

*CHEESE ROLL CHEEGU*



Disusun oleh:

Zincha Aulia Nafsyach

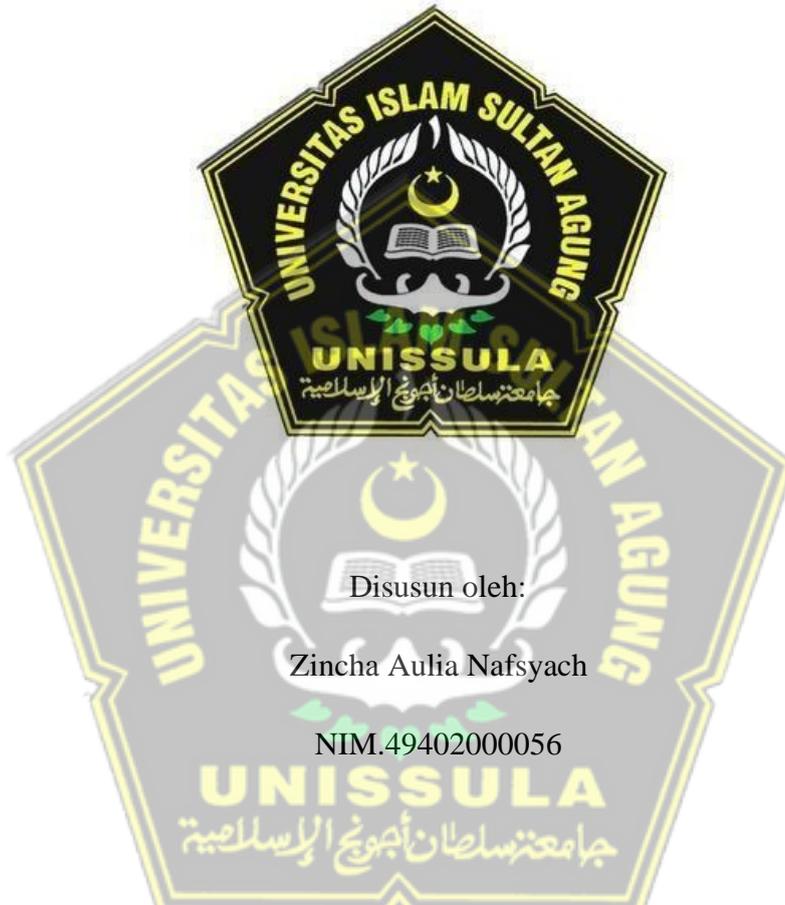
NIM.49402000056

**PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
SEMARANG  
2023**

***CHEESE ROLL CHEEGU***

**TUGAS AKHIR**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya Akuntansi



Disusun oleh:

Zincha Aulia Nafsyach

NIM.49402000056

**PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
SEMARANG**

**2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zincha Aulia Nafsyach

NIM : 49402000056

Program Studi : DIII Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul “**CHEESE ROLL CHEEGU**” merupakan hasil karya sendiri (bersifat original), bukan merupakan tiruan atau duplikasi dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia untuk dicabut gelar yang telah saya peroleh.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari siapa pun.

Semarang, 23 Januari 2023

Yang Menyatakan,



Zincha Aulia Nafsyach

NIM 49402000056

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Zincha Aulia Nafsyach

NIM : 49402000056

Program Studi : DIII Akuntansi

Judul Tugas Akhir : *Cheese Roll Cheegu*

Semarang, 13 Februari 2023

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Mutoharoh, SE., M.Sc.

NIK. 211418030

UNISOLA  
جامعة سلطان أبجوج الإسلامية

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Zincha Aulia Nafsyach

NIM : 49402000056

Program Studi : DIII Akuntansi

Judul Tugas Akhir : *Cheese Roll Cheegu*

Telah berhasil dipertahankan dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya Akuntansi pada Program Studi DIII Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 17 Februari 2023

Penguji 2



Mava Indriastuti, SE., M.Si., Ak, CA., CSRS., CSRA., CSP

NIK 211406021

Penguji 1



Mutoharoh, SE., M.Sc.

NIK 211418030

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
DIII Akuntansi Unissula  
24-2-23  


Ahmad Rudi Yulianto S.E., M.Si., Ak

NIK. 211415028

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah nya sehingga atas kehendak Allah SWT akhirnya penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul "**CHEESE ROLL CHEEGU**". Tak lupa sholawat serta salam kita haturkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di Akhir nanti.

Penulisan Tugas Akhir ini disusun dengan tujuan dapat memenuhi persyaratan kelulusan program Diploma III Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung Semarang serta memperoleh gelar Ahli Madya Akuntansi. Sebagai bahan penulisan Tugas Akhir ini berdasarkan hasil pembelajaran langsung di lapangan dalam kegiatan *Student Mobility Program*. Penulis mendapatkan banyak pengalaman yang berharga serta mendapatkan pengetahuan yang baru yang di dapatkan di tempat magang yang tidak bisa didapat dalam lingkungan kampus.

