makanan, dan promosi dapat mempengaruhi permintaan. Oleh karena itu, penulis perlu terus memantau pasar dan perilaku konsumen untuk mengoptimalkan tingkat pembelian. Dengan strategi yang tepat, Cirenginaja.idn dapat menjaga keseimbangan antara pasokan dan permintaan, memastikan kelancaran operasional dan kepuasan pelanggan.

Cirenginaja.idn baru saja meluncurkan beberapa menu baru yang menarik pada tanggal 6 April 2025, sehingga jumlah *supplier* meningkat. Penambahan menu ini memperluas variasi produk dan meningkatkan kebutuhan akan bahan baku berkualitas. Dengan hadirnya menu baru, penulis mencari *supplier* yang dapat menyediakan bahan segar dan berkualitas tinggi untuk memastikan setiap hidangan memenuhi standar. Penulis berkomitmen menggunakan bahan lokal untuk mendukung UMKM setempat. Selain itu, penambahan *supplier* membantu penulis menjaga ketersediaan stok bahan, penting untuk memenuhi permintaan yang terus meningkat.

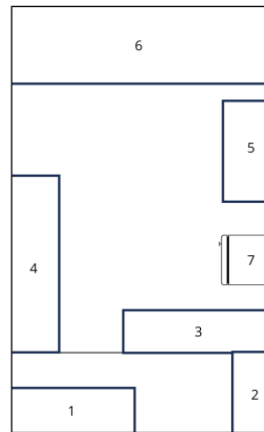
Melalui strategi ini, Cirenginaja.idn memperkuat hubungan dengan *supplier* dan meningkatkan kualitas serta keberagaman produk, memberikan nilai lebih bagi pelanggan. Berikut merupakan daftar *supplier* baru yang digunakan oleh Cirenginaja.idn:

Tabel 3. 2 *Supplier 2*

No	Komponen	Volume	Satuan	Harga (Rp)	Supplier	Kualitas
1	Sendok Plastik	1	pck	Rp 8.350	Cahaya Pratama Mart	Baik
2	Paper Bowl	1	pck	Rp 17.422	Tokyo Pack	Baik
3	Paper Bag	1	pck	Rp 12.000	Sifa Packaging	Baik
4	Cuanki Lidah	50	pcs	Rp 14.999	Distributor Cuanki dan Seblak	Baik
5	Siomay Kering	50	pcs	Rp 16.500	Distributor Cuanki dan Seblak	Baik
6	Bakso Ikan	24	pcs	Rp 14.500	Surya.Jaya99	Baik
7	Keju	250	gr	Rp 14.500	Healthslim25	Premium
8	Keju Bubuk	500	gr	Rp 40.000	Maiza Grosir Cokelat	Premium
9	Boba	1000	gr	Rp 21.500	Tanara Powder	Premium
10	Bubuk Minuman Varian Coklat	1000	gr	Rp 40.000	Bimbozone Official Shop	Premium
11	Bubuk Minuman Varian Cappucino	1000	gr	Rp 40.000	Bimbozone Official Shop	Premium
12	Bubuk Minuman Varian Taro	1000	gr	Rp 40.000	Bimbozone Official Shop	Premium
13	Es	1000	gr	Rp 20.000	Es Batu Kristal Rangkas	Premium
14	Gelas Plastik 14 Oz	1	pck	Rp 7.000	Sifa Packaging	Baik
15	Sedotan	1	pck	Rp 7.100	Sifa Packaging	Baik

3.2.2 Proses Produksi

a) Layout



Gambar 3. 1 Layout

Keterangan:

- 1 : Meja kerja pembuatan minuman
- 2 : Kursi tunggu
- 3 : Meja transaksi
- 4 : Meja kerja pengemasan produk
- 5 : Meja kerja memasak
- 6 : Meja kerja produksi
- 7 : Lemari penyimpanan

Layout untuk tempat produksi dan pengemasan ini dirancang agar proses operasional berjalan dengan efisien. Di bagian produksi, terdapat beberapa meja kerja besar yang digunakan untuk menyiapkan bahan dan memasak produk. Area ini dilengkapi dengan peralatan memasak, sehingga memungkinkan pekerja untuk melaksanakan berbagai tahap produksi dengan efektif. Selain itu, tersedia kulkas dan lemari penyimpanan untuk menjaga kesegaran bahan baku dan menyimpan alat yang diperlukan.

Setelah selesai diproduksi, produk akan dipindahkan ke area pengemasan. Di sini, terdapat meja khusus yang mempermudah proses pengemasan, serta peralatan dan bahan seperti plastik dan kotak untuk membungkus produk. Ada juga ruang penyimpanan untuk menyimpan produk yang sudah dikemas sebelum didistribusikan. Di bagian depan, terdapat meja kerja untuk pembuatan minuman, yang berfungsi sebagai area untuk menyiapkan dan meracik minuman, memungkinkan pelayanan yang cepat. Di sampingnya, kursi tunggu disediakan agar pelanggan merasa nyaman saat menunggu. Meja transaksi terletak di tengah, menjadi titik utama untuk pembayaran dan pengemasan produk. Desain layout ini

memastikan alur kerja yang lancar dengan mengurangi jarak antara area produksi dan pengemasan, sehingga meningkatkan efisiensi keseluruhan dari proses operasional.

b) Peralatan Produksi

Tabel 3. 3 Peralatan produksi

No.	Komponen	Volume	Satuan
1	Penggorengan	1	Unit
2	Kompas Gas	1	Unit
3	Saringan Minyak	1	Unit
4	Lemari Pendingin	1	Unit
5	Wadah Penyimpanan	2	Unit
6	Timbangan Digital	1	Unit
7	Spatula	1	Unit
8	Panci	1	Unit
9	Tempat Sampah	1	Unit
10	Banner	1	Unit
11	Blender	2	Unit
12	Cetakan Cireng	2	Unit
13	Mesin Vakum	1	Unit
14	Mesin Cup Sealer	1	Unit
15	Wadah Bumbu	6	Unit

Dalam proses pembuatan keripik cireng dan cireng isi, berbagai alat dan bahan digunakan untuk memastikan kualitas produk yang dihasilkan. Penggorengan menjadi alat utama untuk menggoreng keripik cireng sehingga menghasilkan tekstur yang renyah. Penggorengan juga digunakan untuk menggoreng cireng isi sampai setengah matang. Hal tersebut dilakukan agar bentuk cireng isi masih sempurna ketika melalui proses vakum. Kompas gas berfungsi untuk memanaskan penggorengan dan memberikan kontrol suhu yang diperlukan selama proses tersebut. Setelah melalui proses penggorengan, keripik cireng dan cireng isi memerlukan saringan minyak berfungsi untuk menyaring minyak setelah penggorengan, menjaga kebersihan produk.

Selain itu, Cirenginaja.idn memerlukan lemari pendingin yang digunakan untuk menyimpan bahan-bahan dan produk akhir agar tetap segar, sedangkan wadah penyimpanan membantu menjaga kebersihan dan keteraturan bahan. Timbangan digital digunakan untuk memastikan proporsi bahan yang tepat untuk konsistensi rasa. Spatula digunakan untuk mengaduk adonan dan memindahkan cireng ke dalam penggorengan, sehingga menjaga bentuk dan tekstur.



Panci digunakan untuk merebus atau memasak bahan sebelum digoreng, terutama untuk cireng isi, sementara blender berfungsi untuk menghaluskan bumbu. Cetakan cireng membantu membentuk adonan menjadi bentuk yang seragam dan menarik. Terakhir, mesin vakum digunakan untuk mengemas keripik cireng agar tetap segar dan renyah dan cireng isi untuk menghilangkan udara dari


kemasan sehingga membuat umur produk lebih lama. Dengan semua alat dan bahan ini, proses pembuatan dapat berjalan efisien, menghasilkan produk berkualitas tinggi.

Cirenginaja.idn juga mempunyai peralatan baru untuk pembuatan produk baru. Peralatan tambahan yang digunakan yaitu mesin *cup sealer*, pisau, tempat penyimpanan bumbu yang berjumlah 1 buah dan mesin printer *invoice* yang akan mendukung operasional Cirenginaja.idn.

c) Proses Produksi


Tabel 3. 4 Proses Produksi Adonan Kulit Cireng

Deskripsi	Dokumentasi
<p>1. Masukkan bahan kering yaitu tepung terigu 1.500 gr, tepung tapioka 3.000 gr, lada bubuk 4 gr, dan penyedap rasa 16 gr ke dalam wadah kemudian aduk rata.</p>	
<p>2. Haluskan bawang putih, setelah halus. Siapkan panci berisi air 2.000 ml. Masukkan bawang putih yang telah halus ke dalam air kemudian masak hingga mendidih. Setelah air bawang putih mendidih, campurkan air dengan bahan kering yang sudah ada di dalam wadah kemudian aduk hingga adonan menjadi kalis.</p>	

<p>3. Setelah kalis, timbang adonan sebanyak 40 gr kemudian <i>roll</i> adonan dan sisihkan terlebih dahulu.</p>	
--	--



Tabel 3. 5 Proses Produksi Isian Cireng Varian Pizza

Deskripsi	Dokumentasi
<p>1. Siapkan wajan, nyalakan kompor dan masukkan 50 ml minyak goreng. Setelah panas, tumis 500 gr saus bolognese.</p>	
<p>2. Masukkan jagung pipil 500 gr, sosis yang sudah dipotong kecil 250 gr. Masak hingga matang.</p>	


<p>3. Setelah matang, matikan api dan tambahkan 100 gr parutan keju.</p>	
--	--




Tabel 3. 6 Proses Produksi Isian Cireng Varian Seblak Ayam

Deskripsi	Dokumentasi
<p>1. Langkah pertama, siapkan daging ayam 1.000 gr yang sudah dicuci bersih kemudian rebus selama 30 menit. Setelah matang, suwir-suwir daging ayam kemudian sisihkan.</p>	
<p>2. Siapkan bumbu, haluskan cabai merah keriting 100 gr, cabai rawit merah 100 gr, dan bawang merah 50 gr, bawang putih 50 gr.</p>	




<p>3. Setelah bumbu halus nyalakan kompor, siapkan wajan dan masukkan 100 ml minyak goreng. Jika minyak sudah panas, masukkan bumbu yang sudah halus. Tumis bumbu hingga benar-benar matang. Setelah bumbu matang, masukkan 5 gr daun jeruk yang sudah diiris tipis, lada bubuk 4 gr, penyedap rasa 8 gr, gula 10 gr, dan garam 5 gr.</p>	
<p>4. Masukkan suwiran ayam ke dalam bumbu, setelah itu aduk sampai ayam tercampur rata dengan bumbu. Masak sekitar 10 menit hingga kadar air yang ada di daging ayam menyusut.</p>	

Tabel 3. 7 Proses Produksi Isian Cireng Varian Ayam Cabe Ijo




Deskripsi	Dokumentasi
<p>1. Langkah pertama, siapkan 1.000 gr daging ayam yang sudah dicuci bersih kemudian rebus selama 30 menit. Setelah matang, suwir-suwir daging ayam kemudian sisihkan.</p>	

<p>2. Siapkan bumbu, haluskan cabai hijau keriting 200 gr, bawang merah 50 gr, dan bawang putih 50 gr.</p>	
<p>3. Setelah bumbu halus nyalakan kompor, siapkan wajan dan masukkan 100 ml minyak goreng. Jika minyak sudah panas, masukkan bumbu yang sudah halus. Tumis bumbu hingga benar-benar matang. Setelah bumbu matang, masukkan 5 gr irisan daun jeruk, lada bubuk 4 gr, penyedap rasa 8 gr, gula 10 gr, dan garam 5 gr.</p>	
<p>4. Masukkan suwiran ayam ke dalam bumbu, setelah itu aduk sampai ayam tercampur rata dengan bumbu. Masak sekitar 10 menit hingga kadar air yang ada di daging ayam menyusut.</p>	


Tabel 3. 8 Proses Produksi Isian Cireng Varian Rendang Ayam


Deskripsi	Dokumentasi
1. Haluskan cabai rawit merah sebanyak 50 gr.	
2. Setelah cabai halus nyalakan kompor, siapkan wajan dan masukkan 50 ml minyak goreng. Jika minyak sudah panas, tumis cabai yang telah dihaluskan dan bumbu rendang instan 50 gr kemudian masukkan 5 gr daun jeruk yang telah diiris tipis. Tumis bumbu hingga benar-benar matang.	
3. Setelah itu, masukkan suwiran ayam ke dalam bumbu, aduk sampai ayam tercampur rata dengan bumbu. Masak sekitar 10 menit hingga kadar air yang ada di daging ayam menyusut.	

Tabel 3. 9 Cetak Cireng




Deskripsi	Dokumentasi
1. Ambil adonan kulit cireng yang sudah di <i>roll</i> .	
2. Letakan isian sebanyak 20 gr (seblak ayam/ayam cabe ijo, ayam rendang/pizza) di tengah-tengah adonan.	
3. Kemudian lipat adonan menggunakan cetakan.	


Tabel 3. 10 Pengemasan Cireng Isi Matang

Deskripsi	Dokumentasi
1. Ambil cireng kemudian goreng hingga matang. Setelah matang, cireng ditiriskan untuk mengurangi kandungan minyak.	




<p>2. Masukkan cireng ke dalam <i>packaging paper bag</i>.</p>	
--	--

Tabel 3. 11 Pengemasan Cireng Isi Frozen




Deskripsi	Dokumentasi
<p>1. Ambil cireng kemudian goreng setengah matang.</p>	
<p>2. Tiriskan cireng untuk mengurangi kandungan minyak.</p>	
<p>3. Masukkan 5 buah cireng dalam plastik vakum dan vakum cireng hingga tidak ada udara yang tersisa didalam kemasan.</p>	

<p>4. Setelah di vakum, masukkan cireng dalam kemasan aluminium.</p>	
--	--





Tabel 3. 12 Proses Produksi Keripik Cireng





Deskripsi	Dokumentasi
<p>1. Dalam satu wadah, campurkan tepung tapioka 3.000 gr, tepung terigu 1.500 gr, lada bubuk 4 gr, bawang putih yang telah dihaluskan 5 gr, dan penyedap rasa 16 gr. Aduk rata semua bahan kering hingga tercampur merata.</p>	
<p>2. Tambahkan air sedikit demi sedikit sambil diaduk hingga adonan kalis. Pastikan adonannya tidak terlalu lembek atau terlalu kering.</p>	
<p>3. Bentuk adonan memanjang.</p>	


<p>4. Panaskan air, setelah air mendidih tambahkan sedikit minyak kemudian rebus adonan hingga matang.</p>	
<p>5. Setelah matang, tiriskan adonan dan masukkan ke dalam lemari pendingin kurang lebih selama 5-8 jam agar adonan mengeras. Kemudian potong tipis adonan.</p>	
<p>6. Baluri potongan adonan dengan tepung terigu agar tidak lengket.</p>	
<p>7. Panaskan minyak dalam wajan dengan api sedang. Setelah minyak panas, goreng potongan adonan hingga mengapung dan berwarna keemasan.</p>	

<p>8. Angkat dan tiriskan keripik cireng.</p>	
<p>9. Untuk varian pedas, dapat ditambahkan daun jeruk kering 50 gr, bubuk ayam bawang 100 gr, dan bubuk cabai sebanyak 250 gr. Kemudian aduk hingga rata. Pada varian bbq dapat ditambahkan bubuk bba sebanyak 100 gr. Varian keju, tambahkan bubuk keju sebanyak 100 gr. Pada varian rumput laut, tambahkan bubuk ayam bawang 100 gr dan bubuk rumput laut sebanyak 15 gr.</p>	
<p>10. Setelah semua keripik selesai, masukkan ke dalam packaging dengan berat 80 gr di setiap kemasannya.</p>	



Tabel 3. 13 Proses Produksi Bakso Aci

Deskripsi	Dokumentasi
<p>1. Haluskan cabai merah keriting 100 gr, cabai rawit merah 100 gr, bawang merah 50 gr, dan bawang putih 50 gr. Untuk isian bakso aci.</p>	
<p>2. Setelah halus, panaskan 100 ml minyak dalam wajan kemudian masukkan bumbu dan daun jeruk yang telah diiris tipis sebanyak 5 gr tumis hingga benar-benar matang.</p>	
<p>3. Tambahkan 1.000 gr daging ayam yang sudah disuwir, aduk hingga semua bahan tercampur. Tambahkan lada bubuk 4 gr, penyedap rasa 8 gr, gula 10 gr, garam 5 gr. Aduk hingga bumbu meresap ke dalam daging.</p>	
<p>4. Untuk membuat adonan bakso aci, campurkan tepung tapioka 2.000 gr, tepung terigu, 2.500 gr, lada bubuk 4 gr, 5 gr bawang putih yang telah dihaluskan, penyedap rasa 16 gr, dan daun bawang 10 gr. air 2.500 ml dan daun bawang 10 gr.</p>	



<p>5. Tuangkan 2.500 ml air panas, tambahkan air sedikit demi sedikit sambil diaduk.</p>	
<p>6. Uleni adonan dengan tangan hingga teksturnya halus dan elastis.</p>	
<p>7. Ambil sejumlah adonan dan bentuk bulatan. Untuk bakso aci yang berisi, pipihkan adonan, letakkan isian ayam suwir, dan tutup hingga membentuk bulatan.</p>	
<p>8. Didihkan air dalam panci. Masukkan bakso aci dan masak hingga bakso mengapung, menandakan bahwa bakso sudah matang. Jika sudah matang, simpan di wadah dan masukkan ke dalam lemari pendingin.</p>	

<p>9. Untuk menyajikannya, siapkan <i>paper bowl</i> kemudian masukkan bakso aci besar 1, bakso aci kecil 4, cuanki lidah 1, siomay kering 4, tuangkan kuah (original/keju) kemudian tambahkan <i>chili oil</i> dan potongan jeruk nipis di atasnya.</p>	
--	--



Tabel 3. 14 Proses Produksi Kuah Original


Deskripsi	Dokumentasi
<p>1. Didihkan 1.000 ml air dalam panci hingga mendidih.</p>	
<p>2. Setelah air mendidih, masukkan 100 gr bubuk ayam bawang ke dalam panci. Aduk rata hingga bumbu larut. Tambahkan 50 gr daun jeruk yang telah disobek-sobek. Aduk kembali dan biarkan mendidih selama 5-10 menit agar aroma daun jeruk meresap. Cicipi kuah dan sesuaikan rasa jika perlu.</p>	

Tabel 3. 15 Proses Produksi Kuah Keju




Deskripsi	Dokumentasi
1. Dalam panci, tuangkan 1.000 ml air dan garam 20 gr. Panaskan hingga mendidih.	
2. Setelah air mendidih, masukkan 200 gr bubuk keju dan 100 gr susu bubuk. Aduk rata hingga bumbu larut dan tercampur dengan baik.	





Tabel 3. 16 Proses Produksi *Chili Oil*

Deskripsi	Dokumentasi
1. Panaskan minyak dalam wajan di atas api sedang. Biarkan minyak panas, tetapi jangan sampai mendidih.	
2. Masukkan irisan bawang putih ke dalam minyak yang sudah panas. Tumis hingga bawang berwarna keemasan dan aromanya harum.	

<p>3. Setelah bawang putih matang, tambahkan cabe kering ke dalam panci. Aduk rata dan masak selama 1-2 menit agar cabe mengeluarkan rasa. Tambahkan gula dan garam ke dalam campuran, lalu aduk hingga semua bahan tercampur.</p>	
--	--





Tabel 3. 17 Proses Produksi Cireng Kuah

Deskripsi	Dokumentasi
<p>1. Dalam wadah, campurkan tepung tapioka 3.000 gr, tepung terigu 1.500 gr, lada bubuk 4 gr, dan penyedap rasa 16 gr. Aduk rata.</p>	
<p>2. Tambahkan air panas yang sudah dicampur dengan bawang putih. Tambahkan sedikit demi sedikit, uleni adonan hingga halus dan elastis.</p>	
<p>3. Untuk membuat isian cireng haluskan cabai merah keriting 100 gr, cabai rawit merah 100 gr, daun jeruk 5 gr, bawang merah 50 gr, bawang putih 50 gr, lada bubuk 4 gr, penyedap rasa 8 gr, gula 10 gr, daging ayam yang sudah disuwir 1.000 gr, garam 5 gr, minyak goreng 100 ml.</p>	





<p>4. Panaskan minyak dalam wajan. Masukkan bumbu yang telah dihaluskan, tambahkan irisan daun jeruk sebanyak 5 gr. Tumis hingga matang.</p>	
<p>5. Tambahkan daging ayam suwir, aduk hingga rata. Kemudian masukkan lada bubuk 4 gr, penyedap rasa 8 gr, gula 10 gr, dan garam 5 gr.</p>	
<p>6. Siapkan adonan cireng sebanyak 15 gr kemudian pipihkan.</p>	
<p>7. Masukkan isian cireng ke dalam bagian tengah adonan.</p>	


<p>8. Tutup adonan cireng menggunakan cetakan.</p>	
<p>9. Cireng yang sudah selesai dicetak dapat disimpan menggunakan wadah penyimpanan dan simpan pada lemari pendingin.</p>	
<p>10. Goreng cireng jika ingin disajikan.</p>	
<p>11. Setelah digoreng, tiriskan cireng. Tambahkan kuah sesuai kebutuhan (kuah original/keju). Kemudian tambahkan <i>chili oil</i> di atasnya.</p>	

Tabel 3. 18 Proses Produksi Boba




Deskripsi	Dokumentasi
1. Didihkan 3.000 ml air dalam panci besar.	
2. Setelah air mendidih, masukkan 1.000 gr boba ke dalam panci. Aduk perlahan agar boba tidak lengket.	
3. Masak boba sekitar 30-40 menit hingga boba empuk. Aduk sesekali.	
4. Setelah matang, campurkan 200 gr gula dengan boba. Aduk hingga gula benar-benar larut kemudian matikan api. Simpan boba dalam wadah kedap udara.	

Tabel 3. 19 Proses Produksi Minuman Boba

Deskripsi	Dokumentasi
1. Dalam blender, masukkan 200 ml air, 25 gr bubuk minuman coklat, 80 gr es batu, dan 20 gr gula.	
2. Blender semua bahan hingga halus dan tercampur rata.	
3. Siapkan gelas plastik 14 oz, tambahkan 50 gr boba. tuangkan minuman yang sudah di blender.	
4. Tuangkan minuman yang sudah di blender.	