Dalam penulisan Tugas Akhir, penulis mendapat dukungan penuh serta bantuan oleh beberapa pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan rasa hormat dan terimakasih kepada semua pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung dalam proses pembuatan Tugas Akhir ini. Pihak-Pihak yang terkait antaranya sebagai berikut:

1. Prof. Dr. Heru Sulistyو, S.E., M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, S.E., M.Si., Ph.D., Dr. Ardian Adhiatma, S.E., MM., Dr. Luluk Muhimatul Ifada S.E., M.Si., Akt., CSRS., CRSA.,

serta beberapa bapak ibu dosen yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah mendampingi dan membimbing dalam kegiatan berlangsung.

3. Bapak Ahmad Rudi Yulianto, S.E., M.Si., Ak Selaku Ketua Prodi D III Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Ibu Mutoharoh, S.E., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu serta memberikan arahan dalam proses pembelajaran dalam kegiatan *Student Mobility Program* dari awal hingga selesai dan proses pembuatan Tugas Akhir.
5. Orang tua, ibu Enny Susilowati dan Bapak Muh. Aksin Johansyah yang telah memberi dukungan dan dorongan serta Teman-teman yang memberikan dukungan moril maupun materil kepada penulis dalam proses pembuatan Laporan Kegiatan *Student Mobility Program* ini.
6. Sanak saudara dan keluarga besar yang senantiasa telah turut membantu serta mendukung baik dalam pelaksanaan kegiatan sampai terselesaikan tugas penyusunan Laporan Kegiatan *Student Mobility Program* ini.
7. Saudara Muhammad Rizaldi Akhyarin yang senantiasa memberi motivasi, support, dan semangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang sudah selalu menyemangati dan mendukung segala proses kegiatan hingga penyusunan Tugas Akhir ini diselesaikan.

Dalam Pembuatan Tugas Akhir ini penulis menyadari masih ada keterbatasan dan kekurangan yang dimiliki, sehingga timbulah ketidak sempurnaan dalam Tugas Akhir ini. Penulis juga menantikan kritik, dan saran serta pesan kesan dari pembaca.

Atas perhatian pembaca, saya sebagai penulis mengucapkan terimakasih dan mohon maaf atas segala kekeliruan yang telah terjadi baik sengaja maupun tidak disengaja. Besar Harapan Penulis Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta memberikan wawasan yang luas bagi pembaca.

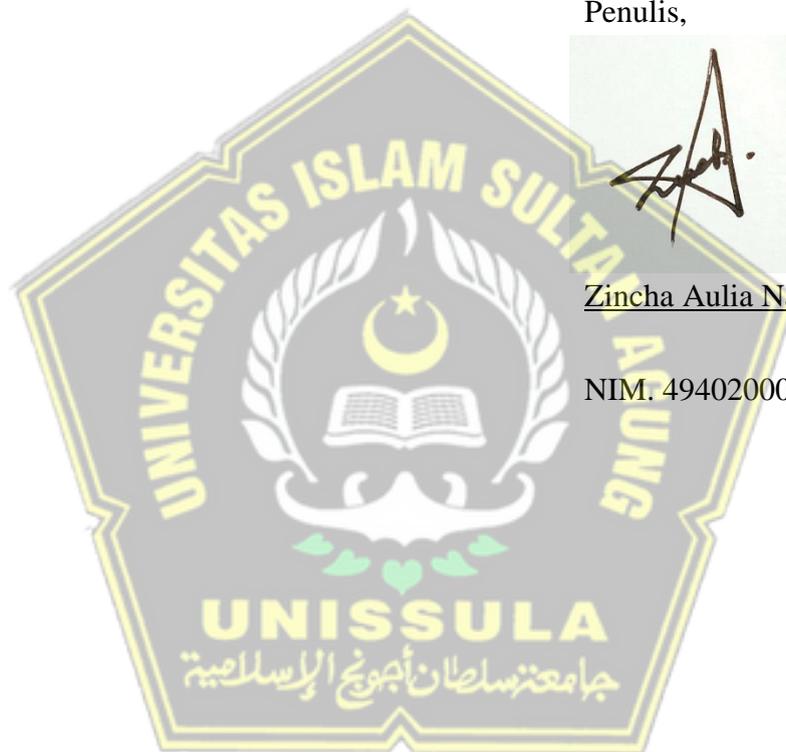
Semarang, 23 Januari 2023

Penulis,



Zincha Aulia Nafsyach

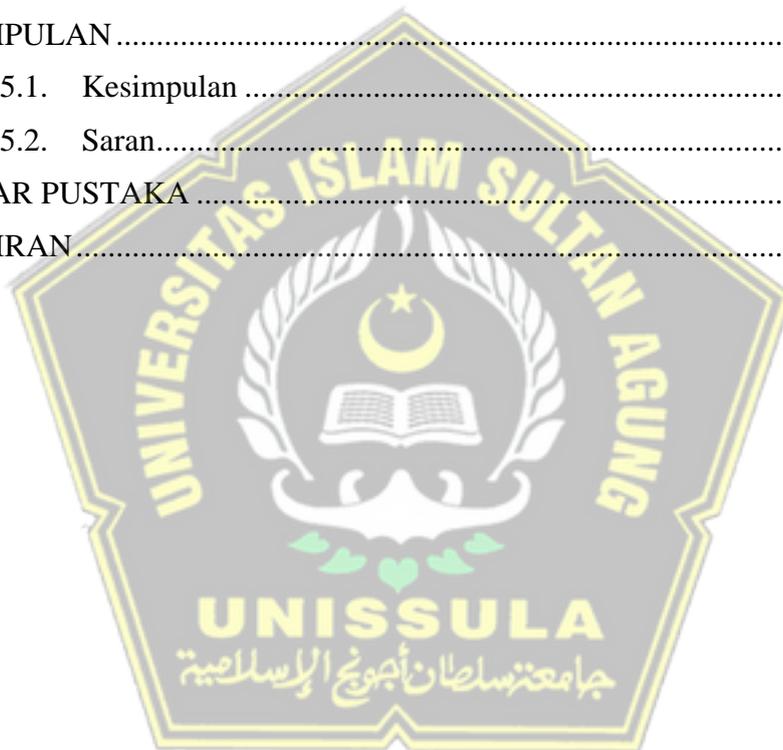
NIM. 49402000056



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan .....	4
1.4. Manfaat .....	4
BAB II.....	5
GAMBARAN UMUM.....	5
2.1. Gambaran Umum Usaha.....	5
2.2. Analisis SWOT.....	7
BAB III.....	9
METODE PELAKSANAAN BISNIS.....	9
3.1. Preparation .....	9
3.2. Introduction.....	10
3.3. Growth.....	11
3.4. Maturity.....	12
3.5. Decline .....	12
BAB IV .....	14
<i>BUSINESS MODEL CANVAS</i> .....	14

4.1. Key Patners .....	15
4.2. Key Activities.....	16
4.3. Key Resources.....	20
4.4. Value Proportions.....	23
4.5. Customer Relationships .....	24
4.6. Channels.....	25
4.7. Customer Segments.....	26
4.8. Cost Structure.....	27
4.9. Revenue Streams.....	29
BAB V.....	30
KESIMPULAN.....	30
5.1. Kesimpulan .....	30
5.2. Saran.....	31
DAFTAR PUSTAKA .....	32
LAMPIRAN.....	33



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Tempat Kunjungan Kegiatan Student Mobility Program.....	2
Gambar 2.1 Logo Produk.....	5
Gambar 2.2 Analisis SWOT.....	7
Gambar 3.1 Grafik BLC.....	13
Gambar 4.1 Bussiness Model Canvas .....	14
Gambar 4.2 Parutan Keju.....	18
Gambar 4.3 Kulit Lumpia .....	19
Gambar 4.4 Menggulung Produk Cheese Roll CheeGu .....	19
Gambar 4.5 Produk Siap Untuk Di Goreng.....	19
Gambar 4.6 Produk Siap Disajikan .....	20
Gambar 4.7 Logo Produk.....	21



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rincian Pengangguran Terbuka Dampak Covid 19.....	1
Tabel 4.1 Biaya Produksi dan Packaging dalam 1 hari.....	28
Tabel 4.2 Biaya Operasional dan Promosi dalam 1 bulan .....	28



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran-1 Kartu Bimbingan.....	33
---------------------------------	----



# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1. Latar Belakang**

Tingkat kemiskinan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Belum signifikannya laju pertumbuhan ekonomi Indonesia selama kurun waktu penelitian salah satu penyebabnya adalah masih banyaknya penduduk Indonesia yang hidup di bawah garis kemiskinan, terutama di daerah pedesaan. Mereka tinggal di kantong-kantong kemiskinan yang minim terhadap akses permodalan, teknologi, pendidikan. Menurut Badan Pusat Statistik (2022), tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Agustus 2022 sebesar 5,86 persen, turun sebesar 0,63 persen poin dibandingkan dengan Agustus 2021. Berikut ini tabel pembagian kriteria pengangguran terbuka menurut Badan Pusat Statistik :

**Tabel 1.1**

### **Rincian Pengangguran Terbuka Dampak Covid 19**

<b>Kriteria Pengangguran Terbuka</b>	<b>Jumlah</b>
Pengangguran	0,24 Juta orang
Bukan Angkatan Kerja	0,32 Juta orang
Sementara tidak bekerja	0,11 Juta orang
Mengalami pengurangan jam kerja	3,48 Juta orang

Melihat permasalahan dan data yang sudah dijelaskan oleh Badan Pusat Statistik pada Berita Resmi Statistik No. 82/11/Th. XXV, 7 November 2022 serta sebagai implementasi dari misi dari Fakultas Ekonomi Unissula yang keempat yang berbunyi "Mengembangkan gagasan dan kegiatan agar secara dinamik senantiasa siap melakukan perbaikan kelembagaan sesuai dengan hasil rekonstruksi dan pengembangan iptek, dan perkembangan masyarakat.", maka

Fakultas Ekonomi Unissula mempersiapkan mahasiswanya agar dapat bersaing dan memiliki bekal memadai. Internasionalisasi bukanlah suatu target, tetapi langkah untuk meningkatkan kualitas sehingga dilaksanakannya kegiatan *International Student Mobility Program* secara rutin. Dalam program tersebut banyak ilmu, pengalaman, serta pelajaran yang dapat diambil oleh mahasiswa. Salah satu dari manfaat tersebut berkaitan dengan hasil kegiatan yang dapat diimplementasikan, yaitu berkaitan dengan ide bisnis atau *entrepreneurship*. Melalui agenda visit company dan internship, peserta mendapatkan insight berupa ide produk, cara pemasaran, target pasar, serta pengelolaan bisnis secara riil termasuk pengalaman produksi dari sudut pandang pengelolaan bisnis di luar negeri.