<p>5. <i>Seal</i> minuman menggunakan mesin <i>cup sealer</i> untuk menutup kemasan.</p>	
--	--

Tabel 3. 20 Proses Produksi Basreng Bojot

Deskripsi	Dokumentasi
<p>1. Potong-potong bakso ikan sebanyak 4 pcs.</p>	
<p>2. Panaskan 100 ml minyak dengan api kecil, setelah minyak panas. Masukkan bakso ikan dan goreng hingga matang.</p>	
<p>3. Setelah matang, campurkan bakso ikan yang telah digoreng dengan 10 ml <i>chili oil</i> dan 4 gr bubuk ayam bawang. Aduk hingga rata.</p>	

4. Kemudian masukkan ke dalam paper bowl.



d) Timeline Produksi

Berikut merupakan total produksi cireng isi *frozen* dan keripik cireng dari Cirenginaja.idn dari tanggal 7 Maret 2024 sampai dengan 31 Maret 2025:

Tabel 3. 21 *Timeline* Produksi Cireng Isi *Frozen* dan Keripik Cireng

No.	Bulan	Keterangan	Cireng Isi (Frozen)				Keripik Cireng			
			Seblak Ayam	Ayam Cabe Ijo	Ayam Rendang	Pizza	BBQ	Rumput Laut	Pedas	Keju
1	Mar	Unit Diproduksi	53	53	53	45	50	50	50	50
		Persediaan Akhir	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Apr	Unit Diproduksi	73	33	53	50	50	50	50	30
		Persediaan Akhir	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Mei	Unit Diproduksi	159	33	106	135	50	50	70	30
		Persediaan Akhir	-	-	-	-	-	-	-	-
4	Jun	Unit Diproduksi	159	23	106	145	50	50	70	30
		Persediaan Akhir	-	-	-	-	10	-	-	-
5	Jul	Unit Diproduksi	159	23	106	145	40	50	80	30
		Persediaan Akhir	-	-	-	-	-	-	-	-
6	Agst	Unit Diproduksi	169	23	116	155	40	50	80	30
		Persediaan Akhir	-	-	-	-	-	-	-	-
7	Sep	Unit Diproduksi	189	33	156	175	40	50	80	30
		Persediaan Akhir	-	-	-	-	-	-	-	-
8	Okt	Unit Diproduksi	189	33	156	175	40	60	100	50
		Persediaan Akhir	-	-	-	-	-	-	-	-
9	Nov	Unit Diproduksi	199	33	165	185	40	60	100	50
		Persediaan Akhir	-	-	-	-	-	-	-	-
10	Des	Unit Diproduksi	212	33	185	203	40	60	100	50
		Persediaan Akhir	-	-	-	-	-	-	-	-
11	Jan-25	Unit Diproduksi	212	33	185	203	50	100	150	50
		Persediaan Akhir	-	-	-	-	-	-	-	-
12	Feb-25	Unit Diproduksi	252	30	180	200	50	100	150	50
		Persediaan Akhir	-	-	-	-	48	30	23	39
13	Mar-25	Unit Diproduksi	253	35	175	190	-	-	-	-
		Persediaan Akhir	-	-	-	-	20	5	4	12
14	Apr-25	Unit Diproduksi	270	35	200	195	20	20	20	20
		Persediaan Akhir	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Unit Terjual			2548	453	1942	2201	490	785	1001	429

Tabel 3.21 menyajikan rincian produksi dan penjualan untuk produk cireng isi dan keripik cireng dari Maret 2024 hingga April 2025 sebelum adanya produk baru. Cireng isi tersedia dalam berbagai varian, termasuk ayam, cabe ijo, rendang, pizza, dan BBQ. Selama periode ini, total unit produksi untuk cireng isi mencapai 7.144 unit, dengan variasi penjualan yang beragam. Keripik cireng juga diproduksi dalam beberapa rasa, seperti rumput laut, pedas, dan keju, dengan total unit terjual mencapai 2.705 unit. Data ini mencerminkan upaya Cirenginaja.idn dalam memenuhi permintaan pasar dan mendiversifikasi produk untuk menarik berbagai konsumen. Pada bulan April, Cirenginaja.idn meluncurkan menu baru untuk

meningkatkan variasi produk dan menarik lebih banyak konsumen. Menu ini dirancang untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang serta menciptakan pengalaman kuliner yang lebih menarik bagi pelanggan. Berikut merupakan tabel produksi menu baru di Cirenginaja.idn:

Tabel 3. 22 *Timeline* Produksi Menu Baru

No.	Bulan	Keterangan	Cireng Isi (Matang)				Cireng Kuah			Bakso Aci		Basreng Bojot	Minuman Boba		
			Seblak Ayam	Ayam Cabe Ijo	Ayam Rendang	Pizza	Chili Oil	Keju	Chili Oil	Keju	Chocolate		Cappucino	Taro	
1	Apr	Unit Diproduksi	250	50	200	120	1500	10	300	18	10	150	100	100	
		Persediaan Akhir	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	
		Total Unit Terjual	250	50	200	120	1500	10	300	18	9	150	100	100	

Tabel 3.22 menyajikan rincian produksi dan penjualan berbagai produk Cirenginaja.idn untuk bulan April 2025. Nampak bahwa cireng kuah varian *chili oil* sangat diminati, dengan total produksi mencapai 1.500 buah. Ini berarti rata-rata sekitar 50 porsi diproduksi setiap harinya oleh Cirenginaja.idn. Secara keseluruhan, tabel ini menggambarkan upaya Cirenginaja.idn dalam memenuhi permintaan pasar dengan menawarkan berbagai produk yang bervariasi. Data ini juga mencerminkan strategi perusahaan dalam mendiversifikasi produk untuk menarik berbagai segmen konsumen.

e) Pengawasan Kualitas Produk

Di Cirenginaja.idn, pengawasan kualitas produk dilakukan dengan memastikan bahwa semua adonan dan bumbu disiapkan oleh penulis yang memiliki keahlian dan pemahaman mendalam tentang resep serta standar kualitas. Proses ini bertujuan untuk menjaga konsistensi rasa dan kualitas makanan yang disajikan. Karyawan berfungsi sebagai asisten dalam tahap-tahap berikutnya, membantu dalam pengolahan, penyajian, dan pengemasan.

Setiap kali adonan dan bumbu dibuat, penulis mencatat setiap langkah serta bahan yang digunakan untuk memastikan bahwa resep diikuti dengan tepat. Setelah itu, karyawan melaksanakan tugas mereka di bawah pengawasan penulis yang memantau setiap tahap untuk menjaga standar kualitas. Dengan cara ini, Cirenginaja.idn dapat memastikan bahwa setiap produk yang dihasilkan memenuhi harapan pelanggan dan mencerminkan komitmen perusahaan terhadap kualitas.

Pengawasan yang ketat ini juga mencakup penilaian rutin terhadap produk akhir, dengan penulis dan karyawan bersama-sama melakukan evaluasi untuk mengidentifikasi area yang bisa ditingkatkan dan memastikan bahwa semua produk yang disajikan selalu dalam kondisi terbaik.

Pengujian kualitas mencakup uji organoleptik oleh penulis untuk mengevaluasi rasa, aroma, dan tekstur. Standar kebersihan dan keamanan harus dijaga dengan memastikan semua peralatan dan area produksi bersih, serta melatih karyawan tentang praktik kebersihan yang baik. Kemudian mengumpulkan umpan

balik dari konsumen melalui survei di media sosial, dan melakukan evaluasi berkala untuk perbaikan berkelanjutan. Mencari sertifikasi terkait keamanan pangan seperti SPP-IRT. Dengan rancangan kualitas ini, diharapkan produk dari Cirenginaja.idn dapat memenuhi ekspektasi konsumen dan bersaing secara efektif di pasar.

3.2.3 Produk yang dihasilkan

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kodu, 2013). Pada tanggal 7 Maret 2024 Cirenginaja.idn menghadirkan produk utama berupa cireng (aci goreng) dan keripik cireng, yang merupakan cemilan khas Indonesia yang telah diperbarui dengan variasi rasa yang inovatif. Salah satu keunggulan utama produk ini adalah ragam rasa yang unik dan menarik, seperti cabe ijo, seblak ayam, pizza, dan berbagai rasa lainnya yang terinspirasi oleh kuliner lokal maupun internasional. Keberagaman ini tidak hanya memberikan pilihan bagi konsumen yang ingin mencoba hal baru, tetapi juga memungkinkan mereka menemukan rasa yang sesuai dengan preferensi masing-masing. Selanjutnya pada tanggal 6 April 2025, Cirenginaja.idn mulai berinovasi menambahkan produk baru yang dapat menunjang pemasarannya. Produk baru ini diciptakan dikarenakan minat dari konsumen yang sudah menurun terhadap produk cireng isi dan keripik cireng. Cirenginaja.idn mulai memasarkan produk baru yaitu cireng kuah keju, cireng kuah chili oil, bakso aci kuah keju, bakso aci kuah chili oil, basreng bojot, dan minuman boba. Minuman tersebut diproduksi karena adanya keluhan dari pelanggan dikarenakan Cirenginaja.idn tidak menyediakan minuman. Harga yang ditawarkan untuk produk Cirenginaja.idn dimulai dari Rp. 8.000,- sampai Rp. 15.000,- per produk. Berikut adalah produk-produk yang diproduksi oleh Cirenginaja.idn dari tanggal 7 Maret 2024 sampai dengan 30 April 2025:

1. Cireng isi Varian Seblak Ayam
2. Cireng Isi Varian Ayam Cabe Ijo
3. Cireng Isi Varian Ayam Rendang
4. Cireng Isi Varian Pizza
5. Keripik Cireng Varian BBQ
6. Keripik Cireng Varian Pedas
7. Keripik Cireng Varian Rumput Laut
8. Keripik Cireng Varian Keju
9. Cireng Kuah Chili Oil
10. Cireng Kuah Keju
11. Bakso Aci Kuah Chili Oil
12. Bakso Aci Kuah Keju
13. Basreng Bojot
14. Minuman Boba Varian Chocolate
15. Minuman Boba Varian Cappucino

16. Minuman Boba Varian Taro

Jumlah produksi produk ini bervariasi tergantung pada permintaan pasar, dan Cirenginaja.idn berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan melakukan produksi secara berkala, baik dalam batch harian maupun mingguan sesuai kapasitas masing-masing varian. Untuk mengemas produknya, Cirenginaja.idn memiliki desain kemasan produk dirancang menarik dan fungsional.



Gambar 3. 2 *Packaging* Cireng Isi Frozen



Gambar 3. 3 *Packaging* Keripik Cireng

Kemasan aluminium *ziplock* yang digunakan untuk mengemas produk Cirenginaja.idn memiliki berbagai manfaat yang penting. Pertama, kemasan ini efektif dalam melindungi produk dari kelembapan dan udara, sehingga membantu menjaga kesegaran keripik cireng dan cireng isi serta dapat mencegah kerusakan yang dapat mempengaruhi rasa dan teksturnya. Desain *ziplock* memudahkan konsumen untuk membuka dan menutup kemasan dengan praktis, memungkinkan mereka mengambil produk sesuai kebutuhan tanpa harus menghabiskan seluruh isi kemasan. Selain itu, cireng isi yang menggunakan plastik vakum di dalam kemasan memungkinkan produk untuk bertahan lebih lama, karena proses vakum menghilangkan udara yang bisa menyebabkan oksidasi dan pembusukan.

Dari perspektif lingkungan, aluminium merupakan bahan yang dapat didaur ulang, menjadikannya pilihan yang lebih ramah lingkungan dibandingkan dengan beberapa jenis plastik lainnya, yang dapat meningkatkan citra merek di kalangan konsumen yang peduli akan keberlanjutan. Secara visual, kemasan ini memberikan tampilan yang modern dan profesional, yang memperkuat branding serta daya tarik produk. Terakhir, kemasan yang kedap udara dan vakum juga memberikan perlindungan tambahan terhadap kontaminasi dan kerusakan fisik, menjaga kualitas dan keamanan produk hingga sampai ke tangan konsumen. Dengan semua fitur ini, kemasan aluminium *ziplock* tidak hanya melindungi produk, tetapi juga meningkatkan pengalaman konsumen secara keseluruhan.



Gambar 3. 4 Packaging Paper Bowl

Dalam mengemas cireng kuah, bakso aci, dan basreng bojot, Cirenginaja.idn menggunakan *packaging paper bowl*. Meskipun tanpa desain khusus, kemasan ini tetap nyaman untuk menyajikan hidangan berkuah dan berminyak, dengan bentuknya yang dalam mengurangi risiko tumpah dan memungkinkan pelanggan menikmati makanan dengan lebih baik. Selain itu, *paper bowl* terbuat dari bahan ramah lingkungan yang lebih cepat terurai dibandingkan kemasan plastik, hal ini mendukung upaya Cirenginaja.idn untuk mengurangi limbah plastik dan menjaga keberlanjutan lingkungan.

Kemasan ini juga efektif dalam menjaga suhu makanan, sehingga makanan tetap hangat saat disajikan. Meskipun tidak memiliki elemen estetika tambahan, *paper bowl* yang sederhana tetap praktis dan ringan, sehingga mudah dibawa bagi pelanggan yang ingin membeli makanan untuk dibawa pulang. Penggunaan *packaging* sekali pakai ini juga membantu menjaga kebersihan dan mengurangi risiko kontaminasi, memastikan keamanan hidangan yang disajikan. Dengan demikian, meskipun tanpa cetakan khusus, penggunaan *paper bowl* untuk *packaging* di Cirenginaja.idn tetap mendukung pengalaman pelanggan yang positif dan praktik ramah lingkungan.



Gambar 3. 5 Packaging Paper Bag

Selanjutnya untuk pengemasan cireng isi yang dibeli konsumen dalam bentuk matang, Cirenginaja.idn menggunakan paper bag ukuran 23,5 x 7,5 cm merek mantap.

Paper bag merek ini berkualitas dan tidak mudah sobek ketika digunakan. Penggunaan kemasan *paper bag* untuk cireng isi yang matang di Cirenginaja.idn memiliki sejumlah keuntungan. Kemasan ini memudahkan penyajian dan memungkinkan pelanggan untuk membawa makanan dengan lebih praktis. Terbuat dari bahan ramah lingkungan, *paper bag* juga mendukung upaya perusahaan dalam mengurangi penggunaan plastik dan menjaga keberlanjutan.

Selain itu, kemasan ini berfungsi untuk menjaga kebersihan dan keamanan makanan, serta mengurangi risiko kontaminasi. Meskipun desainnya sederhana, kemasan ini tetap menarik dan dapat meningkatkan daya tarik produk. *Paper bag* juga cukup kuat untuk menampung cireng isi yang matang, menjaga kualitas dan kesegaran makanan saat disajikan. Dengan berbagai manfaat ini, penggunaan kemasan *paper bag* untuk cireng isi di Cirenginaja.idn tidak hanya meningkatkan pengalaman pelanggan, tetapi juga sejalan dengan komitmen perusahaan terhadap lingkungan.



Gambar 3. 6 Packaging Cup Plastik

Untuk produk minuman, Cirenginaja.idn memilih menggunakan *cup* plastik berukuran 14 oz. Penggunaan kemasan ini menawarkan sejumlah keuntungan. Pertama, *cup* plastik ini ringan dan praktis, memudahkan pelanggan dalam membawa minuman. Ukurannya yang pas memungkinkan penyajian porsi yang sesuai untuk berbagai jenis minuman, baik dingin maupun panas.

Selain itu, *cup* plastik yang transparan memberikan tampilan menarik, sehingga pelanggan dapat melihat isi minuman dengan jelas. Kemasan ini juga cukup kuat untuk menampung berbagai jenis minuman, menjaga kualitas dan kesegaran. Dengan demikian, pemilihan *cup* plastik ukuran 14 oz di Cirenginaja.idn tidak hanya meningkatkan pengalaman pelanggan, tetapi juga memenuhi kebutuhan penyajian yang efisien dan menarik.



Gambar 3. 7 Logo Cirenginaja.idn

Selain kemasan, Cirenginaja.idn mempunyai logo yang ditampilkan mencolok untuk meningkatkan *brand awareness*. Logo Cirenginaja.idn dirancang dengan konsep yang menarik dan bersahabat, mencerminkan karakter produk yang ditawarkan. Elemen utama dalam logo adalah ilustrasi cireng yang memiliki ekspresi ceria, memberikan kesan hangat dan menyenangkan yang dapat menarik perhatian konsumen, terutama anak-anak dan keluarga.

Warna yang digunakan, seperti merah dan putih, tidak hanya menciptakan kontras yang menarik, tetapi juga merepresentasikan warna cireng itu sendiri, sehingga logo mudah dikenali. Tangan yang memberikan tanda jempol menambah kesan positif, menunjukkan bahwa produk ini dijamin lezat dan berkualitas.

Tulisan "Cirenginaja.idn" di bagian bawah logo menggunakan font tebal dan mudah dibaca, dengan warna hitam yang meningkatkan visibilitas. Ini membantu memperkuat kesadaran merek dan memudahkan konsumen mengingat nama produk. Secara keseluruhan, logo ini tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual, tetapi juga menciptakan daya tarik emosional yang dapat menarik minat dan kepercayaan konsumen terhadap produk Cirenginaja.idn.

Dalam hal penyimpanan, produk disimpan dengan cara menjaga kualitas dan kesegaran. Cireng isi disimpan dalam pendingin, sedangkan keripik cireng di suhu ruang yang sejuk dan kering, dengan pemeriksaan rutin untuk memastikan tidak ada produk yang melewati masa kedaluwarsa. Melalui kombinasi produk yang beragam dan strategi kemasan yang menarik, Cirenginaja.idn berupaya memenuhi selera konsumen dan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan.

3.3 Tinjauan Aspek Pemasaran

3.3.1 Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah strategi yang digunakan untuk mengidentifikasi target konsumen berdasarkan karakteristik, kebutuhan, dan perilaku mereka. Di Cirenginaja.idn, tujuan dari segmentasi ini adalah untuk memahami kelompok konsumen yang tepat untuk produk penulis, sehingga dapat mencapai hasil yang optimal dan meningkatkan efektivitas pemasaran. Segmentasi pasar merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan dalam usaha kegiatan menyisipkan produk dengan merek tertentu dan

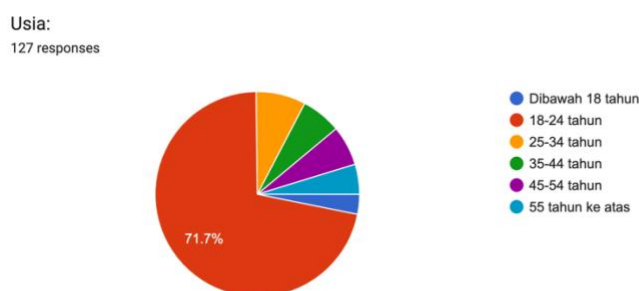
citra perusahaan agar target pasar mengetahui dan menganggap penting posisi perusahaan diantara pesaing (Gea, 2022). Konsep segmentasi pasar muncul pada akhir 1950-an dan menjadi elemen kunci dalam teori dan praktik pemasaran, berakar pada teori ekonomi tentang persaingan tidak sempurna (Herianto & Ali, n.d.).

Dalam upaya mencapai visi dan misi perusahaan, ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dan dihitung. Salah satunya yaitu lingkungan eksternal, lingkungan eksternal adalah faktor yang tidak dapat dikendalikan sehingga setiap bisnis harus mampu beradaptasi dengan ancaman yang ada. Peluang bisnis Cirenginaja.idn cukup signifikan, terutama karena masih sedikit penjual yang menawarkan cireng dengan cita rasa Indonesia berkualitas premium dengan harga yang terjangkau. Cirenginaja.idn memiliki keunggulan dalam variasi produk dan harga. Cirenginaja.idn menjual berbagai macam jajanan dan minuman. Penulis menjualnya dengan harga yang sangat bersahabat, yaitu dimulai dari Rp. 8000 – Rp. 15.000. Keunggulan ini menjadi daya tarik utama bagi usaha penulis dan membedakan produk penulis dari yang ditawarkan oleh pesaing.

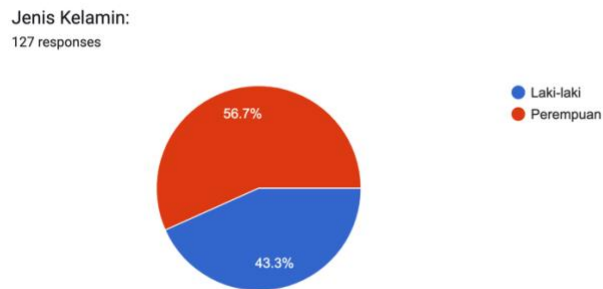
Dalam proses pemasaran produk, segmentasi pasar sangat penting untuk memastikan bahwa kami dapat menjangkau konsumen yang sesuai. Dengan menerapkan segmentasi pasar, Cirenginaja.idn dapat tumbuh dan meningkatkan keuntungan secara lebih efektif. Berikut adalah segmentasi pasar Cirenginaja.idn berdasarkan:

1. Segmentasi Demografi

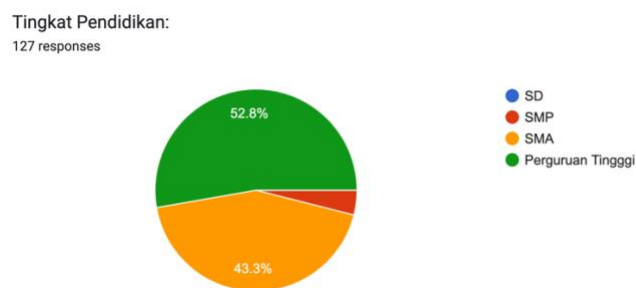
Segmentasi demografi, segmentasi demografi membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan pada variabel seperti umur, jenis kelamin, besar keluarga, siklus kehidupan keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, dan kebangsaan (Wijaya & Sirine, 2016). Segmentasi demografi Cirenginaja.idn dalam rentang usia 15-45 tahun kelompok usia. Mereka umumnya terdiri dari pelajar, mahasiswa, dan pekerja yang mencari cemilan praktis dan mudah dijangkau.



Gambar 3. 8 Hasil Kuesioner Umur Responden



Gambar 3. 9 Hasil Kuesioner Jenis Kelamin Responden

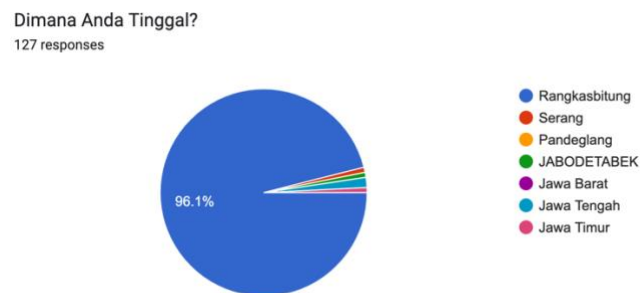


Gambar 3. 10 Hasil Kuesioner Tingkat Pendidikan Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pembeli Cirenginaja.idn berusia 18-24 tahun, dengan persentase mencapai 71.7%. Dalam hal jenis kelamin, pembeli terdiri dari 43.3% laki-laki dan 56.7% perempuan. Mengenai tingkat pendidikan, data menunjukkan bahwa 52.8% pembeli memiliki pendidikan di tingkat perguruan tinggi dan diikuti oleh 43.3% yang berpendidikan SMA.

2. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis adalah pendekatan dalam pemasaran yang mengelompokkan pasar berdasarkan lokasi geografis konsumen. Dilihat dari tempat berjualan Cirenginaja.idn, yaitu di Jalan Maulana Yusuf No.1, Kp. Aweh, Kec. Kalanganyar, Kab. Lebak, Rangkasbitung, Banten. Maka target utamanya merupakan pelanggan yang berdomisili di sekitar tempat berjualan khususnya di kota Rangkasbitung.



Gambar 3. 11 Hasil Kuesioner Responden Mengenai Tempat Tinggal

Dari hasil kuesioner yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pembeli produk Cirenginaja.idn tinggal di kota Rangkasbitung, dengan persentase mencapai 96.1%. Temuan ini menunjukkan bahwa Cirenginaja.idn memiliki pangsa pasar yang kuat di wilayah tersebut, yang mungkin dipengaruhi oleh kedekatan lokasi, strategi pemasaran yang efektif, atau popularitas produk di kalangan masyarakat setempat. Oleh karena itu, meningkatkan pengembangan dan promosi di daerah ini dapat membantu memperkuat posisi pasar dan menarik lebih banyak pelanggan.

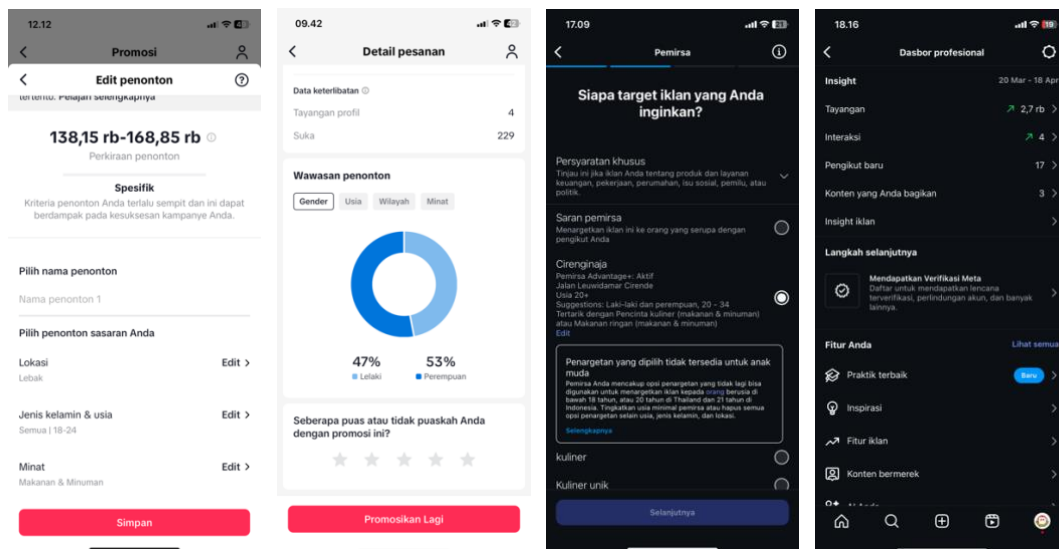
3. Segmentasi Psikografi

Segmentasi psikografi merupakan faktor yang sangat penting dalam penjualan, karna mencakup gaya hidup dan kepribadian dari pelanggan (Sumeke & H V Joyce Lopian, 2022). Cirenginaja.idn menargetkan segmen psikografis yang mencakup konsumen dengan pecinta kuliner, pengguna media sosial, komunitas sosial, dan pencari pengalaman. Pecinta kuliner adalah individu yang senang menjelajahi berbagai pilihan makanan baru, selalu mencari pengalaman kuliner unik dan mengikuti trend terbaru. Oleh karenanya saat melakukan promosi menggunakan Instagram Ads dan TikTok Ads, penulis selalu menargetkan pengguna media sosial untuk kalangan pecinta kuliner.