Gambar 1.1 Profil Tempat Kunjungan Kegiatan Student Mobility Program

Dalam kegiatan tersebut, kami mengunjungi beberapa tempat antara lain *Milk Company Kasetsart University*. Dimana kami dijelaskan bagaimana pengelolaan produk dari pengambilan dan pemilahan bahan baku yang akan digunakan, siapa saja yang mengelola pabrik dalam proses produksi, bagaimana mencari keunggulan produk dibandingkan dengan produk brand lain, serta bagaimana teknik pemasarannya. Selain itu kami juga mengunjungi *Kampoeng Nai Dong Prue* yang dimana kami diajarkan pengelolaan sumber daya alam dan manusia yang ada di sekitar dengan cara yang lebih tradisional

dibandingkan di *Milk Company Kasetsart University* yang tentunya sudah jauh lebih modern. Setelah itu yang tidak kalah menarik di *Bangkok Soap Opera*, disana kami dijelaskan bagaimana membangun bisnis dengan melihat dan memperhatikan kepedulian terhadap sekitar kita, mencari legalitas usaha, mendapatkan bahan yang premium tetapi dengan budget yang tidak terlalu mahal, menarik target pasar, menghadapi persaingan dan lain sebagainya.

Melihat dari uraian diatas, dan sebagai aplikasi nyata dari hasil kegiatan *Student Mobility Program* tersebut, penulis realisasikan dengan mengembangkan sebuah ide bisnis dalam bidang makanan ringan. Penulis memilih untuk mengembangkan ide bisnis atau usaha makanan ringan karena dari ilmu dan pengalaman yang penulis dapatkan saat mengikuti kegiatan *Student Mobility Program* ini, makanan ringan merupakan bisnis yang sangat fleksibel karena dimanapun dan kapanpun orang orang selalu mencari cemilan sebagai pendamping saat santai, saat kerja, atau bahkan saat liburan. Selain itu, produk ini dapat langsung disajikan kepada konsumen dan dapat dilakukan di tempat kerja maupun diluar tempat kerja. Makanan ringan yang akan dikembangkan oleh penulis adalah *cheese roll* "CheeGu". Penulis akan menuangkan ide bisnis ini pada sebuah laporan *Bussines Model Canvas* yang berjudul "**CHEESE ROLL CHEEGU**". Implementasi dari usaha ini diharapkan memberikan dampak terhadap pemberdayaan masyarakat sekitar, seperti masyarakat lokal yang nantinya akan turut memproduksi produk dan para remaja di lingkungan sekitar rumah produksi menjadi reseller yang nantinya akan dijual ke sekolah dan kampus dimana mereka belajar. Seiring

berkembangnya bisnis ini, penulis mengajak teman-teman sekitar dan alumni menjadi reseller sehingga bisa menjadikan bisnis ini sebagai job provider.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dari bisnis yang akan dikembangkan adalah bagaimana menjadikan bisnis makanan ringan *cheese roll CheeGu* menjadi sebuah bisnis yang sukses?

### **1.3. Tujuan**

Tujuan dari pengembangan ide bisnis atau usaha ini adalah menjadikan bisnis makanan ringan *Cheese Roll CheeGu* ini bisa menjadi sebuah ide bisnis yang sukses.

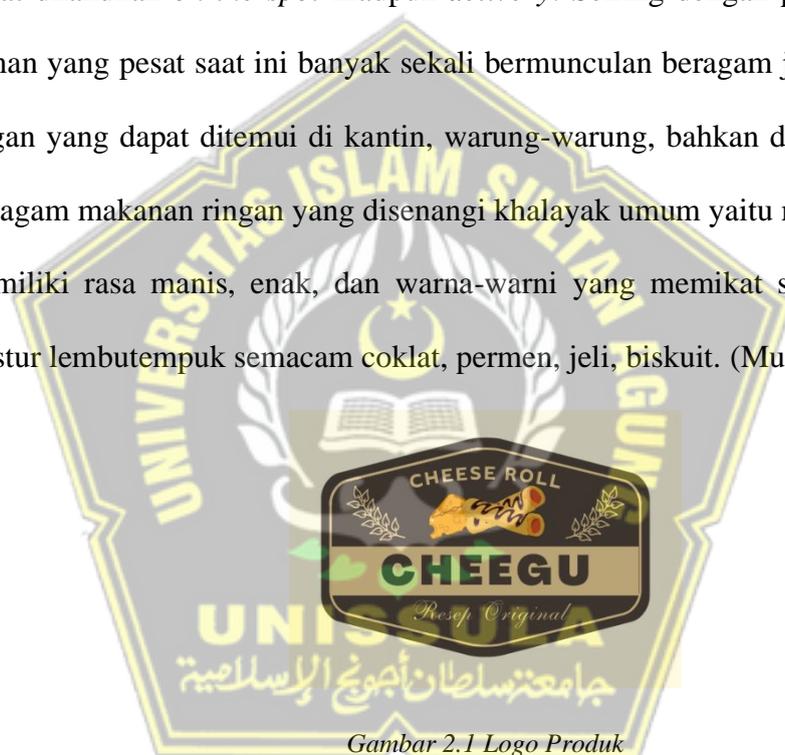
### **1.4. Manfaat**

Manfaat dari pengembangan ide ini adalah sebagai implementasi hasil dari kegiatan *Student Mobility Program* yaitu berwirausaha, mempraktekan langsung pengelolaan bisnis serta strategi yang digunakan dalam pembangunan bisnis baik dalam produksi, pengemasan, pemasaran, dan juga menghadapi pesaing. Selain itu, pengembangan ide ini jika berjalan dan berkembang dengan baik dapat berpotensi dalam pengurangan tingkat pengangguran terutama di lingkungan sekitar.

## BAB II GAMBARAN UMUM

### 2.1. Gambaran Umum Usaha

Makanan ringan merupakan bisnis yang sangat fleksibel karena dimanapun dan kapanpun orang-orang selalu mencari cemilan sebagai pendamping saat sibuk maupun santai. Selain itu, dapat langsung disajikan kepada konsumen dan dapat dilakukan *on the spot* maupun *delivery*. Seiring dengan perkembangan zaman yang pesat saat ini banyak sekali bermunculan beragam jenis makanan ringan yang dapat ditemui di kantin, warung-warung, bahkan dipinggir jalan. Beragam makanan ringan yang disenangi khalayak umum yaitu makanan yang memiliki rasa manis, enak, dan warna-warni yang memikat serta memiliki tekstur lembutempuk semacam coklat, permen, jeli, biskuit. (Murdino, 2014)



Gambar 2.1 Logo Produk

Salah satu yang sedang ramai dibicarakan dan dicari oleh para penggemar kuliner dan masyarakat adalah *cheese roll*. Makanan ini merupakan camilan yang terbuat dari parutan keju yang terbungkus dengan kulit lumpia kemudian digoreng hingga menjadi renyah. Cita rasa gurih, manis, dan creamy menjadikan camilan ini diminati kalangan dari berbagai usia. Memang ini bukan hal yang pertama, namun yang menjadi inovasi penulis ialah *cheese roll*

*CheeGu* yang disajikan dengan topping yang beragam, seperti saus strawberry, bluberry, coklat, dan ekstra parutan keju. Selain itu, dalam pengolahan produk *Cheese Roll* ini akan diolah sedemikian rupa sehingga cocok dinikmati hangat maupun dingin, serta tahan dalam beberapa hari meskipun tanpa pengawet tambahan. Inovasi ini untuk memenuhi kebutuhan pemasaran masa kini yang mana produk makanan juga bisa dikirimkan antar kota maupun propinsi dan tetap simple untuk segera dikonsumsi langsung. Makanan ini merupakan camilan yang terbuat dari parutan keju yang terbungkus dengan kulit lumpia yang akan tersedia dalam bentuk ready to eat untuk pembelian *on the spot* dan frozen untuk cemilan setiap saat dibutuhkan.

Dari bisnis makanan ringan *Cheese Roll CheeGu*, penulis juga memberdayakan masyarakat lokal sekitar. Masyarakat diberdayakan untuk proses produksi, jadi penulis mengajarkan bagaimana mengolah dan memproduksi *cheese roll* sampai jadi produk yang siap dipasarkan, sedangkan kaum muda menjadi reseller untuk memasarkan produk baik di lingkungan kampus atau sekolah mereka, alumni juga dapat ikut berkontribusi dalam hal pemasaran dan perkembangan bisnis ini. Oleh karena itu, dalam hal pemasaran relasi sangat diperlukan untuk meningkatkan jejaring pasar agar meluas dan bisnis akan berkembang dengan sukses. Bisnis ini juga bisa menjadi sebagai job provider bagi masyarakat sekitar yang potensial dalam mendukung kesuksesan usaha ini.

## 2.2. Analisis SWOT



Gambar 2.2 Analisis SWOT

### 1. Strengths (Kekuatan)

Melihat dari berbagai saingan yang menjual produk serupa, harga produk *cheese roll CheeGu* dirasa cukup terjangkau yaitu 1.500 perbuah sedangkan diluar rata-rata dijual dengan harga 3.000. Hal tersebut menjadikan berbagai kalangan dari usia muda sampai dewasa dapat menikmati lezatan produk ini. Bahan baku yang digunakan mudah didapat dilingkungan sekitar ditopang dengan cara pengolahannya pun cukup mudah sehingga masyarakat sekitar yang diberdayakan dalam bisnis ini mudah dalam memahaminya dan berdampak positif bagi lingkungan sekitar. Produk

*cheese roll CheeGu* sangat ringan dikonsumsi sehingga berpotensi diminati oleh siapa saja dan menjadikan target pasar bisa general.

## **2. Weakness (Kelemahan)**

Sayangnya kelemahan dari produk ini ialah sudah banyak bermunculan produk yang serupa diberbagai wilayah sehingga mengharuskan penulis untuk pintar-pintar menyusun strategi dalam menarik minat konsumen.

## **3. Opportunity (Peluang)**

Meskipun sudah banyak bermunculan produk yang serupa diberbagai wilayah, namun dilingkungan sekitar penulis, produk serupa belum banyak dipasarkan sehingga muncul ide bisnis penulis untuk menjadikannya bisnis yang sukses dan berkembang. Nantinya diharapkan dapat memberdayakan orang sekitar dan membuka lapangan pekerjaan baru. Di era yang serba viral ini juga menjadikan bisnis ini memiliki peluang jika dapat menarik dukungan dari berbagai pihak

## **4. Threats (Ancaman)**

Ancaman yang sering ditemui ialah kadang bermunculan produk serupa yang memiliki nilai value tersendiri serta harga yang lebih terjangkau dibandingkan produk *cheese roll CheeGu*.