3.3.2 Strategi Promosi

Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Bentuk promosi yang kami gunakan melalui media *online* karena cepatnya penyebaran informasi di media ini. Dalam hal ini, cirenginaja.idn menggunakan poster *online* di media sosial seperti fitur iklan yang ada di Instagram maupun Tiktok. Selain itu, penulis juga memanfaatkan platform Shopee Food, Go Food, dan GoPay Merchant untuk memasarkan produknya. Pilihan platform ini diambil karena Shopee dan Tokopedia memerlukan biaya yang lebih tinggi untuk melakukan promosi. Dengan menggunakan Shopee Food dan Go Food, penulis dapat menjangkau lebih banyak pelanggan tanpa mengeluarkan biaya yang terlalu besar, sehingga lebih efisien dalam meningkatkan penjualan.

- Periklanan (*Advertising*)

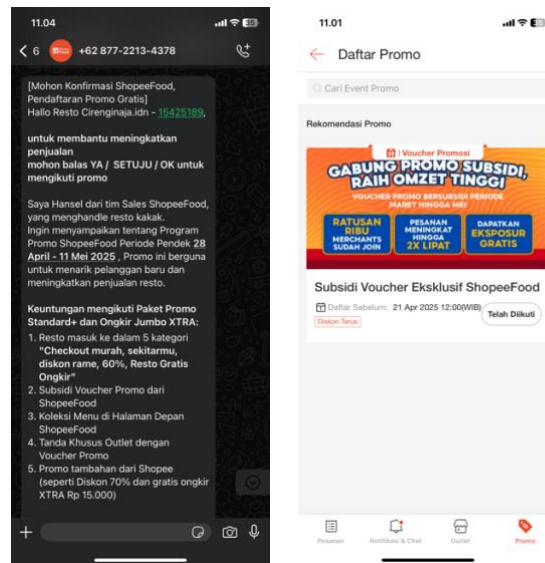


Gambar 3. 12 Instagram Ads dan TikTok Ads

Periklanan memiliki peran penting dalam strategi pemasaran, bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen mengenai produk dan pelayanan yang tersedia. Dalam hal ini, penulis memanfaatkan Instagram Ads dan TikTok Ads untuk mencapai audiens yang lebih luas dan relevan. Dengan menggunakan platform yang memiliki banyak pengguna, penulis dapat menargetkan konsumen yang tertarik pada kuliner, khususnya makanan ringan yang ditawarkan. Melalui konten visual yang menarik dan pesan yang jelas, iklan di Instagram dan TikTok tidak hanya meningkatkan kesadaran merek, tetapi juga mendorong interaksi dan kunjungan ke akun Instagram dan TikTok, serta memberikan dampak positif pada penjualan. Dengan strategi ini, penulis berusaha membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan dan meningkatkan posisi kompetitif di pasar.

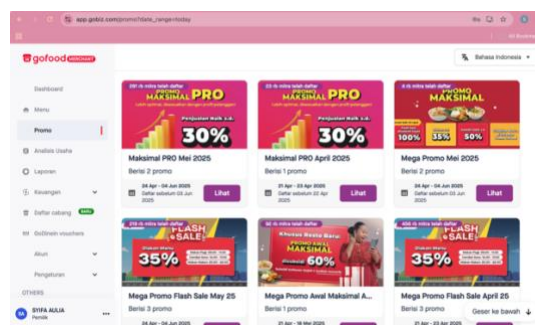
- Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan (*Sales Promotion*) adalah strategi pemasaran yang efektif untuk mempercepat penjualan produk. Penulis memanfaatkan platform Go Food, Shopee Food, dan GoPay Merchant sebagai saluran distribusi untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Melalui kerja sama dengan platform ini, Penulis menawarkan promosi menarik, seperti diskon khusus yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan frekuensi pembelian.

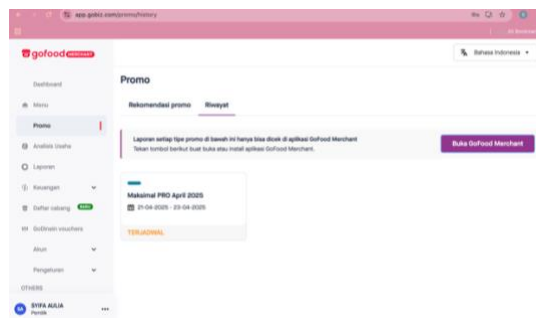


Gambar 3. 13 Promo Shopee Food

Untuk meningkatkan transaksi outlet, penulis juga bergabung dalam promo subsidi yang didaftarkan pada tanggal 15 April 2025 di aplikasi Shopee Partner. Periode promo ini dimulai pada tanggal 28 April sampai dengan 11 Mei 2025. Untuk melaksanakan promosi tersebut, penulis perlu mendaftar dan mengaktifkan tawaran melalui aplikasi Shopee Partner, serta berkomunikasi dengan pihak Shopee untuk memastikan partisipasi dan mendapatkan informasi yang diperlukan. Promosi yang diterapkan oleh penulis di Shopee Food mencakup berbagai strategi yang bertujuan untuk meningkatkan transaksi dan menarik pelanggan baru karena adanya eksposur gratis di platform Shopee Food, sehingga produk mereka lebih mudah diakses oleh calon pembeli.

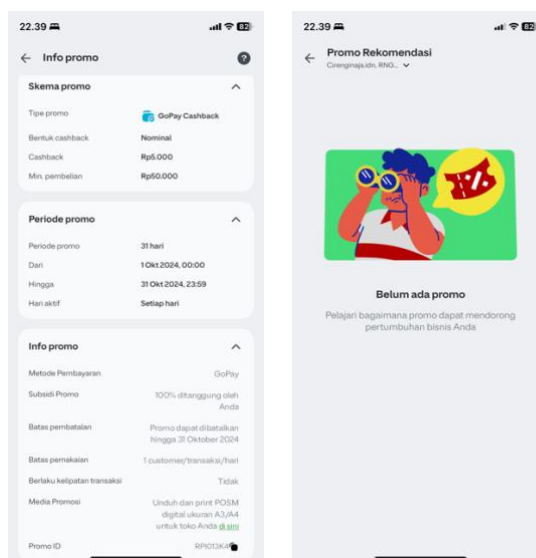


Gambar 3. 14 Promo Go Food



Gambar 3. 15 Promo Go Food

Selain bergabung dalam promosi di Shopee Food, penulis juga mendaftarkan Cirenginaja.idn untuk mengikuti promosi di Go Food melalui platform GoBiz. Penulis baru mendaftarkan promo pada tanggal 20 April 2025, dikarenakan adanya kesempatan untuk memanfaatkan berbagai penawaran menarik yang diberikan oleh Go Food, seperti diskon dan voucher, untuk menarik pelanggan baru. Dengan mendaftar di GoBiz, penulis dapat meningkatkan visibilitas di pasar, mendapatkan lebih banyak eksposur, dan berpotensi meningkatkan penjualan. Dengan pendekatan ini, penulis berupaya memperluas jangkauan pasar dan memaksimalkan keuntungan dari kedua platform pelayanan pesan antar makanan.



Gambar 3. 16 Promo GoPay Merchant

Penulis juga mengimplementasikan *cashback* GoPay Coins dalam strategi promosi, dimana pelanggan yang melakukan pembelian minimum dapat menikmati *cashback* yang dapat digunakan untuk transaksi berikutnya. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan penjualan secara langsung, tetapi juga membangun loyalitas pelanggan dengan memberikan nilai tambah yang signifikan, sehingga menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Penulis menggunakan

periode promo ini selama 31 hari dimulai dari tanggal 1 Oktober sampai dengan 31 Oktober 2024. Setelahnya, penulis tidak menemukan lagi promo yang terdapat di GoPay Merchant hingga April 2025.

- Penjualan pribadi (*Personal Selling*) adalah kegiatan yang dilakukan secara langsung, dimana penjual berinteraksi dengan konsumen untuk meyakinkan mereka tentang produk yang ditawarkan. Penulis menggunakan metode ini karena memiliki banyak kenalan dari pengalaman berorganisasi sejak SMA hingga saat ini. Dengan demikian, penulis dapat memanfaatkan jaringan yang telah dibangun untuk meningkatkan efektivitas penjualan dan memberikan informasi yang jelas kepada konsumen mengenai produk yang dijual.

3.3.3 Saluran Distribusi

Dalam laporan perkembangan bisnis ini, penulis menyampaikan bahwa Cirenginaja.idn telah memiliki outlet fisik yang terletak di lokasi strategis. Outlet ini memberikan peluang bagi konsumen untuk mencoba produk secara langsung dan menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih personal. Selanjutnya, Cirenginaja.idn mengembangkan saluran distribusi yang mencakup pendekatan B2C (*Business to Consumer*) dan B2B (*Business to Business*) untuk memperluas jangkauan pasar.

Untuk segmen B2C, Cirenginaja.idn telah meluncurkan platform *e-commerce*, termasuk penggunaan Tokopedia dan Shopee yang memudahkan konsumen dalam memesan produk. Selain itu, Cirenginaja.idn juga memanfaatkan layanan Gojek dan Shopee Food untuk meningkatkan aksesibilitas produk. Meskipun telah mencoba berbagai platform ini, hasil yang diperoleh belum memenuhi harapan.

Di sisi lain, Cirenginaja.idn aktif di media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk mempromosikan produk dan berinteraksi langsung dengan konsumen. Meskipun telah mencoba TikTok, hasil yang didapat belum optimal sehingga penulis mencatat bahwa saat ini fokus pemasaran adalah pada Instagram, dimana tingkat interaksi dan respons dari audiens lebih baik. Melalui Instagram, Cirenginaja.idn dapat menghasilkan konten menarik dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen, menjadikan strategi pemasaran di platform ini sebagai prioritas utama.

Di sektor B2B, Cirenginaja.idn menawarkan produk langsung kepada kafe dan restoran dengan presentasi yang menarik, yang memungkinkan perusahaan menjalin hubungan yang lebih erat dengan mitra bisnis. Pada tanggal 8 oktober 2024, Cirenginaja.idn berhasil bekerjasama dengan salah satu kafe di kota Yogyakarta yaitu Samasta Coffee. Kerjasama ini berlangsung selama 3 bulan dikarenakan kurangnya tenaga kerja serta permintaan yang terus meningkat menjadikan Cirenginaja.idn kesulitan untuk memenuhi permintaan. Tetapi strategi ini belum dapat diteruskan kembali oleh penulis dikarenakan pada situasi saat ini penulis hanya berfokus dalam penjualan langsung kepada konsumen. Hal ini dilakukan karena jumlah tenaga yang belum

memadai, jumlah kafe yang ada di kota Rangkasbitung tidak sebanyak kota Yogyakarta, dan tidak adanya koneksi khusus sehingga penulis kesulitan dalam menyalurkan produk Cirenginaja.idn di sektor B2B.

3.3.4 Harga

Kebijakan harga Cirenginaja.idn dirancang untuk memastikan daya saing di pasar dengan mempertimbangkan biaya terkait berbagai saluran distribusi. Berikut adalah rincian harga produk dan biaya layanan yang diterapkan di beberapa platform:

Tabel 3. 23 Harga Produk

No	Jenis Produk	Harga Jual
1	Cireng Frozen Varian Seblak Ayam	Rp 15.000
2	Cireng Frozen Varian Ayam Rendang	Rp 15.000
3	Cireng Frozen Varian Ayam Cabe Ijo	Rp 15.000
4	Cireng Frozen Varian Pizza	Rp 15.000
5	Cireng Matang Varian Seblak Ayam	Rp 15.000
6	Cireng Matang Varian Ayam Rendang	Rp 15.000
7	Cireng Matang Varian Ayam Cabe Ijo	Rp 15.000
8	Cireng Matang Varian Pizza	Rp 15.000
9	Keripik Cireng Varian BBQ	Rp 10.000
10	Keripik Cireng Varian Pedas	Rp 10.000
11	Keripik Cireng Varian Rumput Laut	Rp 10.000
12	Keripik Cireng Varian Keju	Rp 10.000
13	Cireng Kuah Chili Oil	Rp 10.000
14	Cireng Kuah Keju	Rp 15.000
15	Bakso Aci Kuah Chili Oil	Rp 10.000
16	Basreng Bojot	Rp 10.000
17	Bakso Aci Kuah Keju	Rp 15.000
18	Minuman Boba Varian Chocolate	Rp 8.000
19	Minuman Boba Varian Cappucino	Rp 8.000
20	Minuman Boba Varian Taro	Rp 8.000

Sumber: data primer yang diolah 2025

Harga produk yang tercantum dalam tabel 3.23 adalah untuk pembelian langsung di *outlet* fisik Cirenginaja.idn dan ditentukan dengan mempertimbangkan berbagai faktor. Pertama, harga dasar produk dihitung berdasarkan biaya produksi dan pengadaan, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya operasional lainnya. Selain itu, biaya operasional *outlet*, seperti sewa dan gaji karyawan, juga diperhitungkan agar harga jual dapat menutupi semua pengeluaran.

Tabel 3. 24 Harga Jual TokoPedia

Jenis Produk	Harga Awal (Rp)	Harga Akhir (Rp)
Cireng Frozen Varian Pizza	Rp 15.000	Rp 16.200
Cireng Frozen Varian Seblak Ayam	Rp 15.000	Rp 16.200
Cireng Frozen Varian Ayam Cabe Ijo	Rp 15.000	Rp 16.200
Cireng Frozen Varian Ayam Rendang	Rp 15.000	Rp 16.200
Keripik Cireng Varian Pedas	Rp 10.000	Rp 10.800
Keripik Cireng Varian Rumput Laut	Rp 10.000	Rp 10.800
Keripik Cireng Varian BBQ	Rp 10.000	Rp 10.800
Keripik Cireng Varian Keju	Rp 10.000	Rp 10.800

Sumber: data primer yang diolah 2024

Keterangan: biaya layanan aplikasi 8%

Pada platform *e-commerce* TokoPedia, harga jual produk mencakup biaya layanan yang dikenakan oleh platform sebesar 8%. Biaya ini mencakup berbagai layanan yang diberikan oleh TokoPedia, seperti pemrosesan transaksi dan dukungan pelanggan. Dengan memperhitungkan biaya ini, Cirenginaja.idn memastikan bahwa harga jual tetap kompetitif namun tetap mencakup semua biaya operasional yang diperlukan. Strategi ini penting untuk menjaga kelangsungan usaha sekaligus memberikan nilai lebih kepada konsumen.

Tabel 3. 25 Harga Jual Shopee

Jenis Produk	Harga Awal (Rp)	Harga Akhir (Rp)
Cireng Frozen Varian Pizza	Rp 15.000	Rp 16.125
Cireng Frozen Varian Seblak Ayam	Rp 15.000	Rp 16.125
Cireng Frozen Varian Ayam Cabe Ijo	Rp 15.000	Rp 16.125
Cireng Frozen Varian Ayam Rendang	Rp 15.000	Rp 16.125
Keripik Cireng Varian Pedas	Rp 10.000	Rp 10.750
Keripik Cireng Varian Rumput Laut	Rp 10.000	Rp 10.750
Keripik Cireng Varian BBQ	Rp 10.000	Rp 10.750
Keripik Cireng Varian Keju	Rp 10.000	Rp 10.750

Sumber: data primer yang diolah 2024

Keterangan: biaya layanan kategori B 7,5%

Untuk platform Shopee, harga jual juga mempertimbangkan biaya layanan kategori B sebesar 7,5%. Biaya ini merupakan bagian dari struktur biaya yang ditetapkan oleh Shopee dan mencakup layanan yang mendukung penjualan, termasuk pemeliharaan platform dan kampanye pemasaran. Kebijakan harga ini bertujuan untuk menjangkau konsumen di platform yang berbeda dengan tetap menjaga daya tarik harga. Dengan demikian, Cirenginaja.idn bisa tetap bersaing meskipun terdapat variasi dalam biaya layanan dari masing-masing platform.

Tabel 3. 26 Harga Jual Gojek

No	Jenis Produk	Harga Awal (Rp)	Harga Akhir (Rp)
1	Cireng Frozen Varian Seblak Ayam	Rp 15.000	Rp 19.000
2	Cireng Frozen Varian Ayam Rendang	Rp 15.000	Rp 19.000
3	Cireng Frozen Varian Ayam Cabe Ijo	Rp 15.000	Rp 19.000
4	Cireng Frozen Varian Pizza	Rp 15.000	Rp 19.000
5	Cireng Matang Varian Seblak Ayam	Rp 15.000	Rp 19.000
6	Cireng Matang Varian Ayam Rendang	Rp 15.000	Rp 19.000
7	Cireng Matang Varian Ayam Cabe Ijo	Rp 15.000	Rp 19.000
8	Cireng Matang Varian Pizza	Rp 15.000	Rp 19.000
9	Keripik Cireng Varian BBQ	Rp 10.000	Rp 13.000
10	Keripik Cireng Varian Pedas	Rp 10.000	Rp 13.000
11	Keripik Cireng Varian Rumput Laut	Rp 10.000	Rp 13.000
12	Keripik Cireng Varian Keju	Rp 10.000	Rp 13.000
13	Cireng Kuah Chili Oil	Rp 10.000	Rp 13.000
14	Cireng Kuah Keju	Rp 15.000	Rp 19.000
15	Bakso Aci Kuah Chili Oil	Rp 10.000	Rp 13.000
16	Basreng Bojot	Rp 10.000	Rp 13.000
17	Bakso Aci Kuah Keju	Rp 15.000	Rp 19.000
18	Minuman Boba Varian Chocolate	Rp 8.000	Rp 10.600
19	Minuman Boba Varian Cappucino	Rp 8.000	Rp 10.600
20	Minuman Boba Varian Taro	Rp 8.000	Rp 10.600

Sumber: data primer yang diolah 2025

Keterangan: biaya layanan kategori 20% + Rp 1.000

Di layanan Gojek, harga jual mencakup biaya layanan yang cukup tinggi, yaitu 20% ditambah Rp 1.000. Biaya ini tidak hanya mencakup pengantaran, tetapi juga layanan tambahan yang ditawarkan oleh Gojek. Kebijakan harga ini mencerminkan perlunya penyesuaian untuk menutupi biaya operasional yang lebih besar. Cirenginaja.idn harus memperhitungkan biaya ini saat menentukan harga agar tetap dapat menawarkan produk dengan nilai yang sesuai bagi konsumen.

Harga produk yang ditetapkan untuk pembelian langsung di *outlet* fisik Cirenginaja.idn merupakan kombinasi dari berbagai faktor, termasuk biaya produksi, operasional, strategi pemasaran, dan kualitas produk. Dengan pendekatan ini, Cirenginaja.idn berupaya untuk memberikan nilai terbaik kepada konsumen dan memastikan keberlanjutan usaha. Kebijakan harga ini dirancang untuk menarik pelanggan, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Tabel 3. 27 Harga Jual Shopee Food

No	Jenis Produk	Harga Awal (Rp)	Harga Akhir (Rp)
1	Cireng Frozen Varian Seblak Ayam	Rp 15.000	Rp 16.500
2	Cireng Frozen Varian Ayam Rendang	Rp 15.000	Rp 16.500
3	Cireng Frozen Varian Ayam Cabe Ijo	Rp 15.000	Rp 16.500
4	Cireng Frozen Varian Pizza	Rp 15.000	Rp 16.500
5	Cireng Matang Varian Seblak Ayam	Rp 15.000	Rp 16.500
6	Cireng Matang Varian Ayam Rendang	Rp 15.000	Rp 16.500
7	Cireng Matang Varian Ayam Cabe Ijo	Rp 15.000	Rp 16.500
8	Cireng Matang Varian Pizza	Rp 15.000	Rp 16.500
9	Keripik Cireng Varian BBQ	Rp 10.000	Rp 11.000
10	Keripik Cireng Varian Pedas	Rp 10.000	Rp 11.000
11	Keripik Cireng Varian Rumput Laut	Rp 10.000	Rp 11.000
12	Keripik Cireng Varian Keju	Rp 10.000	Rp 11.000
13	Cireng Kuah Chili Oil	Rp 10.000	Rp 11.000
14	Cireng Kuah Keju	Rp 15.000	Rp 16.500
15	Bakso Aci Kuah Chili Oil	Rp 10.000	Rp 11.000
16	Bakso Aci Kuah Keju	Rp 15.000	Rp 16.500
17	Basreng Bojot	Rp 10.000	Rp 11.000
18	Minuman Boba Varian Chocolate	Rp 8.000	Rp 8.800
19	Minuman Boba Varian Cappucino	Rp 8.000	Rp 8.800
20	Minuman Boba Varian Taro	Rp 8.000	Rp 8.800

Keterangan: biaya tambahan 10%

Cirenginaja.idn menerapkan harga tambahan sebesar 10% untuk penjualan yang dilakukan melalui Shopee Food. Kebijakan ini diambil untuk mengatasi biaya layanan dari Shopee Food yang seringkali tidak stabil. Biaya layanan yang bervariasi dapat berdampak pada margin keuntungan, sehingga penambahan harga ini bertujuan untuk menjaga kelangsungan bisnis dan memastikan produk tetap terjangkau bagi pelanggan. Dengan cara ini, pelanggan dapat menikmati layanan pengantaran tanpa mengorbankan kualitas atau nilai produk yang mereka beli.

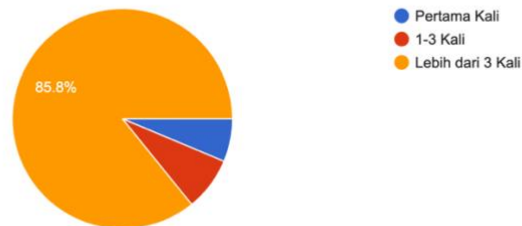
3.3.5 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan bahagia yang muncul ketika seseorang merasa kebutuhan atau keinginannya terpenuhi (Sambodo Rio Sasongko, 2021). Kepuasan pelanggan diperoleh dari evaluasi atau penilaian terhadap fitur produk atau pelayanan yang mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan, dimana kinerjanya sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi. Jika kinerja produk atau pelayanan melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas (Kotler dan Keller, 2007). Dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan bahagia yang timbul ketika kebutuhan atau keinginan seseorang terpenuhi. Kepuasan pelanggan dicapai melalui evaluasi terhadap fitur produk atau pelayanan yang mereka gunakan, dimana kinerja yang sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi akan menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi. Ketika kinerja produk atau pelayanan melampaui harapan, pelanggan akan merasakan kepuasan yang sangat besar,

menunjukkan pentingnya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan untuk menciptakan pengalaman yang positif.

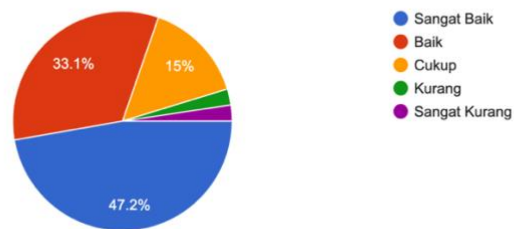
Berikut adalah diagram hasil kuesioner yang dibagikan oleh Cirenginaja.idn kepada pelanggan mengenai kepuasan mereka terhadap produk Cirenginaja.idn.