## **BAB III**

### **METODE PELAKSANAAN BISNIS**

Untuk menciptakan sebuah ide bisnis yang memiliki nilai jual tinggi di masyarakat, penulis menanamkan prinsip bahwa semua yang ada di dunia ini mengalami perputaran yang disebut dengan *Bussines Life Cycle* , begitupun bisnis ini. Adanya *Bussines Life Cycle* ini membantu penulis untuk mempersiapkan strategi kedepannya yang akan dijalani dan dilakukan. Adapun tahapan-tahapannya yaitu *preparation* (persiapan), *introduction* (pengenalan), *growth* (pertumbuhan), *maturity* (kematangan), *decline* (penurunan)

#### **3.1. Preparation**

Sebelum dilakukan pemasaran, penulis melakukan tahap *trial and error* terlebih dahulu, seperti :

1. Memilih dan membandingkan bahan baku sesuai kualitas yang terbaik diantara yang baik
2. Menguji ketahanan produk dengan melakukan percobaan pengiriman jarak jauh dan jangka waktu yang lebih dari 1 hari.
3. Kendala yang dihadapi penulis adalah produk frozen food yang belum digoreng apabila tidak masuk freezer tidak tahan lama, hanya bertahan sekitar 3 hari.

Selain itu, penulis juga melakukan tes pasar untuk melihat respon atau reaksi konsumen terhadap produk *Cheese roll CheeGu*. Dalam melakukan tes pasar ini, sudah dilakukan beberapa kali produksi awal, yang dibagikan kepada teman-teman dan tetangga sekitar dan mulai dijual di lingkungan kampus penulis.

Kemudian, melalui hasil produksi yang sudah didistribusikan, penulis menerima testimoni, saran dan kritik dari para konsumen. Ternyata produk *Cheese roll CheeGu* ini sangat *friendly* dimakan dan disukai oleh banyak orang karena rasanya yang lezat yang dibuat dengan bahan baku berkualitas sehingga target pasar yang dituju adalah semua kalangan baik dari usia muda maupun tua, baik dari anak-anak, pelajar, mahasiswa, karyawan dan lain sebagainya. dikarenakan produk ini oleh konsumen di segala usia. Uniknya produk ini dengan ditambahkan berbagai topping juga menjadi nilai plus dibandingkan produk yang lain dan menambah daya tarik konsumen. Adapula masukan dari konsumen yang menjadi inovasi untuk penulis yaitu menyajikan produk *Cheese roll CheeGu* selain dalam keadaan hangat juga bisa dalam keadaan dingin.

### **3.2. Introduction**

Tahap pengenalan awal biasanya memakan biaya lebih banyak diawal, karena dimana orang masih minim pengetahuan tentang produk *cheese roll CheeGu*, jadi effort yang dikeluarkan harus lebih ekstra. Tahapan perkenalan yang menjadi cikal bakal suatu siklus hidup. Walaupun begitu, volume penjualannya tentu saja tidak sesuai dengan jumlahnya. Jadi, *cheese roll CheeGu* yang dipasarkan merupakan produk yang benar-benar baru karena pada tahapan ini sebagai tahapan awal saat promosi dilakukan, targetnya harus benar-benar mengarah kepada merek penjualan. Dilakukan survey pasar sebagai langkah awal, dan merencanakan inovasi. Dengan tujuan, untuk mengetahui kondisi pasar, minat konsumen. Promosi yang akan dilakukan penulis yaitu dengan membuat pamflet yang akan disebar melalui media sosial seperti whatsapp,

Instagram, dan sejenisnya. Tujuannya agar orang yang berada jauh dari tempat kami berjualan dapat memesan produk kami yang berupa *frozen food*. Selain itu, penulis juga akan menjualkan produk *cheese roll CheeGu* ini di kantin sekolah-sekolah dan juga mengikuti beberapa bazar dalam event yang diadakan di lingkungan sekitar.

Pembuatan atau proses produksi produk *cheese roll CheeGu* ini dilakukan di rumah penulis tepatnya di Jl. Petelan Utara 886 RT 07 RW 08 Kelurahan Sarirejo Kecamatan Semarang timur. Lokasi tersebut dirasa cukup strategis karena berada di tengah kota serta mudah menjangkau banyak hal baik dalam pembelian bahan baku dan juga pemasaran nantinya. Sedangkan untuk pemasaran dan penjualannya nanti lokasinya bisa menyesuaikan tidak terpatok pada satu tempat saja jadi bisa diluar tempat produksi dengan cara *open pre-order* yang nantinya pengambilan produk bisa melalui *COD* atau dilakukan pengiriman baik produk *ready to eat* maupun *frozen food*, bisa juga produk yang *ready to eat* dijual di beberapa tempat seperti di kantin, di bazar sebuah event, dan lain tempat yang sekiranya ramai dan berpotensi terjadinya pemasaran produk.