Frekuensi pembelian produk ciringinaja.idn:
127 responses



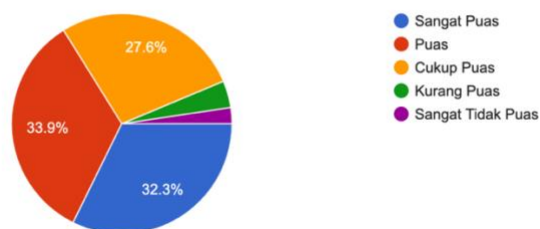
Gambar 3. 17 Hasil Kuesioner Frekuensi Pembelian di Cirenginaja.idn

Bagaimana Anda menilai kualitas produk ciringinaja.idn?
127 responses



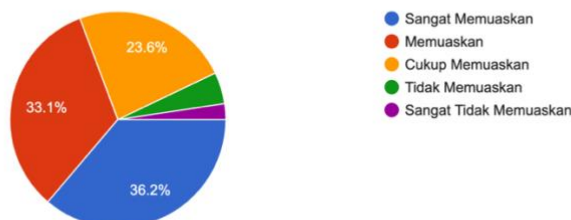
Gambar 3. 18 Hasil Kuesioner Kepuasan Kualitas Produk Cirenginaja.idn

Seberapa puas Anda dengan rasa produk yang Anda beli?
127 responses



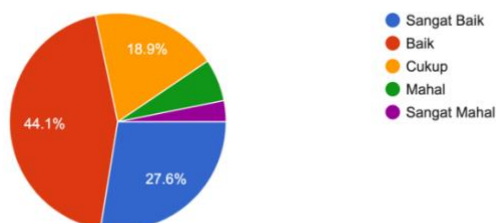
Gambar 3. 19 Hasil Kuesioner Kepuasan Rasa Produk Cirenginaja.idn

Bagaimana pengalaman Anda dengan layanan pelanggan kami?
127 responses



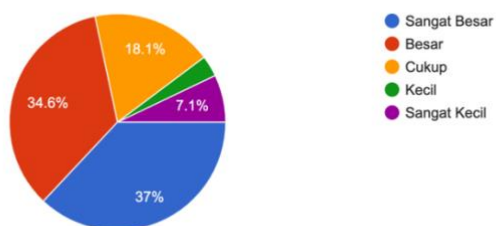
Gambar 3. 20 Hasil Kuesioner Kepuasan layanan Pelanggan

Bagaimana Anda menilai harga produk ciringinaja.idn dibandingkan dengan kualitasnya?
127 responses



Gambar 3. 21 Hasil Kuesioner Penilaian Harga dengan Kualitas Produk

Seberapa besar kemungkinan Anda merekomendasikan produk ciringinaja.idn kepada orang lain?
127 responses



Gambar 3. 22 Hasil Kuesioner Kemungkinan Pelanggan untuk Merekomendasikan

Berdasarkan hasil kuesioner yang disajikan dalam gambar-gambar tersebut, dapat disimpulkan bahwa Cirenginaja.idn memiliki pelanggan yang loyal dan puas. Sebagian besar responden (85.8%) sering melakukan pembelian, yang menunjukkan tingkat loyalitas yang tinggi. Dalam hal kualitas, 47.2% responden menilai produk sebagai "Sangat Baik", sementara 33.1% menganggapnya "Baik", yang menunjukkan penerimaan positif terhadap produk tersebut. Mengenai rasa, 33.9% responden merasa "Puas" dan 32.3% merasa "Sangat Puas", mencerminkan kesesuaian produk dengan harapan konsumen. Pengalaman layanan pelanggan juga dinilai positif, dengan 33.1% responden

merasa "Memuaskan" dan 36.2% "Sangat Memuaskan". Penilaian harga dibandingkan dengan kualitas menunjukkan bahwa 44.1% responden menilai harga sebagai "Baik", dan 27.6% sebagai "Sangat Baik", menunjukkan bahwa harga sebanding dengan kualitas yang diberikan. Terakhir, 37% responden menyatakan kemungkinan besar untuk merekomendasikan produk kepada orang lain, yang mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dan potensi pertumbuhan melalui rekomendasi dari pelanggan. Secara keseluruhan, hasil kuesioner ini menggambarkan keberhasilan Cirenginaja.idn dalam memenuhi ekspektasi pelanggan.

3.4 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia

3.4.1 Struktur Organisasi



Gambar 3. 23 Struktur Organisasi

Sebagai pemilik, penulis bertanggung jawab menentukan arah dan strategi bisnis organisasi. Penulis mengawasi operasional sehari-hari, memastikan semua aspek bisnis berjalan lancar, serta mengelola keuangan dan hubungan dengan pihak luar. Dalam struktur organisasi yang sederhana ini, pegawai memiliki peran penting dalam melaksanakan tugas yang telah ditentukan. Penulis berkomitmen menjaga komunikasi yang baik dengan pegawai, memberikan umpan balik konstruktif, dan mendengarkan masukan mereka untuk meningkatkan kinerja. Keunggulan struktur ini adalah kemampuan pengambilan keputusan yang cepat dan fleksibilitas menghadapi perubahan pasar. Namun, penulis juga menyadari tantangan, seperti beban kerja tinggi dan keterbatasan sumber daya. Oleh karena itu, penulis perlu mengelola waktu dan sumber daya secara efektif, serta membangun kerjasama yang kuat dengan pegawai agar organisasi dapat mencapai tujuan dan berkembang secara berkelanjutan.

3.4.2 Jumlah Tenaga Kerja

Saat ini, Cirenginaja.idn memiliki tim kecil yang terdiri dari tiga karyawan. Struktur tim ini mencakup penulis selaku pemilik dari Cirenginaja.idn yang memimpin pengembangan konten dan strategi bisnis. Selain itu, terdapat satu pegawai tetap yang berfokus pada mendukung penulis dalam proses penjualan dan produksi, memastikan bahwa produk diproduksi dengan baik dan penjualan berjalan lancar. Di samping itu, ada

satu pegawai paruh waktu yang memberikan dukungan tambahan dalam penjualan dan produksi, terutama saat volume kerja meningkat. Dengan tim yang kecil namun efisien, Cireginaja.idn dapat beroperasi dengan fleksibilitas sehingga setiap aspek penjualan dan produksi dapat dikelola dengan baik.

3.4.3 Deskripsi Pekerjaan

Dalam posisi ini, karyawan memiliki tanggung jawab untuk memproduksi cireng isi dan keripik cireng. Tugas utama karyawan meliputi mencetak adonan cireng dan keripik sesuai dengan ukuran dan bentuk yang telah ditentukan, serta menggoreng cireng hingga setengah matang dan keripik hingga matang sempurna. Karyawan juga berperan dalam proses pengemasan produk yang siap dijual, memastikan setiap produk dikemas dengan rapi dan menarik. Selain itu, karyawan bertugas memasak isian untuk cireng berdasarkan resep yang telah ditetapkan dan mengadon cireng untuk menjaga konsistensi serta kualitas adonan.

Karyawan juga bertanggung jawab menjaga kebersihan area kerja dan peralatan selama proses produksi agar lingkungan tetap higienis dan aman. Kualifikasi yang diharapkan mencakup pengalaman di industri makanan atau produksi makanan, kemampuan bekerja secara efisien di bawah tekanan, serta keterampilan dalam mengikuti instruksi dan resep dengan tepat. Perhatian terhadap detail dan kualitas produk sangat diperlukan dalam posisi ini. Jam kerja akan disesuaikan dengan jadwal produksi, dan karyawan diharapkan memiliki fleksibilitas waktu untuk memenuhi kebutuhan operasional.

3.4.4 Kualifikasi Pekerjaan

Tanggung jawab dan kualifikasi untuk posisi penjaga stand di usaha Cirenginaja.idn sebagai berikut:

Tanggung Jawab:

- Mencetak adonan cireng dan keripik sesuai ukuran dan bentuk yang ditentukan.
- Menggoreng cireng hingga setengah matang dan keripik hingga matang sempurna.
- Membantu proses pengemasan produk yang siap dijual, memastikan kemasan menarik dan rapi.
- Menjaga kebersihan area kerja dan peralatan agar tetap higienis dan aman.

Kualifikasi:

- Memiliki pengalaman di industri makanan atau produksi makanan lebih diutamakan.
- Mampu bekerja efisien di bawah tekanan dan memenuhi tenggat waktu.
- Memiliki keterampilan dalam mengikuti instruksi.
- Memiliki perhatian terhadap detail dan kualitas produk.
- Bersedia untuk bekerja dengan jam kerja yang fleksibel sesuai dengan jadwal produksi.

3.4.5 Sistem Perekrutan

Cirenginaja.idn menggunakan sistem perekrutan yang sederhana namun efektif, yaitu dengan memberikan informasi lowongan kepada teman atau kerabat. Pendekatan ini dipilih karena usaha yang masih dalam tahap berkembang, sehingga fokus pada sumber daya manusia yang berasal dari koneksi pribadi.

Dengan merekrut melalui jaringan sosial, Cirenginaja.idn dapat menemukan kandidat yang sudah dikenal dan dipercaya, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik dalam tim. Selain itu, metode ini juga mengurangi biaya dan waktu yang biasanya diperlukan dalam proses perekrutan formal.

Pengumuman lowongan dilakukan secara langsung kepada teman dan kerabat, memungkinkan mereka untuk merekomendasikan individu yang memiliki keterampilan dan sikap sesuai dengan nilai-nilai perusahaan. Dengan cara ini, Cirenginaja.idn tidak hanya membangun tim yang solid, tetapi juga memperkuat hubungan dengan komunitas sekitar.

Melalui sistem perekrutan ini, Cirenginaja.idn berharap dapat menemukan tenaga kerja yang tidak hanya memenuhi kualifikasi, tetapi juga memiliki komitmen terhadap pertumbuhan usaha bersama.

3.4.6 Sistem Penilaian Kinerja

Sistem penilaian pegawai dilakukan secara berkala yaitu melalui diskusi langsung biasanya diadakan setiap satu bulan sekali. Metode penilaian mencakup *self-assessment*, dimana karyawan melakukan penilaian diri, serta penilaian dari atasan langsung yang mempertimbangkan kontribusi karyawan terhadap tim dan perusahaan. Selain itu, umpan balik 360 derajat dikumpulkan dari rekan kerja dan penulis untuk memberikan pandangan yang lebih komprehensif mengenai kinerja. Pencapaian karyawan selama periode penilaian diidentifikasi, dan penghargaan diberikan kepada mereka yang menunjukkan kinerja yang luar biasa.

Berdasarkan hasil penilaian, kebutuhan pelatihan dan pengembangan ditentukan untuk membantu karyawan meningkatkan keterampilan. Rencana tindak lanjut juga disusun untuk karyawan yang perlu memperbaiki kinerja, termasuk penetapan tujuan baru dan dukungan yang diperlukan. Dengan sistem penilaian kinerja yang menyeluruh ini, Cirenginaja.idn bertujuan untuk meningkatkan produktivitas, memotivasi karyawan, dan mendukung pengembangan mereka.

3.4.7 Sistem Kompensasi

Sistem kompensasi di Cirenginaja.id dirancang untuk memberikan imbalan yang adil dan menarik bagi pegawai, dengan fokus pada peningkatan kinerja dan kesejahteraan. Pegawai menerima gaji pokok tetap sebesar Rp. 35.000,- per hari, sehingga total gaji bulanan mencapai Rp. 700.000,- untuk 20 hari kerja. Pegawai yang berhasil mencapai atau melebihi target kinerja berhak atas bonus sebagai penghargaan atas dedikasi mereka.

Terdapat juga program insentif untuk mendorong pencapaian target baik secara individu maupun tim, dengan imbalan berupa uang tunai atau hadiah menarik.

3.5 Tinjauan Aspek Keuangan

3.5.1 Pembelanjaan Investasi Barang Modal

Untuk memulai bisnis, modal atau investasi awal sangatlah penting. Jenis barang modal yang dibutuhkan tergantung pada jenis usaha yang dijalankan. Berikut adalah daftar perlengkapan yang dibeli Cirenginaja.idn sebagai investasi di awal pendirian bisnisnya:

Tabel 3. 28 Investasi Peralatan

No.	Komponen	Volume	Satuan	Harga (Rp)	Umur Ekonomis	Penyusutan (Rp)
1	Penggorengan	1	Unit	Rp 50.000	5	Rp 10.000
2	Kompor Gas	1	Unit	Rp 120.000	5	Rp 24.000
3	Saringan Minyak	1	Unit	Rp 15.000	5	Rp 3.000
4	Lemari Pendingin	1	Unit	Rp 850.000	5	Rp 170.000
5	Wadah Penyimpanan Ukuran M	2	Unit	Rp 20.000	5	Rp 4.000
6	Timbangan Digital	1	Unit	Rp 25.000	5	Rp 5.000
7	Spatula	1	Unit	Rp 10.000	5	Rp 2.000
8	Panci	1	Unit	Rp 25.000	5	Rp 5.000
9	Tempat Sampah	1	Unit	Rp 15.000	5	Rp 3.000
10	Banner	1	Unit	Rp 80.000	1	Rp 80.000
11	Blender	2	Unit	Rp 300.000	5	Rp 60.000
12	Cetakan Cireng	2	Unit	Rp 10.000	5	Rp 2.000
13	Mesin Vakum	1	Unit	Rp 500.000	5	Rp 100.000
14	Mesin Cup Sealer	1	Unit	Rp 800.000	5	Rp 160.000
15	Mesin Print Invoice	1	Unit	Rp 150.000	5	Rp 30.000
16	Wadah Bumbu	1	Unit	Rp 30.000	5	Rp 6.000
Jumlah				Rp 3.000.000		Rp 664.000

Tabel 3.28 menjelaskan alokasi dana untuk perlengkapan yang akan digunakan oleh Cirenginaja.idn. Saat memulai usaha, Cirenginaja.idn menginvestasikan Rp 1.870.000 untuk membeli berbagai peralatan. Kemudian, di bulan April, Cirenginaja.idn kembali melakukan investasi untuk membeli peralatan baru guna mendukung peluncuran menu baru, dengan total investasi sebesar Rp 1.130.000. Pembelian ini bertujuan untuk meningkatkan kelancaran operasional bisnis Cirenginaja.idn dalam beberapa tahun ke depan.

3.5.2 Perhitungan Biaya yang Dikeluarkan

a) Food Cost

Food cost adalah istilah yang merujuk pada total pengeluaran untuk bahan baku makanan dan minuman yang digunakan dalam operasional bisnis makanan atau restoran. Ini mencakup biaya pembelian bahan, penyimpanan, dan pengolahan. *Food cost* biasanya dihitung sebagai persentase dari total penjualan, yang membantu pemilik bisnis dalam mengelola anggaran dan menentukan harga jual produk.

Mengendalikan *food cost* sangat penting untuk menjaga profitabilitas bisnis. Berikut merupakan *food cost* yang dihasilkan dari operasional Cirenginaja.idn:

Tabel 3. 29 *Food Cost* Cireng Kemasan *Frozen*

No	Ingredients	QTY UOM	Price			
			Varian Cireng Isi			
			Pizza	Seblak Ayam	Ayam Rendang	Ayam Cabe Ijo
1	Kulit Cireng	5 pcs	Rp 2.450	Rp 2.450	Rp 2.450	Rp 2.450
2	Isian	5 pcs	Rp 3.680	Rp 4.275	Rp 4.055	Rp 3.845
3	Packaging	1 pcs	Rp 2.583	Rp 2.583	Rp 2.583	Rp 2.583
Biaya per Paket			Rp 8.713	Rp 9.308	Rp 9.088	Rp 8.878
Misc. 5%			Rp 436	Rp 465	Rp 444	Rp 454
Food Cost			Rp 9.149	Rp 9.773	Rp 9.532	Rp 9.332
Selling Price			Rp 15.000	Rp 15.000	Rp 15.000	Rp 15.000
Contribution Margin			Rp 5.851	Rp 5.227	Rp 5.468	Rp 5.668

Tabel 3. 30 *Food Cost* Cireng Isi Siap Santap

No	Ingredients	QTY UOM	Price			
			Varian Cireng Isi			
			Pizza	Seblak Ayam	Ayam Rendang	Ayam Cabe Ijo
1	Kulit Cireng	5 pcs	Rp 2.450	Rp 2.450	Rp 2.450	Rp 2.450
2	Isian	5 pcs	Rp 3.680	Rp 4.275	Rp 4.055	Rp 3.845
3	Packaging	1 pcs	Rp 544	Rp 544	Rp 544	Rp 544
Biaya per Paket			Rp 6.674	Rp 7.269	Rp 7.049	Rp 6.839
Misc. 5%			Rp 436	Rp 465	Rp 444	Rp 454
Food Cost			Rp 7.110	Rp 7.734	Rp 7.493	Rp 7.293
Selling Price			Rp 15.000	Rp 15.000	Rp 15.000	Rp 15.000
Contribution Margin			Rp 7.890	Rp 7.266	Rp 7.507	Rp 7.707

Tabel 3. 31 *Food Cost* Keripik Cireng

No	Ingredients	QTY UOM	Price			
			Varian Keripik Cireng			
			Pedas	BBQ	Keju	Rumput Laut
1	Keripik Cireng	80 gr	Rp 979	Rp 979	Rp 979	Rp 979
2	Seasoning	20 gr	Rp 2.105	Rp 1.181	Rp 1.770	Rp 679
3	Packaging	1 pcs	Rp 2.193	Rp 2.193	Rp 2.193	Rp 2.193
Biaya per Paket			Rp 5.277	Rp 4.353	Rp 4.942	Rp 3.851
Misc. 5%			Rp 264	Rp 218	Rp 247	Rp 192
Food Cost			Rp 5.541	Rp 4.571	Rp 5.189	Rp 4.043
Selling Price			Rp 10.000	Rp 10.000	Rp 10.000	Rp 10.000
Contribution Margin			Rp 4.459	Rp 5.429	Rp 4.811	Rp 5.957

Tabel 3. 32 *Food Cost* Bakso Aci

No	Ingredients	QTY UOM	Price	
			Varian Bakso Aci	
			Kuah Chili Oil	Kuah Keju
1	Adonan Bakso Aci Besar	1 pcs	Rp 298	Rp 298
2	Adonan Bakso Aci Kecil	4 pcs	Rp 715	Rp 715
3	Isian Bakso Aci	1 pcs	Rp 855	Rp 855
4	Chili Oil	1 pcs	Rp 260	Rp 260
5	Kuah	1 pcs	Rp 2.750	Rp 7.000
6	Seasoning	1 pcs	Rp 1.620	Rp 1.620
7	Packaging	1 pcs	Rp 544	Rp 544
Biaya per Paket			Rp 7.042	Rp 11.292
Misc. 5%			Rp 352	Rp 565
Food Cost			Rp 7.394	Rp 11.857
Selling Price			Rp 10.000	Rp 15.000
Contribution Margin			Rp 2.606	Rp 3.143

Tabel 3. 33 *Food Cost* Cireng Kuah

No	Ingredients	QTY UOM	Price	
			Varian Cireng Kuah	
			Kuah Chili Oil	Kuah Keju
1	Kulit Cireng	5 pcs	Rp 920	Rp 920
2	Isian Cireng	5 pcs	Rp 2.185	Rp 2.185
3	Chili Oil	1 pcs	Rp 260	Rp 260
4	Kuah	1 pcs	Rp 2.750	Rp 7.000
5	Packaging	1 pcs	Rp 544	Rp 544
Biaya per Paket			Rp 6.659	Rp 10.909
Misc. 5%			Rp 333	Rp 545
Food Cost			Rp 6.992	Rp 11.454
Selling Price			Rp 10.000	Rp 15.000
Contribution Margin			Rp 3.008	Rp 3.546

Tabel 3. 34 *Food Cost* Minuman Boba

No	Ingredients	QTY UOM	Price
MINUMAN BOBA (VARIAN CHOCOLATE, CAPPUCINO, TARO)			
1	Boba	1 pcs	Rp 1.285
2	Air	20 ml	Rp 280
3	Bubuk Minuman	25 gr	Rp 1.000
4	Es Batu	80 gr	Rp 1.600
5	Gula	20 gr	Rp 480
6	Kemasan	1 pcs	Rp 295
Biaya per Paket			Rp 4.940
Misc. 5%			Rp 247
Food Cost			Rp 5.187
Selling Price			Rp 8.000
Contribution Margin			Rp 2.813

Tabel 3. 35 *Food Cost* Basreng Bojot

No	Ingredients	QTY UOM	Price
BASRENG BOJOT			
1	Bakso Goreng	3 pcs	Rp 4.480
3	Chili Oil	1 pcs	Rp 520
5	Packaging	1 pcs	Rp 544
Biaya per Paket			Rp 5.544
Misc. 5%			Rp 545
Food Cost			Rp 6.089
Selling Price			Rp 10.000
Contribution Margin			Rp 3.911

Dari tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa Cirenginaja.idn telah mempertimbangkan *food cost* dan margin keuntungan dalam strategi produksinya. Dengan menawarkan berbagai varian produk, Cirenginaja.idn menunjukkan pemahaman yang baik mengenai biaya produksi dan potensi keuntungan. Pengelolaan yang efektif terhadap biaya dan margin memungkinkan Cirenginaja.idn untuk tetap bersaing di pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen secara optimal.

b) Gaji

Tabel 3. 36 Gaji

Jabatan	Volume	Jam Kerja	Gaji
Pemilik	1	20 hari/bulan	Rp 750.000
Karyawan Tetap	1	20 hari/bulan	Rp 700.000
Karyawan <i>Part Time</i>	1	12 hari/bulan	Rp 420.000

Berdasarkan data gaji yang tertera, perusahaan menerapkan sistem kompensasi yang bervariasi berdasarkan jabatan dan jam kerja. Pemilik memperoleh gaji tertinggi sebesar Rp 750.000 dengan jam kerja 20 hari sebulan. Karyawan tetap digaji Rp 700.000 untuk jam kerja yang sama. Sementara itu, karyawan paruh waktu mendapatkan kompensasi Rp 420.000 dengan alokasi waktu kerja 12 hari per bulan.

c) Biaya Tetap

Tabel 3. 37 Biaya Tetap Periode Maret – Agustus 2024

LAPORAN BIAYA TETAP CIRENGINAJA.IDN PERIODE MARET - AGUSTUS 2024							
No	Komponen	Biaya per Bulan (Rp)					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Penyusutan Peralatan	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667
2	Biaya Sewa Tempat	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 300.000	Rp 300.000
3	Biaya Utilitas	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 100.000	Rp 100.000
4	Gaji	Rp 750.000	Rp 750.000	Rp 750.000	Rp 750.000	Rp 750.000	Rp 750.000
5	Promosi dan Pemasaran	-	-	Rp 50.000	Rp 10.000	Rp 150.000	Rp 150.000
	Jumlah	Rp 1.020.667	Rp1.020.667	Rp 1.070.667	Rp 1.030.667	Rp1.340.667	Rp 1.340.667

Tabel 3. 38 Biaya Tetap Periode September 2024 – April 2025

LAPORAN BIAYA TETAP CIRENGINAJA.IDN PERIODE SEPTEMBER 2024 - APRIL 2025									
No	Komponen	Biaya per Bulan (Rp)							
		September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April
1	Penyusutan Peralatan	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 59.500
2	Biaya Sewa Tempat	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000
3	Biaya Utilitas	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000
4	Gaji	Rp 1.450.000	Rp1.450.000	Rp 1.450.000	Rp 1.870.000	Rp1.870.000	Rp 1.870.000	Rp 1.870.000	Rp 1.870.000
5	Promosi dan Pemasaran	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000
	Jumlah	Rp 2.040.667	Rp2.040.667	Rp 2.040.667	Rp 2.460.667	Rp2.460.667	Rp 2.460.667	Rp 2.460.667	Rp 2.479.500

Pada awal penjualannya, penulis menetapkan biaya tetap sebesar Rp 1.020.667, yang mencakup gaji penulis sebesar Rp 750.000. Saat itu, penulis belum melakukan promosi pemasaran. Biaya tetap ini berlaku dari bulan Maret hingga April 2024. Kemudian, pada bulan Mei 2024, penulis menaikkan biaya tetap menjadi Rp 1.070.667 karena merasa perlu mengeluarkan Rp 50.000 untuk promosi.

Di bulan Juni 2024, biaya tetap kembali meningkat menjadi Rp 1.120.667. Keputusan ini diambil karena penulis merasa perlu menambah alokasi Rp 100.000 untuk promosi, mengingat hasil dari promosi di bulan Mei belum memuaskan.

Dari bulan Juli hingga Agustus 2024, penulis menetapkan biaya tetap sebesar Rp 1.190.667. Penulis menambahkan Rp 150.000 untuk promosi agar dapat meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, biaya utilitas meningkat dari Rp 80.000 menjadi Rp 100.000, dan biaya sewa tempat juga naik dari Rp 150.000 menjadi Rp 300.000. Penambahan biaya promosi ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan keterlibatan dengan audiens, yang diharapkan dapat berdampak positif pada penjualan.

Dari bulan September hingga November 2024, biaya tetap ditetapkan sebesar Rp 1.890.667. Penulis menambah satu karyawan, dengan gaji penulis Rp 750.000 dan gaji karyawan baru Rp 700.000. Penambahan karyawan ini diperlukan untuk mendukung peningkatan beban kerja dan efisiensi operasional. Dengan adanya karyawan baru, penulis dapat lebih fokus pada strategi pemasaran dan pengembangan konten, sementara karyawan baru membantu dalam tugas-tugas sehari-hari, sehingga kualitas layanan kepada pelanggan dapat meningkat. Langkah ini diharapkan dapat mendukung pertumbuhan bisnis.

Biaya tetap sebesar Rp 2.460.667 yang disebutkan dalam tabel 3.38 akan berlaku dari bulan Desember 2024 hingga Maret 2025. Kenaikan biaya tetap ini disebabkan oleh penambahan karyawan paruh waktu, yang penting untuk memberikan fleksibilitas dalam mengelola beban kerja yang bervariasi. Total pengeluaran gaji menjadi Rp 1.870.000. Dengan mempekerjakan karyawan paruh waktu, penulis dapat menyesuaikan jumlah tenaga kerja sesuai kebutuhan, terutama di periode sibuk. Ini juga memungkinkan penulis untuk mengurangi biaya tenaga kerja tetap sambil tetap memenuhi tuntutan operasional dan meningkatkan layanan.