### 3.3. Growth

Tahapan yang satu ini sesuai dengan namanya merupakan tahap siklus hidup produk yang menentukan suatu produk menjadi lebih berkembang atau tidak. Adanya langkah seperti hal tersebut, maka dari penulis sendiri akan mengurangi proses promosi yang dilakukan pada sebelumnya. Pada tahapan yang satu ini, akan mulai tumbuh persaingan dengan produksi lainnya. Sehingga bisa

dikatakan, pada tahapan ini akan lebih terasa ketat persaingan yang dilakukan. Selanjutnya adalah studi kelayakan terhadap usaha yang akan dijalankan. Studi kelayakan ini dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan ini memiliki prospek yang menguntungkan dan memiliki prospek jangka panjang.

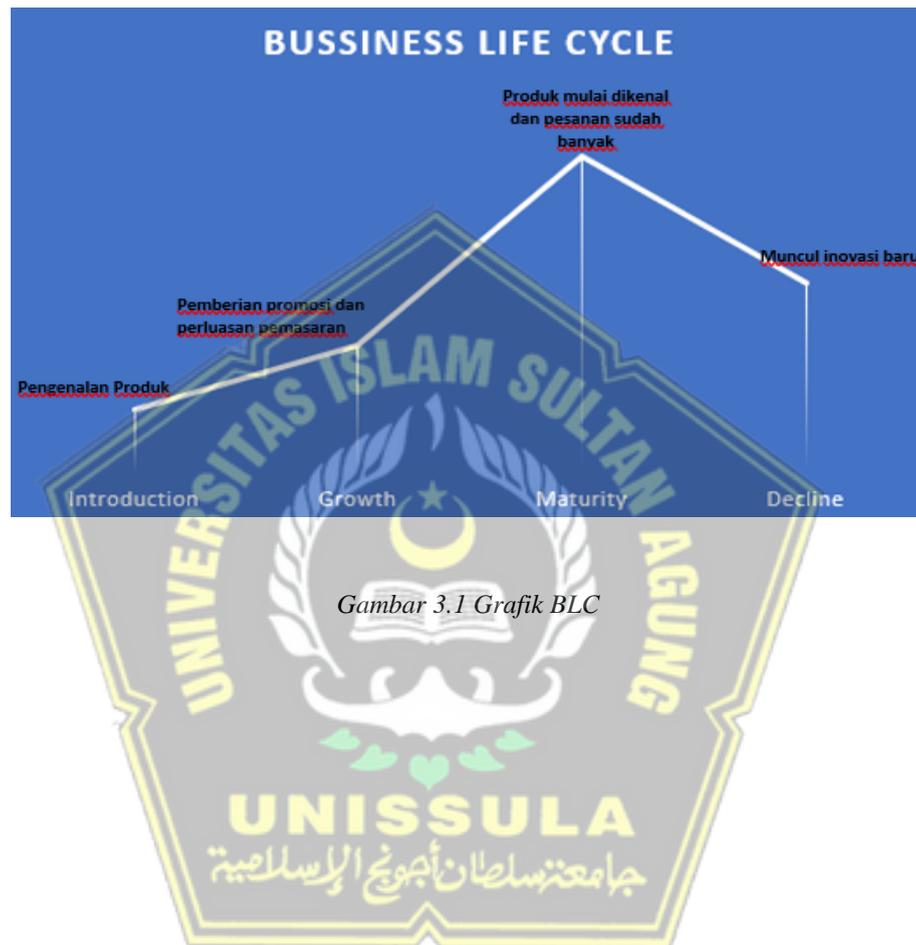
### 3.4. Maturity

Pada tahap ini, dimana penulis dapat melihat serta mampu menetapkan bahwa penjualan yang dilakukan serta pemasaran yang dilakukan lebih meningkat jauh lebih banyak dari sebelumnya dan untuk kedepannya juga masih terlihat semakin tetap. Hal ini merupakan proses yang disebabkan oleh terjadinya persaingan harga yang cukup ketat dari sebelumnya. Difase ini, penulis akan mulai menghilangkan promo yang sudah dilakukan beberapa waktu sebelumnya dengan tujuan untuk menunjang dan meningkatkan pemasukan terlebih dahulu. Tetapi disamping itu, penulis juga mulai mempersiapkan inovasi baru yang akan segera dikeluarkan lagi untuk menarik daya pikat konsumen agar lebih meningkat serta siap untuk menghadapi kompetitor.