Mulai April 2025, biaya tetap akan mencakup pengeluaran penting untuk mendukung operasional Cirenginaja.idn, terutama terkait dengan peluncuran menu baru. Investasi dalam peralatan baru dan kebutuhan lainnya meningkat dibandingkan bulan sebelumnya. Rincian biaya tetap per bulan terdiri dari perawatan mesin dan peralatan sebesar Rp 59.500, biaya sewa tempat Rp 300.000, biaya utilitas Rp 100.000, gaji Rp 1.870.000, dan promosi serta pemasaran sebesar Rp 150.000, sehingga total biaya tetap per bulan mencapai Rp 2.479.500. Dengan biaya tetap ini, Cirenginaja.idn dapat menyusun anggaran dan mengelola keuangan dengan lebih efisien. Pengeluaran ini sangat penting untuk menjamin kelancaran operasional dan keberhasilan peluncuran menu baru, serta mendukung strategi pertumbuhan perusahaan di masa depan.

3.5.3 Pendapatan

Tabel 3. 39 Pendapatan Penjualan Periode Maret - Agustus 2024

No.	Month	Product	QTY	Price / Unit	Month Sales	Cost / Unit	Production Cost	Income
1	Mrt-24	Cireng Isi Seblak Ayam	53	Rp 15.000	Rp 795.000	Rp 9.773	Rp 517.969	Rp 277.031
		Cireng Isi Ayam Cabe Ijo	53	Rp 15.000	Rp 795.000	Rp 9.332	Rp 494.596	Rp 300.404
		Cireng Isi Ayam Rendang	53	Rp 15.000	Rp 795.000	Rp 9.532	Rp 505.196	Rp 289.804
		Cireng Isi Pizza	45	Rp 15.000	Rp 675.000	Rp 9.149	Rp 411.705	Rp 263.295
		Keripik Cireng Pedas	50	Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 541	Rp 27.050	Rp 472.950
		Keripik Cireng Rumput Laut	50	Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 4.043	Rp 202.150	Rp 297.850
		Keripik Cireng BBQ	50	Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 4.571	Rp 228.550	Rp 271.450
		Keripik Cireng Keju	30	Rp 10.000	Rp 300.000	Rp 5.189	Rp 155.670	Rp 144.330
		Total	384		Rp 4.860.000		Rp 2.542.886	Rp 2.317.114
		2	Apr-24	Cireng Isi Seblak Ayam	73	Rp 15.000	Rp 1.095.000	Rp 9.773
Cireng Isi Ayam Cabe Ijo	33			Rp 15.000	Rp 495.000	Rp 9.332	Rp 307.956	Rp 187.044
Cireng Isi Ayam Rendang	53			Rp 15.000	Rp 795.000	Rp 9.532	Rp 505.196	Rp 289.804
Cireng Isi Pizza	50			Rp 15.000	Rp 750.000	Rp 9.149	Rp 457.450	Rp 292.550
Keripik Cireng Pedas	50			Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 541	Rp 27.050	Rp 472.950
Keripik Cireng Rumput Laut	50			Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 4.043	Rp 202.150	Rp 297.850
Keripik Cireng BBQ	50			Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 4.571	Rp 228.550	Rp 271.450
Keripik Cireng Keju	50			Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 5.189	Rp 259.450	Rp 240.550
Total	359				Rp 5.135.000		Rp 2.701.231	Rp 2.433.769
3	Mei-24			Cireng Isi Seblak Ayam	159	Rp 15.000	Rp 2.385.000	Rp 9.773
		Cireng Isi Ayam Cabe Ijo	23	Rp 15.000	Rp 345.000	Rp 9.332	Rp 214.636	Rp 130.364
		Cireng Isi Ayam Rendang	106	Rp 15.000	Rp 1.590.000	Rp 9.532	Rp 1.010.392	Rp 579.608
		Cireng Isi Pizza	135	Rp 15.000	Rp 2.025.000	Rp 9.149	Rp 1.235.115	Rp 789.885
		Keripik Cireng Pedas	70	Rp 10.000	Rp 700.000	Rp 541	Rp 37.870	Rp 662.130
		Keripik Cireng Rumput Laut	50	Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 4.043	Rp 202.150	Rp 297.850
		Keripik Cireng BBQ	50	Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 4.571	Rp 228.550	Rp 271.450
		Keripik Cireng Keju	30	Rp 10.000	Rp 300.000	Rp 5.189	Rp 155.670	Rp 144.330
		Total	623		Rp 8.345.000		Rp 4.638.290	Rp 3.706.710
		4	Jun-24	Cireng Isi Seblak Ayam	159	Rp 15.000	Rp 2.385.000	Rp 9.773
Cireng Isi Ayam Cabe Ijo	23			Rp 15.000	Rp 345.000	Rp 9.332	Rp 214.636	Rp 130.364
Cireng Isi Ayam Rendang	106			Rp 15.000	Rp 1.590.000	Rp 9.532	Rp 1.010.392	Rp 579.608
Cireng Isi Pizza	145			Rp 15.000	Rp 2.175.000	Rp 9.149	Rp 1.326.605	Rp 848.395
Keripik Cireng Pedas	70			Rp 10.000	Rp 700.000	Rp 541	Rp 37.870	Rp 662.130
Keripik Cireng Rumput Laut	50			Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 4.043	Rp 202.150	Rp 297.850
Keripik Cireng BBQ	40			Rp 10.000	Rp 400.000	Rp 4.571	Rp 182.840	Rp 217.160
Keripik Cireng Keju	30			Rp 10.000	Rp 300.000	Rp 5.189	Rp 155.670	Rp 144.330
Total	623				Rp 8.395.000		Rp 4.684.070	Rp 3.710.930
5	Jul-24			Cireng Isi Seblak Ayam	159	Rp 15.000	Rp 2.385.000	Rp 9.773
		Cireng Isi Ayam Cabe Ijo	23	Rp 15.000	Rp 345.000	Rp 9.332	Rp 214.636	Rp 130.364
		Cireng Isi Ayam Rendang	106	Rp 15.000	Rp 1.590.000	Rp 9.532	Rp 1.010.392	Rp 579.608
		Cireng Isi Pizza	145	Rp 15.000	Rp 2.175.000	Rp 9.149	Rp 1.326.605	Rp 848.395
		Keripik Cireng Pedas	80	Rp 10.000	Rp 800.000	Rp 541	Rp 43.280	Rp 756.720
		Keripik Cireng Rumput Laut	50	Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 4.043	Rp 202.150	Rp 297.850
		Keripik Cireng BBQ	50	Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 4.571	Rp 228.550	Rp 271.450
		Keripik Cireng Keju	30	Rp 10.000	Rp 300.000	Rp 5.189	Rp 155.670	Rp 144.330
		Total	643		Rp 8.595.000		Rp 4.735.190	Rp 3.859.810
		6	Agst-24	Cireng Isi Seblak Ayam	169	Rp 15.000	Rp 2.535.000	Rp 9.773
Cireng Isi Ayam Cabe Ijo	23			Rp 15.000	Rp 345.000	Rp 9.332	Rp 214.636	Rp 130.364
Cireng Isi Ayam Rendang	116			Rp 15.000	Rp 1.740.000	Rp 9.532	Rp 1.105.712	Rp 634.288
Cireng Isi Pizza	155			Rp 15.000	Rp 2.325.000	Rp 9.149	Rp 1.418.095	Rp 906.905
Keripik Cireng Pedas	80			Rp 10.000	Rp 800.000	Rp 541	Rp 43.280	Rp 756.720
Keripik Cireng Rumput Laut	50			Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 4.043	Rp 202.150	Rp 297.850
Keripik Cireng BBQ	40			Rp 10.000	Rp 400.000	Rp 4.571	Rp 182.840	Rp 217.160
Keripik Cireng Keju	30			Rp 10.000	Rp 300.000	Rp 5.189	Rp 155.670	Rp 155.670
Total	663				Rp 8.945.000		Rp 4.974.020	Rp 3.982.320

Tabel 3. 40 Pendapatan Penjualan Periode September 2024 - April 2025

No.	Month	Product	QTY	Price / Unit	Month Sales	Cost / Unit	Production Cost	Income
1	Sep-24	Cireng Isi Seblak Ayam	189	Rp 15.000	Rp 2.835.000	Rp 9.773	Rp 1.847.097	Rp 987.903
		Cireng Isi Ayam Cabe Ijo	33	Rp 15.000	Rp 495.000	Rp 9.332	Rp 307.956	Rp 187.044
		Cireng Isi Ayam Rendang	156	Rp 15.000	Rp 2.340.000	Rp 9.532	Rp 1.486.992	Rp 853.008
		Cireng Isi Pizza	175	Rp 15.000	Rp 2.625.000	Rp 9.149	Rp 1.601.075	Rp 1.023.925
		Keripik Cireng Pedas	80	Rp 10.000	Rp 800.000	Rp 541	Rp 43.280	Rp 756.720
		Keripik Cireng Rumput Laut	50	Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 4.043	Rp 202.150	Rp 297.850
		Keripik Cireng BBQ	40	Rp 10.000	Rp 400.000	Rp 4.571	Rp 182.840	Rp 217.160
		Keripik Cireng Keju	30	Rp 10.000	Rp 300.000	Rp 5.189	Rp 155.670	Rp 144.330
		Total	753			Rp10.295.000		Rp 5.827.060
2	Okt-24	Cireng Isi Seblak Ayam	189	Rp 15.000	Rp 2.835.000	Rp 9.773	Rp 1.847.097	Rp 987.903
		Cireng Isi Ayam Cabe Ijo	33	Rp 15.000	Rp 495.000	Rp 9.332	Rp 307.956	Rp 187.044
		Cireng Isi Ayam Rendang	156	Rp 15.000	Rp 2.340.000	Rp 9.532	Rp 1.486.992	Rp 853.008
		Cireng Isi Pizza	175	Rp 15.000	Rp 2.625.000	Rp 9.149	Rp 1.601.075	Rp 1.023.925
		Keripik Cireng Pedas	100	Rp 10.000	Rp 1.000.000	Rp 541	Rp 54.100	Rp 945.900
		Keripik Cireng Rumput Laut	60	Rp 10.000	Rp 600.000	Rp 4.043	Rp 242.580	Rp 357.420
		Keripik Cireng BBQ	40	Rp 10.000	Rp 400.000	Rp 4.571	Rp 182.840	Rp 357.000
		Keripik Cireng Keju	50	Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 5.189	Rp 259.450	Rp 240.550
		Total	803			Rp10.495.000		Rp 5.982.090
3	Nov-24	Cireng Isi Seblak Ayam	199	Rp 15.000	Rp 2.985.000	Rp 9.773	Rp 1.944.827	Rp 1.040.173
		Cireng Isi Ayam Cabe Ijo	33	Rp 15.000	Rp 495.000	Rp 9.332	Rp 307.956	Rp 187.044
		Cireng Isi Ayam Rendang	165	Rp 15.000	Rp 2.475.000	Rp 9.532	Rp 1.572.780	Rp 902.220
		Cireng Isi Pizza	185	Rp 15.000	Rp 2.775.000	Rp 9.149	Rp 1.692.565	Rp 1.082.435
		Keripik Cireng Pedas	100	Rp 10.000	Rp 1.000.000	Rp 541	Rp 54.100	Rp 945.900
		Keripik Cireng Rumput Laut	60	Rp 10.000	Rp 600.000	Rp 4.043	Rp 242.580	Rp 357.420
		Keripik Cireng BBQ	40	Rp 10.000	Rp 400.000	Rp 4.571	Rp 182.840	Rp 217.160
		Keripik Cireng Keju	50	Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 5.189	Rp 259.450	Rp 240.550
		Total	832			Rp11.230.000		Rp 6.257.098
4	Des-24	Cireng Isi Seblak Ayam	212	Rp 15.000	Rp 3.180.000	Rp 9.773	Rp 2.071.876	Rp 1.108.124
		Cireng Isi Ayam Cabe Ijo	33	Rp 15.000	Rp 495.000	Rp 9.332	Rp 307.956	Rp 187.044
		Cireng Isi Ayam Rendang	185	Rp 15.000	Rp 2.775.000	Rp 9.532	Rp 1.763.420	Rp 1.011.580
		Cireng Isi Pizza	203	Rp 15.000	Rp 3.060.000	Rp 9.149	Rp 1.857.247	Rp 1.202.753
		Keripik Cireng Pedas	100	Rp 10.000	Rp 1.000.000	Rp 541	Rp 54.100	Rp 945.900
		Keripik Cireng Rumput Laut	60	Rp 10.000	Rp 600.000	Rp 4.043	Rp 242.580	Rp 357.420
		Keripik Cireng BBQ	40	Rp 10.000	Rp 400.000	Rp 4.571	Rp 182.840	Rp 217.160
		Keripik Cireng Keju	50	Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 5.189	Rp 259.450	Rp 240.550
		Total	883			Rp12.010.000		Rp 6.739.469
5	Jan-25	Cireng Isi Seblak Ayam	212	Rp 15.000	Rp 3.180.000	Rp 9.773	Rp 2.071.876	Rp 1.108.124
		Cireng Isi Ayam Cabe Ijo	33	Rp 15.000	Rp 495.000	Rp 9.332	Rp 307.956	Rp 187.044
		Cireng Isi Ayam Rendang	185	Rp 15.000	Rp 2.775.000	Rp 9.532	Rp 1.763.420	Rp 1.011.580
		Cireng Isi Pizza	203	Rp 15.000	Rp 3.060.000	Rp 9.149	Rp 1.857.247	Rp 1.202.753
		Keripik Cireng Pedas	100	Rp 10.000	Rp 1.500.000	Rp 541	Rp 54.100	Rp 1.445.900
		Keripik Cireng Rumput Laut	60	Rp 10.000	Rp 1.000.000	Rp 4.043	Rp 242.580	Rp 757.420
		Keripik Cireng BBQ	40	Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 4.571	Rp 182.840	Rp 317.160
		Keripik Cireng Keju	50	Rp 10.000	Rp 500.000	Rp 5.189	Rp 259.450	Rp 240.550
		Total	883			Rp13.010.000		Rp 6.739.469
6	Feb-25	Cireng Isi Seblak Ayam	252	Rp 15.000	Rp 3.780.000	Rp 9.773	Rp 2.462.796	Rp 1.317.204
		Cireng Isi Ayam Cabe Ijo	30	Rp 15.000	Rp 450.000	Rp 9.332	Rp 279.960	Rp 170.040
		Cireng Isi Ayam Rendang	180	Rp 15.000	Rp 2.700.000	Rp 9.532	Rp 1.715.760	Rp 984.240
		Cireng Isi Pizza	200	Rp 15.000	Rp 3.000.000	Rp 9.149	Rp 1.829.800	Rp 1.170.200
		Keripik Cireng Pedas	77	Rp 10.000	Rp 770.000	Rp 541	Rp 41.657	Rp 728.343
		Keripik Cireng Rumput Laut	70	Rp 10.000	Rp 700.000	Rp 4.043	Rp 283.010	Rp 416.990
		Keripik Cireng BBQ	2	Rp 10.000	Rp 20.000	Rp 4.571	Rp 9.142	Rp 10.858
		Keripik Cireng Keju	11	Rp 10.000	Rp 110.000	Rp 5.189	Rp 57.079	Rp 52.921
		Total	822			Rp11.530.000		Rp 6.679.204
7	Mar-25	Cireng Isi Seblak Ayam	153	Rp 15.000	Rp 2.295.000	Rp 9.773	Rp 1.495.269	Rp 799.731
		Cireng Isi Ayam Cabe Ijo	35	Rp 15.000	Rp 525.000	Rp 9.332	Rp 326.620	Rp 198.380
		Cireng Isi Ayam Rendang	175	Rp 15.000	Rp 2.625.000	Rp 9.532	Rp 1.668.100	Rp 956.900
		Cireng Isi Pizza	190	Rp 15.000	Rp 2.850.000	Rp 9.149	Rp 1.738.310	Rp 1.111.690
		Keripik Cireng Pedas	28	Rp 10.000	Rp 280.000	Rp 541	Rp 15.148	Rp 264.852
		Keripik Cireng Rumput Laut	25	Rp 10.000	Rp 250.000	Rp 4.043	Rp 101.075	Rp 148.925
		Keripik Cireng BBQ	19	Rp 10.000	Rp 190.000	Rp 4.571	Rp 86.849	Rp 103.151
		Keripik Cireng Keju	27	Rp 10.000	Rp 270.000	Rp 5.189	Rp 140.103	Rp 129.897
		Total	652			Rp 9.285.000		Rp 5.571.474

8	Apr-15	Cireng Isi Frozen Seblak Ayam	270	Rp 15.000	Rp 4.050.000	Rp 9.773	Rp 2.638.710	Rp 1.411.290
		Cireng Isi Frozen Ayam Cabe Ijo	35	Rp 15.000	Rp 525.000	Rp 9.332	Rp 326.620	Rp 198.380
		Cireng Isi Frozen Ayam Rendang	200	Rp 15.000	Rp 3.000.000	Rp 9.532	Rp 1.906.400	Rp 1.093.600
		Cireng Isi Frozen Pizza	195	Rp 15.000	Rp 2.925.000	Rp 9.149	Rp 1.784.055	Rp 1.140.945
		Keripik Cireng Pedas	40	Rp 10.000	Rp 400.000	Rp 541	Rp 21.640	Rp 378.360
		Keripik Cireng Rumput Laut	25	Rp 10.000	Rp 250.000	Rp 4.043	Rp 101.075	Rp 148.925
		Keripik Cireng BBQ	24	Rp 10.000	Rp 240.000	Rp 4.571	Rp 109.704	Rp 130.296
		Keripik Cireng Keju	32	Rp 10.000	Rp 320.000	Rp 5.189	Rp 166.048	Rp 153.952
		Cireng Isi Matang Seblak Ayam	250	Rp 15.000	Rp 3.750.000	Rp 7.734	Rp 1.933.500	Rp 1.816.500
		Cireng Isi Matang Ayam Cabe Ijo	50	Rp 15.000	Rp 750.000	Rp 7.293	Rp 364.650	Rp 385.350
		Cireng Isi Matang Ayam Rendang	200	Rp 15.000	Rp 3.000.000	Rp 7.493	Rp 1.498.600	Rp 1.501.400
		Cireng Isi Matang Pizza	120	Rp 15.000	Rp 1.800.000	Rp 7.110	Rp 853.200	Rp 946.800
		Cireng Kuah Chili Oil	1500	Rp 10.000	Rp 15.000.000	Rp 6.992	Rp 10.488.000	Rp 4.512.000
		Cireng Kuah Keju	10	Rp 15.000	Rp 150.000	Rp 11.454	Rp 114.540	Rp 35.460
		Bakso Acı Kuah Chili Oil	300	Rp 10.000	Rp 3.000.000	Rp 7.394	Rp 2.218.200	Rp 781.800
		Bakso Acı Kuah Keju	18	Rp 15.000	Rp 270.000	Rp 11.857	Rp 213.426	Rp 56.574
		Basreng Bojot	10	Rp 10.000	Rp 100.000	Rp 6.089	Rp 60.890	Rp 39.110
		Minuman Boba Varian Chocolate	150	Rp 8.000	Rp 1.200.000	Rp 5.187	Rp 778.050	Rp 421.950
		Minuman Boba Varian Cappucino	100	Rp 8.000	Rp 800.000	Rp 5.187	Rp 518.700	Rp 281.300
		Minuman Boba Varian Taro	100	Rp 8.000	Rp 800.000	Rp 5.187	Rp 518.700	Rp 281.300
		Total	3629		Rp 42.330.000		Rp 26.614.708	Rp 15.715.292

3.5.4 Laba Rugi

Proyeksi laba rugi merupakan laporan keuangan yang menyajikan perhitungan pendapatan, laba kotor, dan laba bersih suatu usaha. Laporan ini memberikan gambaran mengenai performa finansial usaha, apakah menghasilkan keuntungan atau justru kerugian.

Tabel 3. 41 Laporan Laba Rugi Periode Maret - Agustus 2024

LAPORAN LABA RUGI CIRENGINAJA.IDN PERIODE MARET - AGUSTUS 2024						
PENDAPATAN	MARET	APRIL	MEI	JUNI	JULI	AGUSTUS
Penjualan Cireng Isi Frozen Seblak Ayam	Rp 795.000	Rp 1.095.000	Rp 2.385.000	Rp 2.385.000	Rp 2.385.000	Rp 2.535.000
Penjualan Cireng Isi Frozen Ayam Cabe Ijo	Rp 795.000	Rp 495.000	Rp 345.000	Rp 345.000	Rp 345.000	Rp 345.000
Penjualan Cireng Isi Frozen Ayam Rendang	Rp 795.000	Rp 795.000	Rp 1.590.000	Rp 1.590.000	Rp 1.590.000	Rp 1.740.000
Penjualan Cireng Isi Frozen Pizza	Rp 675.000	Rp 750.000	Rp 2.025.000	Rp 2.175.000	Rp 2.175.000	Rp 2.325.000
Penjualan Keripik Cireng Pedas	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 700.000	Rp 700.000	Rp 800.000	Rp 800.000
Penjualan Keripik Cireng Rumput Laut	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000
Penjualan Keripik Cireng BBQ	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 400.000	Rp 500.000	Rp 400.000
Penjualan Keripik Cireng Keju	Rp 300.000	Rp 500.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000
Total Pendapatan	Rp 4.860.000	Rp 5.135.000	Rp 8.345.000	Rp 8.395.000	Rp 8.595.000	Rp 8.945.000
BEBAN						
Harga Pokok Penjualan	Rp 2.542.886	Rp 2.701.231	Rp 4.638.290	Rp 4.684.070	Rp 4.735.190	Rp 4.974.020
Penyusutan Peralatan	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667
Biaya Sewa Tempat per-bulan	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 300.000
Biaya Utilitas	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 100.000
Gaji	Rp 750.000	Rp 750.000	Rp 750.000	Rp 750.000	Rp 750.000	Rp 750.000
Promosi dan Pemasaran	-	-	Rp 50.000	Rp 100.000	Rp 150.000	Rp 150.000
Total Beban	Rp 3.563.553	Rp 3.721.898	Rp 5.708.957	Rp 5.804.737	Rp 5.905.857	Rp 6.314.687
LABA BERSIH	Rp 1.296.447	Rp 1.413.102	Rp 2.636.043	Rp 2.590.263	Rp 2.689.143	Rp 2.630.313

Tabel 3. 42 Laporan Laba Rugi Periode September 2024 - April 2025

LAPORAN LABA RUGI CIRENGINAJA.IDN PERIODE SEPTEMBER 2024 - APRIL 2025								
PENDAPATAN	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DESEMBER	JANUARI	FEBRUARI	MARET	APRIL
Penjualan Cireng Isi Frozen Seblak Ayam	Rp 2.835.000	Rp 2.835.000	Rp 2.985.000	Rp 3.180.000	Rp 3.180.000	Rp 3.780.000	Rp 2.295.000	Rp 4.050.000
Penjualan Cireng Isi Frozen Ayam Cabe Ijo	Rp 495.000	Rp 495.000	Rp 495.000	Rp 495.000	Rp 495.000	Rp 450.000	Rp 525.000	Rp 525.000
Penjualan Cireng Isi Frozen Ayam Rendang	Rp 2.340.000	Rp 2.340.000	Rp 2.475.000	Rp 2.775.000	Rp 2.775.000	Rp 2.700.000	Rp 2.625.000	Rp 3.000.000
Penjualan Cireng Isi Frozen Pizza	Rp 2.625.000	Rp 2.625.000	Rp 2.775.000	Rp 3.060.000	Rp 3.060.000	Rp 3.000.000	Rp 2.850.000	Rp 2.925.000
Penjualan Keripik Cireng Pedas	Rp 800.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.500.000	Rp 770.000	Rp 280.000	Rp 400.000
Penjualan Keripik Cireng Rumput Laut	Rp 500.000	Rp 600.000	Rp 600.000	Rp 600.000	Rp 1.000.000	Rp 700.000	Rp 250.000	Rp 250.000
Penjualan Keripik Cireng BBQ	Rp 400.000	Rp 100.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 500.000	Rp 20.000	Rp 190.000	Rp 240.000
Penjualan Keripik Cireng Keju	Rp 300.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 110.000	Rp 270.000	Rp 320.000
Penjualan Cireng Isi Matang Seblak Ayam	-	-	-	-	-	-	-	Rp 3.750.000
Penjualan Cireng Isi Matang Ayam Cabe Ijo	-	-	-	-	-	-	-	Rp 750.000
Penjualan Cireng Isi Matang Ayam Rendang	-	-	-	-	-	-	-	Rp 3.000.000
Penjualan Cireng Isi Matang Pizza	-	-	-	-	-	-	-	Rp 1.800.000
Penjualan Cireng Kuah Chili Oil	-	-	-	-	-	-	-	Rp 15.000.000
Penjualan Cireng Kuah Keju	-	-	-	-	-	-	-	Rp 150.000
Penjualan Bakso Aci Kuah Chili Oil	-	-	-	-	-	-	-	Rp 3.000.000
Penjualan Bakso Aci Kuah Keju	-	-	-	-	-	-	-	Rp 270.000
Penjualan Basreng Bojot	-	-	-	-	-	-	-	Rp 100.000
Penjualan Minuman Boba Varian Chocolate	-	-	-	-	-	-	-	Rp 1.200.000
Penjualan Minuman Boba Varian Cappuccino	-	-	-	-	-	-	-	Rp 800.000
Penjualan Minuman Boba Varian Taro	-	-	-	-	-	-	-	Rp 800.000
Total Pendapatan	Rp 10.295.000	Rp 10.495.000	Rp 11.230.000	Rp 12.010.000	Rp 13.010.000	Rp 11.530.000	Rp 9.285.000	Rp 42.330.000
BEBAN								
Harga Pokok Penjualan	Rp 5.827.060	Rp 5.982.090	Rp 6.257.098	Rp 6.739.469	Rp 6.739.469	Rp 6.679.204	Rp 5.571.474	Rp 26.614.708
Penyusutan Peralatan	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 59.500
Biaya Sewa Tempat per-bulan	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000
Biaya Utilitas	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000
Gaji	Rp 1.450.000	Rp 1.450.000	Rp 1.450.000	Rp 1.870.000	Rp 1.870.000	Rp 1.870.000	Rp 1.870.000	Rp 1.870.000
Promosi dan Pemasaran	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000
Total Beban	Rp 7.867.727	Rp 8.022.757	Rp 8.297.765	Rp 9.200.136	Rp 9.200.136	Rp 9.139.871	Rp 8.032.141	Rp 29.094.208
LABA BERSIH	Rp 2.427.273	Rp 2.472.243	Rp 2.932.235	Rp 2.809.864	Rp 3.809.864	Rp 2.390.129	Rp 1.252.859	Rp 13.235.792

3.5.5 Arus Kas

Proyeksi arus kas adalah estimasi aliran dana yang diharapkan masuk dan keluar dari suatu bisnis, mencakup semua pendapatan dan pengeluaran yang diproyeksikan selama periode waktu tertentu.

Tabel 3. 43 Laporan Arus Kas Periode Maret – Agustus 2024

ARUS KAS CIRENGINAJA.IDN PERIODE MARET - AGUSTUS 2024							
	MARET	APRIL	MEI	JUNI	JULI	AGUSTUS	
Kas Awal Periode		Rp 5.213.466	Rp 6.626.568	Rp 9.262.611	Rp 11.852.874	Rp 14.542.017	
Arus kas aktivitas pendanaan							
Penyetoran modal awal	Rp 6.012.019	-	-	-	-	-	
Total arus kas aktivitas pendanaan	Rp 6.012.019						
Pendapatan Penjualan	Rp 4.860.000	Rp 5.135.000	Rp 8.345.000	Rp 8.395.000	Rp 8.595.000	Rp 8.945.000	
Arus kas kegiatan operasional							
Beban bahan pokok produksi	Rp 2.542.886	Rp 2.701.231	Rp 4.638.290	Rp 4.684.070	Rp 4.735.190	Rp 4.974.020	
Penyusutan peralatan	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	
Beban gaji	Rp 750.000	Rp 750.000	Rp 750.000	Rp 750.000	Rp 750.000	Rp 750.000	
Pembayaran sewa tempat	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 300.000	
Beban utilitas	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 100.000	
Promosi dan Pemasaran	-	-	Rp 50.000	Rp 100.000	Rp 150.000	Rp 150.000	
Total arus kas operasional	Rp 3.563.553	Rp 3.721.898	Rp 5.708.957	Rp 5.804.737	Rp 5.905.857	Rp 6.314.687	
Arus kas aktivitas investasi							
Pembelian peralatan	Rp 2.095.000	-	-	-	-	-	
Total arus kas investasi	Rp 2.095.000						
Kas Akhir Periode	Rp 5.213.466	Rp 6.626.568	Rp 9.262.611	Rp 11.852.874	Rp 14.542.017	Rp 17.172.330	
Kas Awal Periode	Rp 6.012.019	Rp 5.213.466	Rp 6.626.568	Rp 9.262.611	Rp 11.852.874	Rp 14.542.017	
Kas Akhir Periode	Rp 5.213.466	Rp 6.626.568	Rp 9.262.611	Rp 11.852.874	Rp 14.542.017	Rp 17.172.330	

Tabel 3. 44 Laporan Arus Kas Periode September 2024 – April 2025

ARUS KAS CIRENGINAJA.IDN PERIODE SEPTEMBER 2024 - APRIL 2024								
	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DESEMBER	JANUARI	FEBRUARI	MARET	APRIL
Kas Awal Periode	Rp 17.172.330	Rp 19.599.603	Rp 22.071.846	Rp 25.004.081	Rp 27.813.945	Rp 31.623.809	Rp 34.013.938	Rp 35.266.797
Pendapatan Penjualan	Rp 10.295.000	Rp 10.495.000	Rp 11.230.000	Rp 12.010.000	Rp 13.010.000	Rp 11.530.000	Rp 9.285.000	Rp 42.330.000
Arus kas kegiatan operasional								
Beban bahan pokok produksi	Rp 5.827.060	Rp 5.982.090	Rp 6.257.098	Rp 6.739.469	Rp 6.739.469	Rp 6.679.204	Rp 5.571.474	Rp 26.614.708
Penyusutan peralatan	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 40.667	Rp 59.500
Beban gaji	Rp 1.450.000	Rp 1.450.000	Rp 1.450.000	Rp 1.870.000	Rp 1.870.000	Rp 1.870.000	Rp 1.870.000	Rp 1.870.000
Pembayaran sewa tempat	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000
Beban utilitas	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000
Promosi dan Pemasaran	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000
Total arus kas operasional	Rp 7.867.727	Rp 8.022.757	Rp 8.297.765	Rp 9.200.136	Rp 9.200.136	Rp 9.139.871	Rp 8.032.141	Rp 29.094.208
Arus kas aktivitas investasi								
Pembelian peralatan	-	-	-	-	-	-	-	Rp 1.130.000
Total arus kas investasi	-	-	-	-	-	-	-	Rp 1.130.000
Kas Akhir Periode	Rp 19.599.603	Rp 22.071.846	Rp 25.004.081	Rp 27.813.945	Rp 31.623.809	Rp 34.013.938	Rp 35.266.797	Rp 47.372.589
Kas Awal Periode	Rp 17.172.330	Rp 19.599.603	Rp 22.071.846	Rp 25.004.081	Rp 27.813.945	Rp 31.623.809	Rp 34.013.938	Rp 35.266.797
Kas Akhir Periode	Rp 19.599.603	Rp 22.071.846	Rp 25.004.081	Rp 27.813.945	Rp 31.623.809	Rp 34.013.938	Rp 35.266.797	Rp 47.372.589

3.6 Tinjauan Aspek Teknologi

3.6.1 Alat

Di Cirenginaja.idn, teknologi digital berperan penting dalam operasional dan pemasaran. Penggunaan *smartphone* sebagai alat utama memungkinkan penulis dan karyawan untuk mengelola bisnis dengan fleksibilitas, baik di lokasi usaha maupun di luar. Selain itu, *smartphone* dilengkapi dengan berbagai aplikasi yang mendukung fungsi seperti manajemen pesanan, komunikasi dengan pelanggan, dan analisis keuangan, sehingga penulis dapat melakukan banyak tugas dalam satu perangkat. Komunikasi menjadi lebih efisien karena aplikasi pesan instan dan media sosial memudahkan interaksi serta memberikan respons cepat terhadap pertanyaan atau keluhan pelanggan.

3.6.2 Aplikasi Pendukung

Cirenginaja.idn menggunakan beberapa aplikasi untuk kelancaran pemasaran dan operasionalnya, yaitu :

1. Instagram



Gambar 3. 24 Akun Instagram

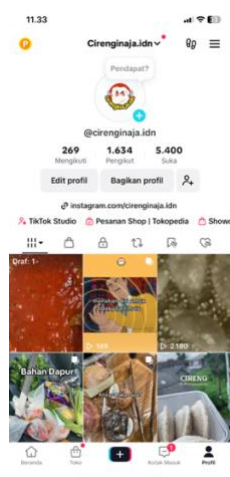


Gambar 3. 25 Reels Instagram

Pemasaran produk Cirenginaja.idn melalui Instagram bertujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan menggunakan akun Cirenginaja.idn. Penulis mengusung tagline "**Pengen Ngemil? #CirengInaja**", yang dirancang untuk menarik perhatian dan

menimbulkan rasa ingin tahu di kalangan konsumen, serta mendorong mereka untuk mempertimbangkan cireng sebagai pilihan cemilan yang ideal. Untuk menambah daya tarik visual, penulis memilih warna *orange* untuk feed Instagram. Warna ini melambangkan energi, keceriaan, dan semangat, yang sangat cocok untuk produk cemilan yang diharapkan memberikan kebahagiaan kepada konsumen. Selain itu, warna *orange* yang mencolok efektif dalam menarik perhatian, sehingga produk lebih menonjol di antara konten lainnya. Warna ini juga memberikan kesan hangat dan ramah, yang penting untuk membangun kedekatan dengan pelanggan, serta sering diasosiasikan dengan rasa dan kesegaran dalam konteks makanan. Dengan strategi ini, diharapkan akun Cirenginaja.idn dapat menarik perhatian dan mengundang konsumen untuk mencoba produk yang ditawarkan, sekaligus menciptakan pengalaman positif melalui elemen visual yang menarik.

2. TikTok



Gambar 3. 26 Akun TikTok



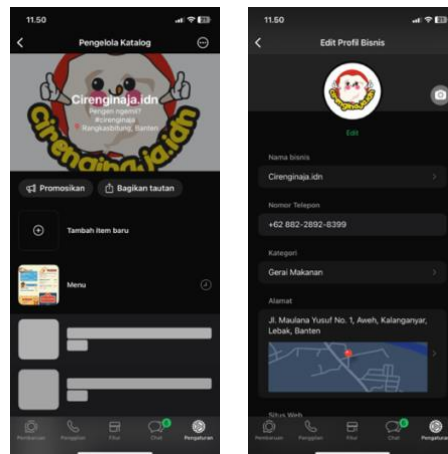
Gambar 3. 27 Analisis Akun TikTok

Cirenginaja.idn memiliki potensi besar untuk menjangkau audiens muda, terutama generasi Z dan milenial, melalui TikTok. Dengan konten kreatif, Cirenginaja.idn dapat menampilkan berbagai jenis cireng dan keripik, proses pembuatan, serta cara penyajiannya dalam video singkat yang menarik. Penggunaan hashtag populer dan mengikuti trend dapat meningkatkan visibilitas dan keterlibatan dengan audiens yang lebih luas.

Namun, Cirenginaja.idn tidak terlalu aktif di TikTok karena kesulitan menjangkau audiens. Konten yang jarang muncul di halaman For You Page (FYP) membatasi jangkauan dan mengurangi efektivitas pemasaran. Sebagai alternatif, Cirenginaja.idn kini lebih aktif di Instagram, yang menawarkan peluang lebih baik untuk berinteraksi dengan pelanggan melalui konten visual yang menarik. Dengan memanfaatkan Instagram, Cirenginaja.idn dapat meningkatkan visibilitas merek dan mendorong interaksi yang lebih mendalam dengan pelanggan. Strategi ini memungkinkan Cirenginaja.idn

menjangkau audiens lebih luas dan tetap terlibat meskipun menghadapi tantangan di platform lain.

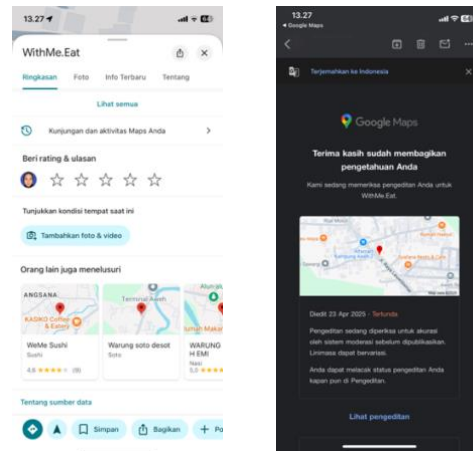
3. WhatsApp Business



Gambar 3. 28 Aplikasi WhatsApp Business

Penggunaan WhatsApp Business memberikan manfaat signifikan bagi keberlangsungan Cirenginaja.idn. Aplikasi ini mendukung komunikasi cepat dan langsung dengan pelanggan, sehingga pertanyaan dan keluhan dapat ditangani secara efisien. Fitur profil bisnis menampilkan informasi penting seperti alamat, jam operasional, dan deskripsi produk, membantu pelanggan memahami usaha dengan jelas. Pesan otomatis yang digunakan dapat meningkatkan efisiensi layanan. Katalog produk di WhatsApp memudahkan pelanggan melihat pilihan menu dan harga sehingga dapat meningkatkan peluang penjualan. Cirenginaja.idn juga dapat menginformasikan promosi atau diskon dengan mudah sehingga dapat mendorong pembelian. Dengan memanfaatkan WhatsApp Business, Cirenginaja.idn meningkatkan interaksi dengan pelanggan, memperkuat loyalitas, dan mendukung pertumbuhan pada bisnis.

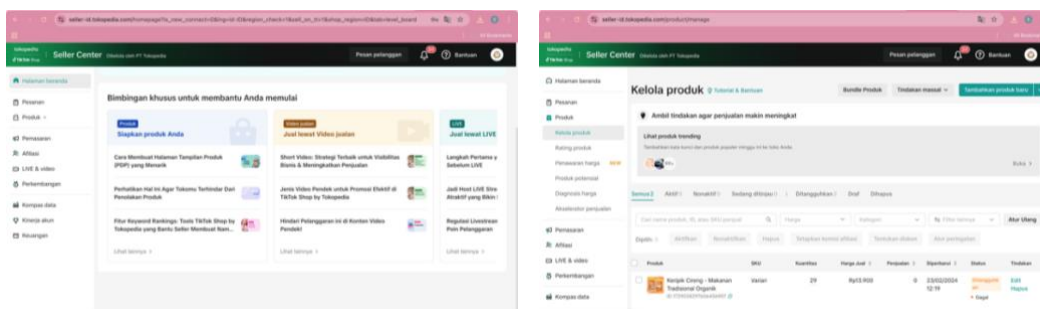
4. Google Maps



Gambar 3. 29 Google Maps

Saat ini, lokasi Cirenginaja.idn di Google Maps sudah sesuai. Masalah sebelumnya terkait nama yang terdaftar sebagai "withme.eat" telah diselesaikan. Proses perubahan nama dan verifikasi yang dilakukan oleh penulis telah berhasil, sehingga identitas bisnis Cirenginaja.idn kini tampil dengan jelas di Google Maps. Dengan nama yang benar, calon pelanggan dapat dengan mudah menemukan informasi yang relevan tanpa kebingungan. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan visibilitas bisnis di hasil pencarian Google, tetapi juga memperkuat kepercayaan konsumen. Langkah ini sangat penting untuk meningkatkan kesadaran merek dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan, yang diharapkan dapat menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan di masa depan.

5. TokoPedia

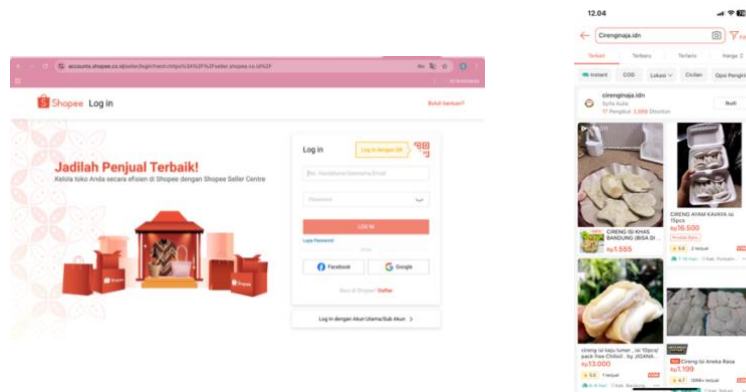


Gambar 3. 30 TokoPedia Seller Center

Cirenginaja.idn telah terdaftar sebagai penjual di Tokopedia, yang kini bekerja sama dengan TikTok untuk memperluas jangkauannya. Namun, Cirenginaja.idn menghadapi masalah dalam memasarkan produknya karena belum mendapatkan izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga Terdaftar). Meskipun pengajuan izin PIRT telah dilakukan melalui OSS (*Online Single Submission*) sejak tahun 2024, proses persetujuannya masih belum selesai. Tanpa izin PIRT, Cirenginaja.idn tidak dapat secara

resmi menjual produknya, yang menghambat upaya pemasaran dan penjualan di platform seperti Tokopedia dan TikTok. Situasi ini menjadi tantangan bagi perusahaan dalam memaksimalkan potensi pasar dan meningkatkan visibilitas produknya.

6. Shopee

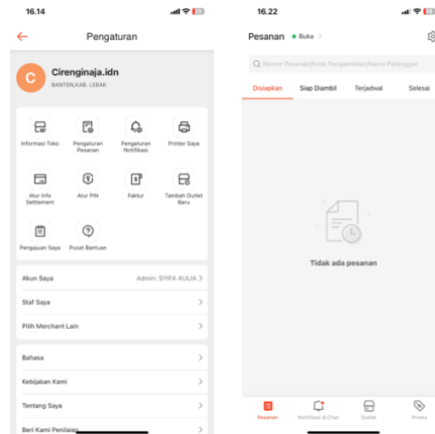


Gambar 3. 31 Akun Shopee

Cirenginaja.idn telah terdaftar di Shopee sejak 2024. Meskipun akun ini memiliki 17 pengikut dan telah ditonton lebih dari 3.500 kali, hingga kini belum ada penjualan yang terjadi. Rendahnya penjualan mungkin disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah adanya produk serupa yang memiliki lebih banyak ulasan. Hal ini bisa membuat pelanggan ragu untuk melakukan pembelian. Saat konsumen melihat variasi produk dengan banyak ulasan positif, mereka cenderung memilih produk yang lebih dikenal dibandingkan yang ditawarkan oleh Cirenginaja.idn.

Selain itu, pada akhir Desember 2024 akun Shopee Cirenginaja.idn tidak dapat diakses kembali karena penulis lupa kata sandi, dan baik email maupun nomor telepon yang terdaftar sudah tidak aktif. Ketika mencoba untuk membuat akun baru menggunakan email dan nomor telepon yang berbeda, prosesnya terhambat karena diperlukan verifikasi KTP tetapi sistem menyatakan bahwa akun tersebut sudah terdaftar. Akibatnya, akun Shopee Cirenginaja.idn tidak dapat digunakan lagi.

7. Shopee Partner



Gambar 3. 32 Aplikasi Shopee Partner

Aplikasi Shopee Partner adalah platform yang dibuat untuk mendukung pengguna, khususnya penjual dalam mengelola dan meningkatkan penjualan mereka di Shopee Food. Di awal April 2025, Cirenginaja.idn resmi bergabung dengan Shopee Food. Keputusan ini diambil karena Shopee Food baru saja hadir di kota Rangkasbitung, memberikan peluang bagi penulis untuk memperluas pasar Cirenginaja.idn.

Namun, meskipun telah bergabung, Cirenginaja.idn belum menerima orderan. Hal ini mungkin disebabkan oleh kurangnya kesadaran masyarakat tentang keberadaan Shopee Food di Rangkasbitung yang masih dalam tahap pengenalan layanan baru ini kepada konsumen. Cirenginaja.idn berharap, seiring berjalannya waktu dan dengan upaya pemasaran yang dilakukan, minat masyarakat terhadap layanan Shopee Food akan meningkat, sehingga dapat mendorong masuknya orderan dan meningkatkan penjualan.

8. GoBiz



Gambar 3. 33 Aplikasi GoBiz

Cirenginaja.idn telah terdaftar di GoBiz sejak 7 Oktober 2024, dengan harapan dapat memperluas pasar melalui layanan Go Food dari Gojek. Meskipun platform GoBiz dirancang untuk membantu usaha kecil dan menengah dalam menjalankan bisnis secara lebih efisien, penulis belum melihat peningkatan penjualan yang signifikan. Sebagian besar pembeli masih lebih memilih untuk membeli langsung, sehingga potensi pemasaran Go Food belum sepenuhnya terealisasi. Penulis terus berusaha untuk memanfaatkan fitur-fitur yang ada seperti promosi dan diskon, berharap dapat menarik lebih banyak pelanggan melalui layanan ini di masa mendatang.

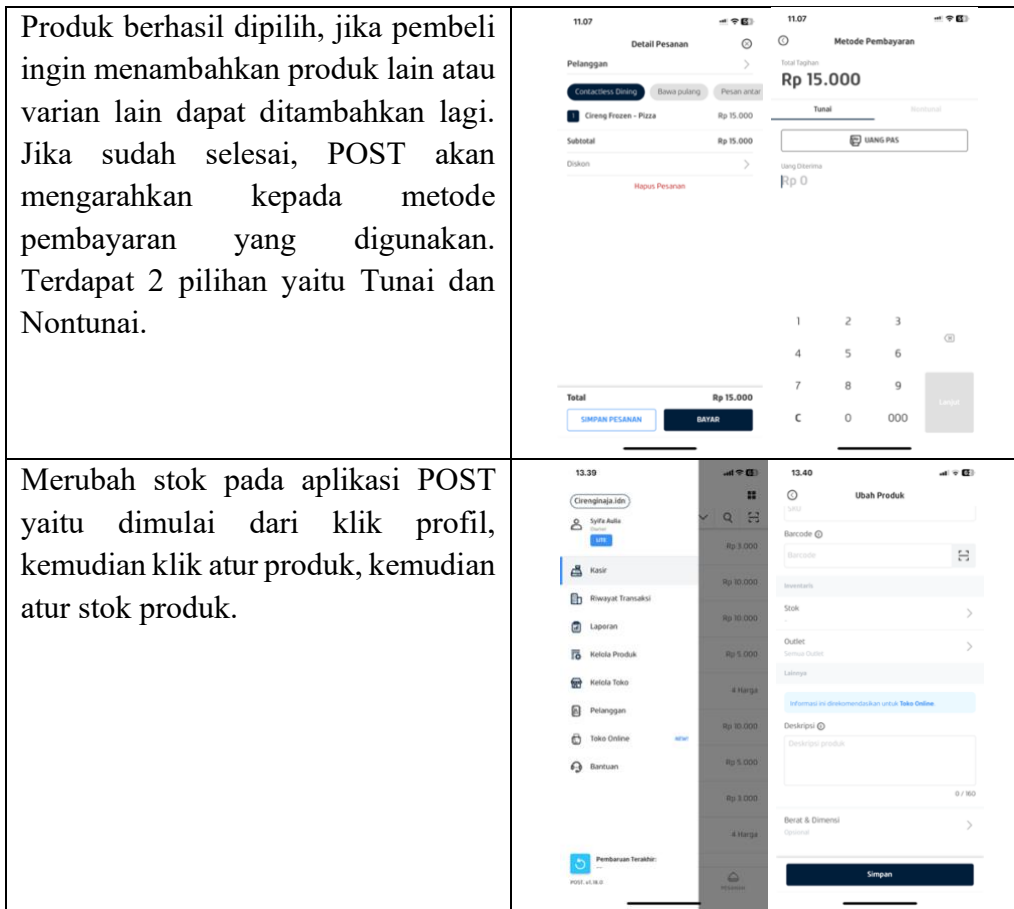
Tercatat dari awal Cirenginaja.idn terdaftar di GoBiz, hanya ada 4 orderan Go Food yang diterima oleh Cirenginaja.idn. Setelah dievaluasi, hal tersebut terjadi dikarenakan masyarakat di kota Rangkasbitung jarang menggunakan platform Go Food untuk memesan makanan *online*. Masyarakat cenderung lebih memilih membelinya langsung.

9. POST

Cirenginaja.idn menggunakan aplikasi POST sebagai sistem kasir yang membantu dalam pengelolaan transaksi. Aplikasi ini memudahkan penulis dalam input pesanan dan memantau stok bahan secara *real-time*. Dengan fitur ini, penulis dapat memastikan ketersediaan produk yang optimal untuk memenuhi permintaan pelanggan. Selain itu, POST mendukung transaksi untuk pembelian langsung di tempat.

Tabel 3. 45 Proses Penggunaan Aplikasi POST

Deskripsi	Dokumentasi
<p>Input pesanan melalui POST. Tampilan awal POST, kemudian klik produk yang ingin dibeli. Kemudian pilih varian.</p>	 <p>The screenshot shows the initial screen of the POST application. At the top, the time is 11:06. Below the header, there are two columns of products. The left column is titled 'Semua Produk' and lists 'Cireng Frozen' (4 Harga) and 'Kemplak Cireng' (4 Harga). The right column is titled 'Cireng Frozen' and lists 'Pizza' (45 Stok, Rp 15.000), 'Seblak Ayam' (33 Stok, Rp 15.000), 'Ayam Cabe Ijo' (13 Stok, Rp 15.000), and 'Ayam Rendang' (23 Stok, Rp 15.000). At the bottom, there is a 'TAMBAH PRODUK' button and a navigation bar with icons for 'KATALOG', 'MOMENT', and 'MOMENT'.</p>

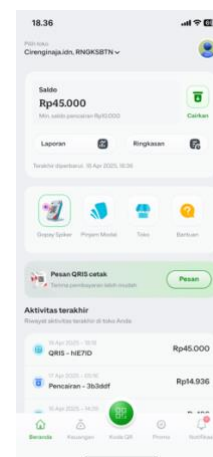


Selain memudahkan penulis dalam input pesanan dan memantau stok bahan secara *real-time*, aplikasi POST juga memudahkan penulis untuk melihat laporan transaksi 30 hari terakhir sehingga penulis dapat menganalisa laporan keuangan.

10. GoPay Merchant



Gambar 3. 34 QRIS

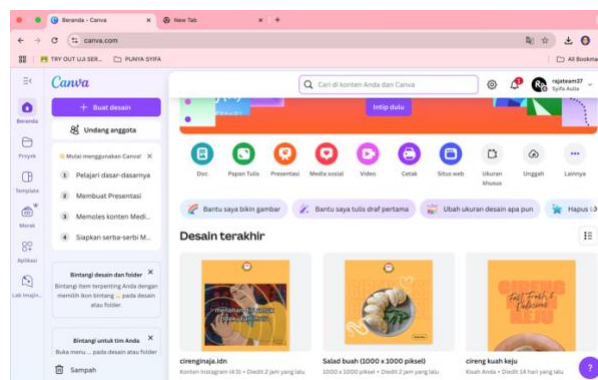


Gambar 3. 35 Tampilan Aplikasi GoPay Merchant

Cirenginaja.idn memanfaatkan QRIS dari GoPay Merchant sebagai metode pembayaran digital, yang mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi. Pada awalnya QRIS yang digunakan oleh Cirenginaja.idn berasal dari InterActive QRIS, kemudian dengan berbagai pertimbangan karena adanya biaya admin yang mahal, waktu pencairan yang begitu lama, dan terkadang error. Hal tersebut menjadikan pertimbangan untuk penulis mengganti QRIS yang dikeluarkan oleh GoPay Merchant. QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) memungkinkan pelanggan untuk membayar dengan memindai kode QR melalui aplikasi GoPay Merchant. Ada beberapa keuntungan dari penggunaan QRIS dari GoPay Merchant yaitu transaksi yang cepat dan praktis, aplikasi yang jarang memiliki gangguan sehingga dapat mengurangi risiko penipuan serta kesalahan transaksi.

Selain QRIS, GoPay merchant juga digunakan untuk membuat promo menarik berupa cashback GoPay Coins. Cirenginaja.idn membuat promo cashback GoPay coins dikarenakan promo ini berfungsi sebagai insentif bagi pelanggan untuk melakukan pembelian sehingga dapat mendorong frekuensi transaksi. Dengan adanya GoPay Coins, pelanggan merasa dihargai sehingga berpotensi meningkatkan loyalitas dan kepuasan mereka terhadap Cirenginaja.idn. Keberadaan promo juga meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk membeli lebih banyak produk sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Dengan berbagai keuntungan ini, promo GoPay Coins menjadi strategi pemasaran yang efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

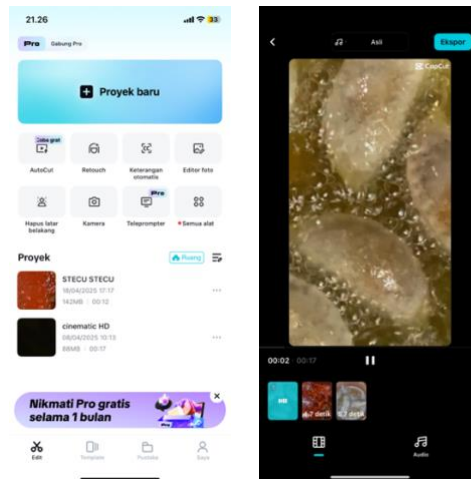
11. Canva



Gambar 3. 36 Web Design Canva

Canva merupakan sebuah platform Canva desain grafis yang memungkinkan pengguna untuk dengan cepat dan mudah membuat berbagai jenis konten visual. Penulis menggunakan Canva untuk berbagai keperluan, seperti mengedit elemen visual di situs web, merancang unggahan di Instagram, menciptakan menu yang menarik, dan mendesain banner promosi. Dengan kemudahan akses dan beragam template yang tersedia, penulis dapat dengan lancar menghasilkan konten yang estetis dan sesuai dengan merek Cirenginaja.idn.

12. CapCut



Gambar 3. 37 Aplikasi CapCut

Aplikasi CapCut merupakan alat pengeditan video yang sangat populer dan sangat sesuai untuk penulis dalam menciptakan konten menarik yang dapat diunggah ke Instagram dan TikTok sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Dengan antarmuka yang mudah digunakan, CapCut memungkinkan pengguna untuk mengedit video dengan cepat, bahkan bagi pemula. Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur pengeditan, seperti pemotongan, penggabungan, penambahan teks, dan efek visual yang dapat meningkatkan daya tarik video.

Selain itu, CapCut menyediakan banyak template kreatif yang dapat diakses secara gratis, memudahkan penulis untuk membuat video promosi yang menarik tanpa perlu keterampilan desain yang rumit. Kemampuan untuk menambahkan musik dan efek suara juga memungkinkan pengguna menciptakan video yang lebih dinamis dan sesuai dengan tema yang diinginkan. Dengan menggunakan CapCut, Cirenginaja.idn dapat menghemat waktu dalam proses produksi konten, sehingga tim dapat lebih fokus pada strategi pemasaran dan pengembangan ide kreatif. Fitur ekspor video dalam resolusi tinggi memastikan bahwa konten yang dihasilkan tampak profesional dan siap untuk dibagikan di media sosial. Dengan semua keuntungan ini, CapCut menjadi pilihan yang sangat berharga untuk memperkuat keberadaan Cirenginaja.idn di platform media sosial.

BAB IV

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

4.1 Identifikasi Masalah

Dalam pelaksanaan proyek bisnis Cirenginaja.idn, beberapa masalah telah teridentifikasi selama proses bisnis yang berlangsung. Berikut adalah daftar masalah yang ditemukan dari bulan Maret 2024 sampai dengan April 2025:

- Masalah di Bidang Operasional/Produksi:
 1. Kualitas produk sangat dipengaruhi oleh bahan baku yang diperoleh dari pemasok. Jika kualitas bahan baku bervariasi, hasil produk juga bisa berbeda-beda.
 2. Sistem distribusi yang kurang baik menghambat kemampuan untuk mengirimkan produk kepada pelanggan secara cepat dan tepat.
 3. Terjadi beberapa kali gagal produksi dikarenakan belum menemukan resep yang sesuai.

- Masalah di Bidang Pemasaran:
 1. Penjualan produk baru tidak sesuai dengan ekspektasi, menunjukkan bahwa produk mungkin kurang menarik bagi konsumen.
 2. Tingkat interaksi yang minim dengan pengikut di media sosial mengurangi kesempatan untuk menjangkau lebih banyak orang, sehingga kampanye pemasaran menjadi kurang efektif.
 3. Kurangnya konsistensi dalam jadwal posting dapat membuat audiens kehilangan minat dan tidak terlibat dengan konten.
 4. Konten yang kurang kreatif atau relevan mungkin tidak menarik perhatian audiens, sehingga menghambat engagement.

- Masalah di Bidang Sumber Daya Manusia:
 1. Sulitnya mencari pegawai yang sesuai.
 2. Kurangnya masukan dari pelanggan membuat perusahaan kesulitan untuk berinovasi dan melakukan perbaikan yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan mereka.
 3. Tim mengalami tantangan dalam menciptakan ide-ide baru, yang menghambat kemampuan untuk menawarkan variasi produk yang lebih menarik.

- Masalah di Bidang Keuangan:
 1. Kenaikan biaya bahan baku berdampak pada biaya produksi dan bisa mengurangi laba yang diperoleh.
 2. Ada ketidaksesuaian antara rencana yang disusun dalam proposal bisnis dan realita di lapangan, termasuk laporan keuangan yang tidak akurat atau terlambat.

- Masalah di Bidang Teknologi:
 1. Ada masalah dalam sistem aplikasi kasir yang dapat mengganggu proses pembayaran dan pencatatan penjualan, membuat transaksi menjadi tidak lancar.
 2. Banyak pelanggan yang tidak tertarik untuk membeli produk melalui platform online seperti TokoPedia dan Shopee, menunjukkan perlunya strategi pemasaran digital yang lebih baik.
 3. Pada akhir Desember 2024 akun Shopee Cirenginaja.idn tidak dapat diakses kembali karena penulis lupa kata sandi, dan baik email maupun nomor telepon yang terdaftar sudah tidak aktif.
 4. Cirenginaja.idn menghadapi masalah dalam memasarkan produknya karena belum mendapatkan izin PIRT (Pangan Industri Rumahan Terdaftar). Meskipun pengajuan izin PIRT telah dilakukan melalui OSS (*Online Single Submission*) sejak tahun 2024, proses persetujuannya masih belum selesai. Tanpa izin PIRT, Cirenginaja.idn tidak dapat secara resmi menjual produknya, yang menghambat upaya pemasaran dan penjualan di platform seperti Tokopedia dan TikTok.

4.2 Pemecahan Masalah

Menyikapi berbagai permasalahan yang telah diuraikan, berikut adalah solusi yang diusulkan untuk meningkatkan kinerja Cirenginaja.idn:

- Pemecahan Masalah di Bidang Operasional/Produksi
 1. Penulis kini telah berhasil menjalin kerjasama dengan beberapa pemasok, sehingga tidak lagi bergantung pada satu sumber. Dengan variasi pemasok ini, penulis dapat memastikan bahwa bahan baku yang diterima selalu memiliki kualitas tinggi. Selain itu, pengujian kualitas rutin pada setiap pengiriman telah diterapkan untuk memastikan semua bahan memenuhi standar yang ditentukan. Jika ada bahan yang tidak sesuai, tim dapat segera melakukan penggantian untuk menjaga konsistensi produk. Standar kualitas yang jelas juga telah disampaikan kepada semua pemasok, sehingga mereka memahami apa yang diharapkan oleh penulis.
 2. Penulis sekarang menggunakan perangkat lunak manajemen pengiriman untuk merencanakan rute yang paling efisien, sehingga berhasil mengurangi waktu pengiriman secara signifikan.
 3. Memperbaiki resep hingga menemukan rasa yang pas, dikarenakan mengubah resep maka penulis harus menghitung ulang HPP di laporan perkembangan bisnis.
- Pemecahan Masalah di Bidang Pemasaran
 1. Penulis telah melakukan riset pasar untuk memahami lebih baik apa yang diinginkan oleh konsumen. Berdasarkan informasi ini, produk baru disesuaikan agar lebih menarik. Selain itu, penulis melibatkan audiens dalam uji coba produk sebelum peluncuran yang memberikan masukan berharga untuk perbaikan.
 2. Untuk meningkatkan interaksi, penulis fokus pada pembuatan konten yang lebih menarik dan relevan. Mengadakan kuis, giveaway, dan sesi tanya jawab di media sosial terbukti berhasil mendorong pengikut untuk lebih aktif berpartisipasi dan berinteraksi dengan konten yang disajikan.
 3. Penulis sekarang memiliki kalender konten yang jelas, yang memastikan bahwa posting dilakukan secara teratur. Dengan pendekatan ini, audiens merasa lebih terhubung dan tetap tertarik dengan konten yang dibagikan.
 4. Penulis berusaha untuk menghadirkan konten yang lebih kreatif dan menarik. Dengan menggunakan berbagai format, seperti video dan infografis. Selain itu, penulis juga aktif meminta masukan dari pengikut tentang jenis konten yang mereka inginkan, sehingga konten menjadi lebih relevan dan meningkatkan keterlibatan.
- Pemecahan Masalah di Bidang Sumber Daya Manusia
 1. Penulis akhirnya memilih untuk merekrut pegawai dari teman dan saudara. Dengan pendekatan ini, penulis dapat menemukan calon pegawai yang sudah

- dikenal dan memiliki keterampilan yang sesuai. Proses rekrutmen pun menjadi lebih mudah dan cepat berkat adanya hubungan yang telah terjalin sebelumnya.
2. Untuk mengatasi kurangnya masukan dari pelanggan, penulis secara aktif meminta *feedback* melalui survei. Menerapkan sistem untuk mengumpulkan dan menganalisis masukan pelanggan secara rutin membantu Cirenginaja.idn dalam berinovasi dan melakukan perbaikan yang diperlukan agar produk lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.
 3. Penulis mengadakan sesi *brainstorming* secara berkala, melibatkan seluruh tim dalam proses kreatif. Mendorong budaya inovasi dengan memberikan kesempatan kepada pegawai untuk berbagi ide-ide baru tanpa rasa takut akan kritik juga sangat penting. Selain itu, pelatihan diadakan untuk membantu tim mengembangkan keterampilan dan menciptakan variasi produk yang lebih menarik.
- Pemecahan Masalah di Bidang Keuangan
 1. Penulis telah melakukan negosiasi ulang dengan pemasok untuk mendapatkan harga yang lebih baik dan mencari alternatif pemasok yang menawarkan bahan baku dengan harga lebih kompetitif.
 2. Penulis secara rutin melakukan evaluasi terhadap rencana yang dibuat dalam proposal bisnis untuk memastikan keselarasan dengan kondisi di lapangan.
 - Pemecahan Masalah di Bidang Teknologi
 1. Penulis telah mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah yang ada pada sistem aplikasi kasir yang mengganggu proses pembayaran dan pencatatan penjualan. Pembaruan perangkat lunak dan peningkatan pelatihan untuk karyawan dalam menggunakan sistem baru telah membantu memastikan transaksi berjalan lebih lancar.
 2. Untuk menarik lebih banyak pelanggan ke platform online seperti TokoPedia dan Shopee, penulis telah merancang strategi pemasaran digital yang lebih baik. Ini mencakup penggunaan iklan berbayar dan promosi menarik.
 3. Penulis telah menghubungi tim dukungan Shopee untuk memulihkan akses ke akun Cirenginaja.idn tetapi untuk saat ini akun masih belum dapat digunakan kembali. Sementara itu, penulis juga menyiapkan langkah-langkah untuk menjaga keamanan akun di masa depan, termasuk mencatat kata sandi dan memverifikasi informasi kontak yang aktif.
 4. Penulis terus memantau perkembangan proses pengajuan izin PIRT melalui OSS. Selain itu, penulis mencari informasi dan bantuan dari pihak terkait untuk mempercepat proses persetujuan. Penulis menyadari bahwa tanpa izin PIRT, penting untuk mendapatkan izin tersebut agar dapat secara resmi memasarkan produk di platform seperti Tokopedia dan TikTok.

BAB V

KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari awal produksi sampai akhir pembuatan Cirenginaja.idn yang sudah penulis lakukan dapat di tarik kesimpulan bahwa:

1. Cirenginaja.idn, yang didirikan pada 7 Maret 2024 di Yogyakarta, fokus pada industri kuliner makanan ringan. Dimulai dari produksi mandiri di kamar kost, usaha ini berhasil menarik perhatian mahasiswa dengan penjualan awal 10 pembeli per minggu. Keberhasilan strategi pemasaran dan produk berkualitas tinggi mendorong pembukaan outlet pertama di Rangkasbitung, dengan penjualan meningkat hingga rata-rata 50 pembeli per hari dalam lima bulan terakhir. Dengan penambahan dua pekerja, efisiensi dan layanan pelanggan meningkat. Cirenginaja.idn juga memperluas kehadirannya di platform e-commerce dan aktif melakukan promosi di media sosial. Rencana peluncuran menu baru pada 6 April 2025 menunjukkan komitmen untuk berinovasi.
2. Berdasarkan hasil kuesioner, sebagian besar pembeli Cirenginaja.idn berusia antara 18-24 tahun, dengan persentase mencapai 71,7%. Dalam hal jenis kelamin, terdapat 43,3% laki-laki dan 56,7% perempuan. Data tingkat pendidikan menunjukkan bahwa 52,8% pembeli memiliki pendidikan di perguruan tinggi, sedangkan 43,3% berpendidikan SMA. Mayoritas pembeli, yaitu 96,1%, tinggal di kota Rangkasbitung, yang menunjukkan adanya pangsa pasar yang kuat di area tersebut, kemungkinan disebabkan oleh kedekatan lokasi dan strategi pemasaran yang efektif. Temuan ini mengindikasikan perlunya pengembangan dan promosi yang lebih intensif di daerah ini untuk memperkuat posisi pasar dan menarik lebih banyak pelanggan. Cirenginaja.idn menargetkan segmen psikografis yang meliputi pecinta kuliner, pengguna media sosial, dan pencari pengalaman. Dalam promosi, penulis menggunakan Instagram Ads dan TikTok Ads, dengan fokus pada pengguna media sosial yang merupakan pecinta kuliner, yang gemar menjelajahi berbagai pilihan makanan baru dan mengikuti trend terkini.
3. Pemasaran produk dan merek Cirenginaja.idn dilakukan melalui platform media sosial Instagram, TikTok, dan WhatsApp sebagai sarana untuk promosi dan pemesanan produk. Selain itu, Cirenginaja.idn juga terdapat platform online di e-commerce seperti Shopee, TokoPedia, Go Food, dan Shopee Food.
4. Respon konsumen terhadap kepuasan produk dari Cirenginaja idn, berdasarkan hasil kuesioner yang disajikan dapat disimpulkan bahwa Cirenginaja.idn memiliki pelanggan yang loyal dan puas. Sebagian besar responden (85.8%) sering melakukan pembelian, yang menunjukkan tingkat loyalitas yang tinggi.

5. Dalam hal kualitas, 47.2% responden menilai produk sebagai "Sangat Baik", sementara 33.1% menganggapnya "Baik", yang menunjukkan penerimaan positif terhadap produk tersebut. Mengenai rasa, 33.9% responden merasa "Puas" dan 32.3% merasa "Sangat Puas", mencerminkan kesesuaian produk dengan harapan konsumen. Pengalaman layanan pelanggan juga dinilai positif, dengan 33.1% responden merasa "Memuaskan" dan 36.2% "Sangat Memuaskan". Penilaian harga dibandingkan dengan kualitas menunjukkan bahwa 44.1% responden menilai harga sebagai "Baik", dan 27.6% sebagai "Sangat Baik", menunjukkan bahwa harga sebanding dengan kualitas yang diberikan. Terakhir, 37% responden menyatakan kemungkinan besar untuk merekomendasikan produk kepada orang lain, yang mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dan potensi pertumbuhan melalui rekomendasi dari pelanggan. Secara keseluruhan, hasil kuesioner ini menggambarkan keberhasilan Cirenginaja.idn dalam memenuhi ekspektasi pelanggan.
6. Produk yang ditawarkan oleh Cirenginaja.idn memiliki potensi usaha yang menjanjikan untuk tahun-tahun mendatang. Hal ini terbukti dari penjualan yang stabil dan terus meningkat, serta perluasan jangkauan penjualan. Dalam menjalankan bisnisnya, Cirenginaja.idn berhasil mendapatkan kas bersih sebanyak Rp 47.372.589.

5.2 Tindak Lanjut

Proyek bisnis Cirenginaja.idn telah berjalan selama 1 tahun 1 bulan dan sangat mungkin untuk dilanjutkan. Ini disebabkan oleh kinerja penjualan yang stabil dan bahkan meningkat, yang menunjukkan adanya permintaan yang baik di pasar. Selain itu, jumlah pelanggan juga mengalami pertumbuhan, hal ini mencerminkan keberhasilan strategi pemasaran dan promosi yang diterapkan. Inovasi produk yang dilakukan berhasil menarik perhatian konsumen dan memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Adanya umpan balik positif dari pelanggan menunjukkan kepuasan terhadap produk dan layanan yang ditawarkan. Sehingga penulis melihat peluang untuk memperluas jangkauan pasar, baik secara geografis maupun melalui platform digital. Pengelolaan keuangan yang baik juga memungkinkan Cirenginaja.idn untuk melakukan reinvestasi dan mendukung pertumbuhan usaha di masa depan. Dengan berbagai faktor ini, Cirenginaja.idn berada dalam posisi yang kuat untuk melanjutkan dan mengembangkan bisnisnya lebih lanjut. Berikut merupakan usaha tindak lanjut yang akan penulis ambil:

1. Mengoptimalkan proses produksi agar dapat terus meningkat setiap tahunnya, sesuai dengan permintaan pasar yang stabil.
2. Memperluas jangkauan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial dan platform *e-commerce*, serta melakukan promosi yang lebih aktif untuk menarik lebih banyak pelanggan.

3. Mengembangkan variasi produk baru untuk menarik perhatian konsumen dan memenuhi selera pasar yang terus berubah.
4. Melakukan analisis pasar secara rutin untuk memahami trend dan preferensi konsumen, serta menyesuaikan strategi pemasaran yang sesuai.
5. Meningkatkan layanan pelanggan untuk memastikan kepuasan dan loyalitas, yang dapat membantu menjaga penjualan yang stabil.

Dengan langkah-langkah ini, penulis dapat memastikan bahwa Cirenginaja.idn tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Achmad Fathony, S. E. , M. M. , Ak. , CA. , CTA. , MD., & Yulianti Wulandari, S. A. (2020). PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH PADA PT.PERKEBUNAN NUSANTARA VIII. *Ilmiah Akuntansi*, 11, 43–54.
- Gea, S. (2022). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 48–54. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.12>
- Herianto, F., & Ali, H. (n.d.). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Segmentasi Pasar dan Ruang Kompetitif: Strategi Pemasaran, Ukuran Pasar, Teknologi dan Pengguna Akhir. Suatu Literature Review*.
- Kodu, S. (2013). HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA. *Journal of Polymer Science, Part A: Polymer Chemistry*, 45(8), 1432–1445. <https://doi.org/10.1002/pola.21914>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Rahayu, L., Safa, C., Herawaty, T., & Aulia, L. (2022). Usulan Strategi Penetrasi Pasar dengan Pendekatan Analisis Internal dan Eksternal untuk Meningkatkan Penetrasi Merek 3005 BR Leny. *Sekertaris Dan Administrasi Bisnis*, VI(2), 114–130.
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Selang, C. A. D. (2013). *Analisis Manajemen Pemasaran , Perencanaan, Impementasi dan Pengendalian*. 1(3), 89.
- Sumeke, A., & H V Joyce Lapian, S. L. (2022). ANALISIS SEGMENTASI DEMOGRAFI DAN PSIKOGRAFI PADA TOKO RAPS ID ANALYSIS OF DEMOGRAPHIC AND PSYCHOGRAPHIC SEGMENTATION AT THE RAPS ID STORE. *Jurnal EMBA*, 10(1), 202–207.
- Tamara, A. (2016). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis. *Jurnal Riset Dan Manajemen*, 4(3), 395–406.
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap. *Ajie*, 1(3), 175–190. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol1.iss3.art2>
- Yuniati, R., & Mukti, P. (2018). Analisis 4P (Product, Price, Place, Dan Promotion) Dalam Pengambilan Keputusan Calon Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.24176/perseptual.v2i1.2217>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSffFs3tulXxsgdBFSpne_vbWlWFP26b6h7wWxaMc65JQj1q-Q/viewform?usp=header

21:23
WhatsApp
docs.google.com

KUISIONER PENELITIAN CIRENGINAJA.IDN
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Terima kasih telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam kuisisioner ini. Nama saya Syifa Aulia, mahasiswa Jurusan Bisnis Digital Universitas Islam Indonesia dengan NIM 21211014. Kuisisioner ini merupakan bagian dari tugas akhir saya yang bertujuan untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan oleh Cirenginaja.idn. Kuisisioner ini dirancang untuk mengumpulkan umpan balik dari pelanggan tentang pengalaman mereka saat menggunakan produk Cirenginaja.idn. Informasi yang Anda berikan akan sangat berharga dalam membantu saya memahami kebutuhan dan harapan pelanggan, serta meningkatkan kualitas produk dan layanan yang saya tawarkan. Semua jawaban akan dijaga kerahasiaannya & hanya digunakan untuk tujuan penelitian ini. Saya sangat menghargai setiap jawaban yang Anda berikan.

Seberapa penting bagi Anda untuk mendukung produk lokal?

Sangat Penting
 Penting
 Cukup Penting
 Kurang Penting
 Tidak Penting

Frekuensi pembelian produk ciringinaja.idn:

Pertama Kali
 1-3 Kali
 Lebih dari 3 Kali

Bagaimana Anda menilai kualitas produk ciringinaja.idn?

Sangat Baik
 Baik
 Cukup
 Kurang
 Sangat Buruk

Nama:

Your answer

Usia:

Dibawah 18 tahun
 18-24 tahun
 25-34 tahun
 35-44 tahun
 45-54 tahun
 55 tahun ke atas

Jenis Kelamin:

Laki-laki
 Perempuan

Tingkat Pendidikan:

SD
 SMP
 SMA
 Perguruan Tinggi

Dimana Anda Tinggal?

Rangkasbitung
 Serang
 Pandeglang
 JABODETABEK
 Jawa Barat
 Jawa Tengah
 Jawa Timur
 Other: _____

Apa yang memotivasi Anda dalam memilih produk makanan dan minuman? (Pilih semua yang relevan)

Rasa
 Bahan
 Harga
 Kemasan

Seberapa sering Anda mencoba produk baru atau merek baru?

Sangat Sering
 Sering
 Kadang-Kadang
 Jarang
 Tidak Pernah

Seberapa puas Anda dengan rasa produk yang Anda beli?

Sangat Puas
 Puas
 Cukup Puas
 Kurang Puas
 Sangat Tidak Puas

Bagaimana pengalaman Anda dengan layanan pelanggan kami?

Sangat Memuaskan
 Memuaskan
 Cukup Memuaskan
 Tidak Memuaskan
 Sangat Tidak Memuaskan

Bagaimana Anda menilai harga produk ciringinaja.idn dibandingkan dengan kualitasnya?

Sangat Baik
 Baik
 Cukup
 Mahal
 Sangat Mahal

Seberapa besar kemungkinan Anda merekomendasikan produk ciringinaja.idn kepada orang lain?

Sangat Besar
 Besar
 Cukup
 Kecil
 Sangat Kecil

Lampiran 2 Catatan Aktivitas Bisnis

Tanggal	Jam	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
2 Mar 2024	10.00 WIB	Pembelian peralatan	Harga yang diperkirakan tidak sesuai	Mencari barang yang lebih murah melalui aplikasi <i>online</i>	Pemilik
5 Mar 2024	08.00 WIB	Persiapan pembukaan <i>outlet</i>	<i>Layout</i> awal terlalu banyak meja dan tidak sesuai ukuran <i>outlet</i>	Evaluasi <i>layout</i>	Pemilik
6 Mar 2024	09.00 WIB	Pembelian bahan baku	Bahan yang diperlukan saat produksi kurang	Membeli bahan yang kurang	Pemilik
6 Mar 2024	11.00 WIB	Menghitung modal awal	Modal awal tidak sesuai rencana proposal dikarenakan adanya kenaikan harga	Menambah uang modal	Pemilik
6 Mar 2024	12.00 WIB	Produksi awal	Rasa yang kurang sesuai dengan selera	Evaluasi komposisi	Pemilik
6 Mar 2024	22.00 WIB	Keuangan	Keuntungan tidak sesuai dengan yang tertera di proposal	Evaluasi perhitungan dengan teliti	Pemilik
7 Mar 2024	08.00 WIB	Persiapan produksi	Waktu produksi lebih lama sehingga pengiriman tertunda	Mengkonfirmasi kepada pembeli perihal pengiriman yang tertunda	Pemilik
25 Mar 2024	07.00 WIB	Menghitung keuangan bulanan dan mencatat bahan baku	Kesulitan dalam menghitung keuangan	Mencari <i>invoice</i> pembelian pada bulan ini	Pemilik

		yang akan dibeli pada awal bulan			
1 Apr 2024	10.00 WIB	Pembelian bahan baku	Penetapan <i>supplier</i> tidak sesuai	Mencari <i>supplier</i> yang lebih sesuai kualitas	Pemilik
2 Apr 2024	12.00 WIB	Pembelian token listrik melalui aplikasi <i>online</i>	Token listrik tidak masuk	Mengkonfirmasi kepada <i>customer service</i>	Pemilik
25 Apr 2024	21.00 WIB	Menghitung keuangan pada bulan April	Adanya kesalahan pada aplikasi POST sehingga beberapa pemasukan tidak masuk ke dalam aplikasi	Menghitung manual berdasarkan jumlah barang	Pemilik
1 Mei 2024	10.00 WIB	Pembelian bahan baku	Terdapat beberapa bahan baku yang kosong di <i>supplier</i>	Mencari barang serupa	Pemilik
1 Mei 2024	13.00 WIB	Produksi	Terdapat gagal produksi pada produk keripik cireng dikarenakan memakai bahan baku yang tidak sesuai pada resep	Mencari cara agar produk yang gagal tidak menjadi kerugian	Pemilik
1 Mei 2024	17.00 WIB	Pemasaran media sosial	Jumlah pengikut di Instagram masih sedikit dan jarang mengetahui	Mencoba menggunakan Instagram Ads	Pemilik

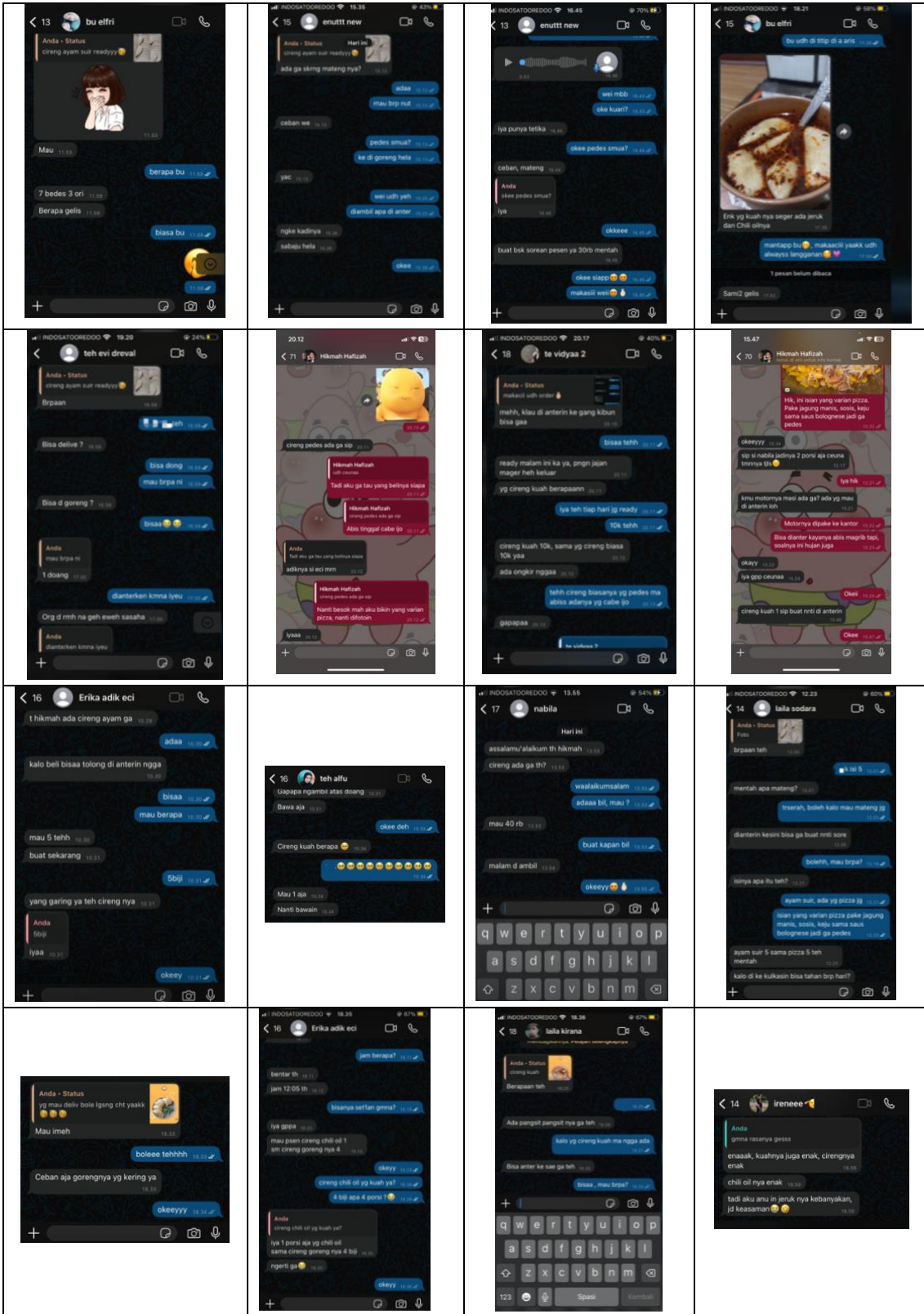
			produk Cirenginaja.idn		
2 Mei 2024	08.00 WIB	Pemasaran media sosial	Pemilik tidak memahami konten yang akan di posting	Mencoba mencari referensi yang ada di internet	Pemilik
22 Mei 2024	21.00 WIB	Catatan keuangan harian	Terdapat selisih penjualan	Mencari selisih dengan menghitung ulang uang dan pengeluaran	Pemilik
1 Juni 2024	10.00 WIB	Belanja bulanan	Terdapat kenaikan harga bahan baku	Mencari harga termurah dengan riset harga pada penjual bahan baku di pasar maupun di <i>online store</i>	Pemilik
10 Juni 2024	10.00 WIB	Kampanye media sosial	Rendahnya engagement	Penambahan biaya Instagram Ads	Pemilik
25 Juni 2024	22.00 WIB	Menghitung keuangan bulanan	Terdapat kesalahan saat menghitung pengeluaran bulanan	Mengecek <i>invoice</i> pembelian bulanan	Pemilik
8 Juli 2024	21.00 WIB	Evaluasi penjualan	Penurunan sales	Analisis data penjualan	Pemilik
25 Juli 2024	22.00 WIB	Penyusunan laporan bulanan	Data tidak lengkap	Pengumpulan data lebih awal	Pemilik
30 Juli 2024	22.00 WIB	Strategi bisnis untuk Agustus	Ketidakjelasan tujuan	Penyusunan rencana dengan jelas	Pemilik
5 Agust 2024	15.00 WIB	Pengecekan pesanan	Keterlambatan progress pembuatan pesanan	Penjadwalan ulang	Pemilik
15 Agst 2024	10.00 WIB	Kampanye media sosial	Rendahnya engagement	Konten lebih menarik	Pemilik

20 Agst 2024	21.00 WIB	Analisis kompetitor	Tidak ada data baru	Mengumpulkan informasi data melalui media sosial	Pemilik
25 Agst 2024	13.00 WIB	Produksi	Pemilik kesulitan memproduksi barang karena permintaan meningkat	Mencari pegawai	Pemilik
5 Sep 2024	09.00 WIB	Pengumpulan <i>Feedback</i> dari pelanggan	<i>Feedback</i> yang minim	Meningkatkan metode pengumpulan	Pemilik
15 Sep 2024	21.00 WIB	Strategi pemasaran digital	Rendahnya konversi	Optimalisasi kampanye iklan	Pemilik
30 Sep 2024	08.00 WIB	Penyusunan laporan bulanan	Data tidak lengkap	Mencari data yang belum lengkap	Pemilik
1 Okt 2024	07.00 WIB	Pelatihan kepada pegawai baru	Belum memahami tata cara produksi	Pelatihan tambahan	Pemilik
5 Okt 2024	22.00 WIB	Perencanaan anggaran	Anggaran yang tidak realistis	Revisi estimasi biaya	Pemilik
15 Okt 2024	09.00 WIB	Produksi	Keterlambatan produksi	Penetapan tenggat waktu yang lebih baik	Karyawan
18 Okt 2024	21.00 WIB	Analisis trend pasar	Data pasar yang usang	Riset pasar terbaru	Pemilik
25 Okt 2024	15.00 WIB	Penjualan	Terdapat kekurangan barang yang diterima oleh pembeli	Mengirim ulang barang yang kurang	Karyawan
1 Nov 2024	08.00 WIB	Evaluasi kinerja	Keterlambatan produksi dikarenakan kekurangan SDM	Mencari pegawai <i>part time</i>	Pemilik

10 Nov 2024	11.00 WIB	Strategi pemasaran akhir tahun	Persaingan ketat	Penyesuaian strategi pemasaran	Pemilik
15 Nov 2024	17.00 WIB	Analisis kepuasan pelanggan	Terdapat komplain pelayanan	Memperbaiki pelayanan	Karyawan
1 Des 2024	08.00 WIB	Pelatihan karyawan baru	Karyawan baru perlu belajar	Mengadakan sesi pelatihan	Pemilik
5 Des 2024	21.00 WIB	Evaluasi kinerja bulanan	Keterlambatan laporan penjualan	Penjadwalan laporan yang lebih awal	Karyawan
31 Des 2024	22.00 WIB	Penyusunan laporan bulanan	Terdapat kesalahan penginputan pendapatan harian pada awal bulan	Mengecek lewat system POST	Pemilik
5 Jan 2025	08.00 WIB	Pelatihan lanjutan karyawan baru	Kurangnya memahami produk	Sesi pelatihan tambahan	Pemilik
10 Jan 2025	21.00 WIB	Evaluasi target pemasaran	Target tidak tercapai	Penyesuaian strategi	Karyawan
20 Jan 2025	21.00 WIB	Brainstorming ide baru	Kurangnya inovasi	Diskusi terbuka dengan tim	Pemilik
30 Jan 2025	08.00 WIB	Penyusunan rencana kerja	Ketidakjelasan tugas	Pembagian tugas yang jelas	Pemilik
1 Feb 2025	08.00 WIB	Evaluasi bulanan	Kinerja di bawah target	Identifikasi penyebab	Pemilik
10 Feb 2025	21.00 WIB	Rapat pemasaran	Persaingan meningkat	Pengembangan strategi baru	Pemilik
1 Mar 2025	08.00 WIB	Pembahasan produk baru	Kurangnya riset pasar	Melakukan analisis pasar	Pemilik
11 Mar 2025	08.00 WIB	Uji coba produk baru	Rasa belum maksimal	Membuat ulang resep	Pemilik
20 Mar 2025	08.00 WIB	Pelatihan produk baru	Tim kurang familiar	Sesi pelatihan mendalam	Pemilik

31 Mar 2025	21.00 WIB	Penyusunan laporan bulanan	Data hilang	Membuat laporan manual	Pemilik
6 Apr 2025	10.00 WIB	Peluncuran produk baru	Kurangnya promosi	Meningkatkan strategi pemasaran	Pemilik
12 Apr 2025	14.00 WIB	Analisis penjualan produk baru	Target penjualan tidak tercapai	Penyesuaian strategi	Pemilik
16 Apr 2025	21.00 WIB	Rapat evaluasi produk baru	<i>Feedback</i> dari pelanggan belum terkumpul	Meningkatkan pengumpulan dan respon pelanggan	Karyawan
18 Apr 2024	10.00 WIB	Kampanye media sosial	Rendahnya engagement TikTok	Menambahkan Tiktok Ads	Pemilik
20 Apr 2025	10.00 WIB	Strategi pemasaran lanjutan	Perubahan trend promosi	Menyesuaikan strategi	Pemilik

Lampiran 3 Bukti Chat Pemesanan dan Testimoni



Lampiran 4 NIB (Nomor Induk Berusaha)



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 0703240050986

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- | | |
|--|--|
| 1. Nama Pelaku Usaha | : SYIFA AULIA |
| 2. Alamat | : KP. AWEH, KALANGANYAR, LEBAK, BANTEN, Desa/Kelurahan Aweh, Kec. Kalanganyar, Kab. Lebak, Provinsi Banten |
| 3. Nomor Telepon Seluler | : +6282220363685 |
| Email | : syifaa.aauliaaa3@gmail.com |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) | : Lihat Lampiran |
| 5. Skala Usaha | : Usaha Mikro |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepabeanaan, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laport Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 7 Maret 2024

**Menteri Investasi dan Hilirisasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 12 Januari 2025

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Petaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR-E-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.





PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 0703240050986

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

1. Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLI yang tercantum dalam lampiran ini.
2. Pelaku Usaha dapat mengajukan pernyataan mandiri pemenuhan standar.
3. Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).
4. Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSI-E-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



Lampiran 5 Izin Edar Pangan Olahan

PIRT memberikan panduan dasar mengenai keamanan pangan untuk Industri Rumah Tangga Pangan (IRTP) dalam menerapkan CPPB-IRT (Cara Produksi Pangan yang Baik untuk Industri Rumah Tangga) agar dapat memproduksi pangan yang aman dan berkualitas. Sertifikasi PIRT hanya diberikan kepada produk pangan olahan yang memiliki tingkat risiko rendah.

No	Nama Perizinan Berusaha UMKU	Kewenangan	Tanggal Pengajuan	Status Izin	Status Permohonan	Aksi
1	Sertifikat Pemenuhan Komitmen Produksi Pangan Olahan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) Deskripsi Kegiatan Usaha: Pangan olahan tertentu yang diproduksi oleh industri rumah tangga ID izin: I-202501222655434639	Bupati Lebak-Kepala DPMPSTP Lebak	12/01/2025	Izin PB UMKU Belum Terbit	Permohonan di Laksanakan di Sistem K/L	Permohonan di Laksanakan di Sistem K/L
2	Sertifikat Pemenuhan Komitmen Produksi Pangan Olahan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) Deskripsi Kegiatan Usaha: Pangan olahan tertentu yang diproduksi oleh industri rumah tangga ID izin: I-202504055989856133	Bupati Lebak-Kepala DPMPSTP Lebak	05/04/2025	Izin PB UMKU Belum Terbit	Permohonan di Laksanakan di Sistem K/L	Permohonan di Laksanakan di Sistem K/L

Lampiran 6 Data Kegiatan Usaha

No	KBLU	Lokasi Usaha	Skala Usaha & Tingkat Risiko	Status Perizinan Berusaha	Perizinan UMKU	Status Perizinan UMKU
1	10794 Nomor Kegiatan Usaha: 20240-3071-1302-4267- 2408	Alamat: Jl. Maulana Yusuf No1 Kelurahan : Aweh Kecamatan : Kalanganyar Kab/Kota : Kab. Lebak Provinsi : Banten	Skala Usaha: Usaha Mikro Tingkat Risiko: Rendah	• NIB Terbit	Sertifikat Pemenuhan Komitmen Produksi Pangan Olahan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) Sertifikat Pemenuhan Komitmen Pangan Olahan Izin Edar Pangan Olahan Sertifikat Pemenuhan Komitmen Produksi Pangan Olahan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT)	Lanjutkan Pengajuan ke Sistem K/L Lanjutkan Pengajuan ke Sistem K/L Lanjutkan Pengajuan ke Sistem K/L Lanjutkan Pengajuan ke Sistem K/L

Lampiran 7 Surat Pernyataan Pelaku Usaha

PERNYATAAN PELAKU USAHA

Yang bertandatangan di bawah ini sebagai Pelaku Usaha:

Nama Pemilik Usaha : SYIFA AULIA

Nama Usaha : CIRENGINAJA.IDN

Alamat Usaha : KP. AWEH, KALANGANYAR, LEBAK, BANTEN

Alamat Tempat Produksi : KP. AWEH, KALANGANYAR, LEBAK, BANTEN

Telepon : +6282220363685

Email : syifaa.auliaaa3@gmail.com

Jenis Produksi : Makanan ringan siap santap

Dengan ini kami menyatakan:

1. Menggunakan bahan yang sudah dipastikan kehalalannya;
2. Memproduksi dan mengolah produk sesuai dengan persyaratan kehalalan; dan
3. Menghasilkan produk yang dipastikan kehalalannya;
4. Memiliki Penyelia Halal sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan;
5. Apabila kami memperoleh/memperpanjang Sertifikat Halal akan:
 - a. Mencantumkan Label Halal terhadap Produk yang telah mendapat Sertifikat Halal;
 - b. Menjaga kehalalan Produk yang telah memperoleh Sertifikat Halal;
 - c. Memberikan informasi penyimpanan, distribusi, pengolahan, penyajian, pengemasan, dan/atau bahan yang digunakan kepada BPJPH dan/atau LPPOM MUI;
 - d. Memisahkan lokasi, tempat, dan alat penyembelihan, alat pengolahan, penyimpanan, pengemasan, dan distribusi yang halal dengan yang tidak halal;
 - e. Melaporkan perubahan komposisi bahan dan perubahan PPH kepada BPJPH.
6. Apabila ditemukan informasi dan/atau pernyataan dalam pernyataan ini tidak benar, atau kami tidak memenuhi kewajiban sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, bersedia dijatuhkan:
 - a. Sanksi administratif;
 - b. Peringatan tertulis;
 - c. Denda administratif;
 - d. Pencabutan sertifikat Halal; dan/atau
 - e. Pencabutan pernyataan pelaku usaha.

Demikian pernyataan Pelaku Usaha ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.



SYIFA AULIA

Pelaku Usaha

Lampiran 8 Surat Permohonan Sertifikat Halal

SURAT PERMOHONAN

Nomor : 001
Lampiran : 1 (satu) bundel
Hal : Permohonan Sertifikat Halal dengan pernyataan pelaku usaha

Kepada Yth. Kepala BPJPH

Jakarta

Nama (Sesuai KTP) : Syifa Aulia
Alamat (Sesuai KTP) : KP. AWEH, KALANGANYAR, LEBAK, BANTENKalanganyar
Jabatan : Penanggung Jawab Usaha
Nomor Kontak : 082220363685
Nama Perusahaan : Cirenginaja.idn
Alamat Perusahaan : KP. AWEH, KALANGANYAR, LEBAK, BANTENKalanganyar

Dengan ini mengajukan permohonan sertifikat halal dengan pernyataan pelaku usaha.

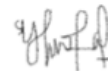
Selain itu kami menyatakan bahwa:

1. Kami belum pernah mendapatkan fasilitas pembiayaan sertifikasi halal dan tidak sedang/akan menerima fasilitas pembiayaan sertifikasi halal dari pihak mana pun;
2. Kami bersedia untuk didampingi oleh pendamping PPH dan bersedia untuk mencantumkan label halal pada produk yang telah disertifikasi halal;
3. Saya menjamin kebenaran kelengkapan data dan dokumen yang menjadi persyaratan penerimaan fasilitas sertifikasi halal bagi pelaku usaha mikro dan kecil dari Kementerian Agama RI;

Apabila dikemudian hari data dan informasi, serta pernyataan yang saya buat ini tidak benar dan terbukti merugikan Negara, maka saya bersedia mengembalikan biaya fasilitas sertifikasi halal kepada Kas Negara dan/atau BPJPH berhak membatalkan pengajuan permohonan sertifikat halal secara sepihak.

Demikian surat permohonan ini dibuat sebagai syarat pengajuan permohonan Sertifikat Halal dengan pernyataan pelaku usaha. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,



Syifa Aulia

Lampiran 9 Data Pegawai

No	Nama Lengkap	Jabatan	Tanggal Lahir	Alamat	Telepon
1	Syifa Aulia	Pemilik Usaha	19/03/03	Jl. Maulana Yusuf, No.1, RT/RW 001/001, Aweh, Kalanganyar, Lebak, Banten	6282220363685
2	Dian	Pegawai Tetap	31/12/01	Jl. Maulana Yusuf, No.1, RT/RW 001/001, Aweh, Kalanganyar, Lebak, Banten	6288228928399
3	Hikmah Hafizah	<i>Part Time</i>	15/06/03	Jl. Maulana Yusuf, No.2, RT/RW 001/001, Aweh, Kalanganyar, Lebak, Banten	6281510572274

Lampiran 10 Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
 PRODI BISNIS DIGITAL
 PROGRAM SARJANA TERAPAN FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
 JL KALIURANG KM 14.5 YOGYAKARTA Telp 0274 898444 ext 2717

KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR/PENELITIAN TERAPAN

Nama : SYIFA AULIA
 No Mahasiswa : 21211019
 Judul Tugas Akhir (Ind) : TUGAS AKHIR PROYEK BISNIS CIRENGINAJA.IDN
 Judul Tugas Akhir (Ing) : FINAL PROJECT FOR THE CIRENGINAJA.IDN
 BUSINESS PROJECT
 Masa Berlaku : 2025 s/d 2026
 Periode Semester : GENAP

Tugas Akhir/Penelitian Terapan disetujui untuk mengikuti ujian pada :

Yogyakarta, 03 JULI 2025
 Dosen Pembimbing

(ARIEF DARNAWAN, S.E, M.M.)

Catatan : Mahasiswa agar menulis tanggal bimbingan dan keterangan konsultasi kemudian mohon paraf Dosen Pembimbing

No	Tanggal	Keterangan Konsultasi	Paraf	
			Mahasiswa	Dosen
1.	5/5/25	Memperbaiki tabel keuangan	Shafiq	A
2	7/5/25	Tabel keuangan dan laporan keuangan	Shafiq	A
3.	14/05/25	Aspek keuangan	Shafiq	A
4	13/05/25	Lanjutan laporan akhir	Shafiq	A
6	16/06/25	Perbaiki bab 4 aspek keuangan	Shafiq	A
7	18/06/25	perbaiki aspek keuangan	Shafiq	A
8	20/06/25	Revisi bab 5	Shafiq	A
9	2/07/25	Melengkapi lampiran	Shafiq	A
10	09/07/25	ACC TA	Shafiq	A