### 3.5. Decline

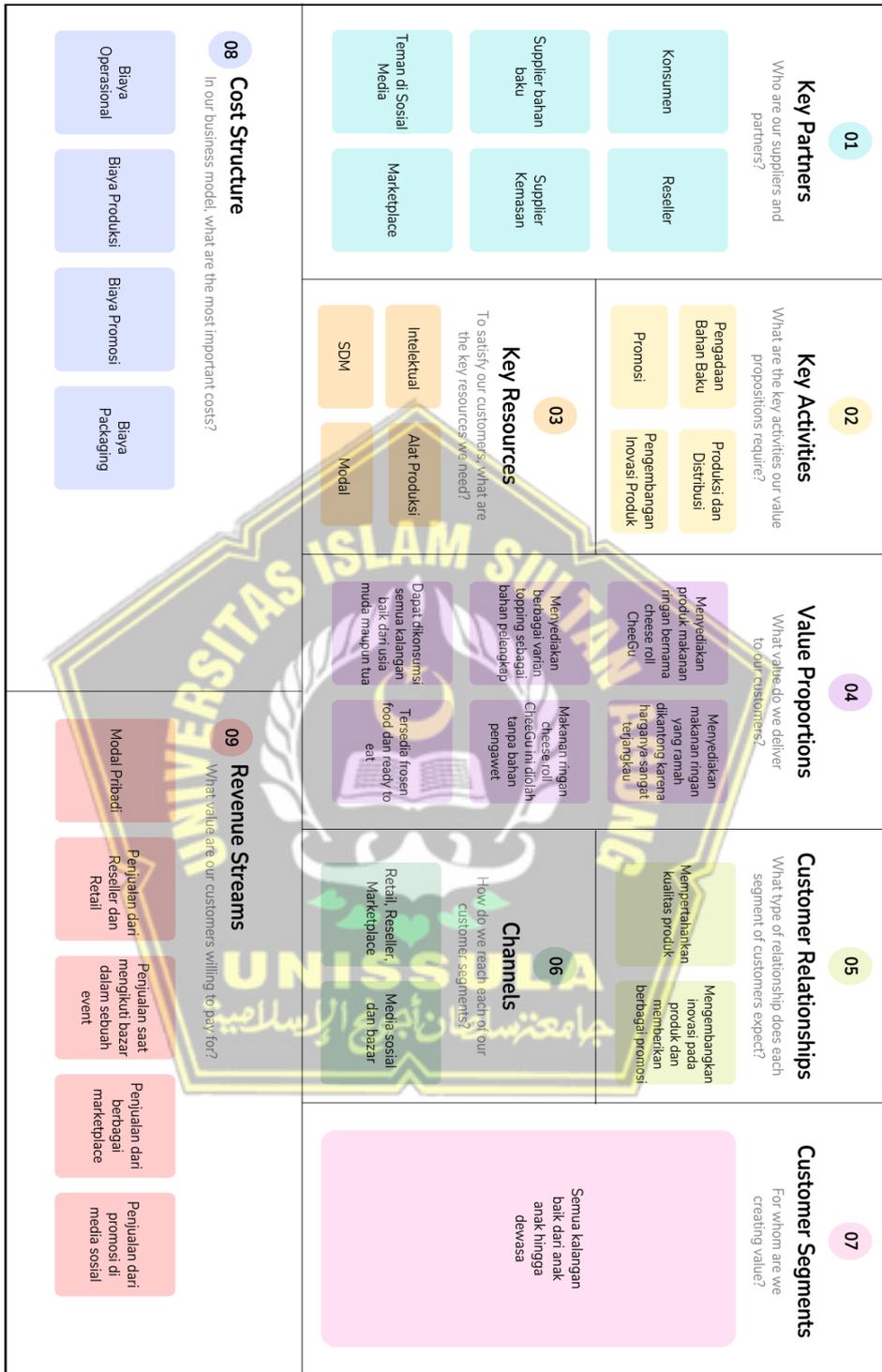
Tahap decline adalah tahap di mana produk *cheese roll CheeGu* mengalami penurunan. Penjualan menurun secara signifikan serta perilaku konsumen berubah karena berkurangnya permintaan produk. Pada akhirnya, produk tersebut akan ditarik dari pasar, kecuali dapat didesain ulang dan tetap menjaga relevansi pasar. Namun, penulis sudah memiliki berbagai siasat atau inovasi baru, yaitu mengadakan promo lagi dan juga mengeluarkan produk *cheese roll CheeGu* dengan inovasi topping baru yang tentunya akan lebih digemari oleh

konsumen. Adapula inovasi yang akan dikeluarkan dikemudian hari yaitu produk *cheese roll CheeGu* ini akan dikombinasikan denganocolan sambal nusantara seperti sambal tomat, sambal matah, sambal terasi, dan juga sambal teri.



Gambar 3.1 Grafik BLC

## BAB IV BUSINESS MODEL CANVAS



Gambar 4.1 Business Model Canvas

#### 4.1. Key Patners

*Key Patners* merupakan orang-orang yang menjadi patner berbisnis penulis agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas sehingga usaha *cheese roll CheeGu* ini bisa berjalan dengan lancar. Penulis memiliki beberapa parter yaitu:

1. Konsumen, orang yang membeli produk *cheese roll CheeGu* untuk dikonsumsi pribadi dan biasanya membeli hanya dalam jumlah yang kecil.
2. Reseller dan retail, konsumen yang satu ini biasanya sudah merasakan testimoni langsung dari produk *cheese roll CheeGu* dan merasa puas, lalu dia melihat lingkungan sekitarnya pun juga tertarik dan banyak yang berminat untuk mengkonsumsi *cheese roll CheeGu*, jadi dia mengambil Langkah untuk memulai berbisnis produk *cheese roll CheeGu* dengan menjadi reseller tentunya dengan harga yang berbeda dengan eceran. Penulis menitipkan produk *cheese roll CheeGu* untuk dijual di toko, kantin atau café. Jadi pelanggan yang singgah di marketplace ini bisa mengenal dan mengetahui produk *cheese roll CheeGu* ini dan tertarik untuk membeli atau memesannya.
3. Supplier bahan baku, dimana patner ini memiliki peranan untuk memasok bahan baku yang dibutuhkan oleh penulis untuk memproduksi produk *cheese roll CheeGu* ini. Bahan baku yang bekerjasama dengan *supplier* antara lain kulit lumpia yang jumlahnya

dibidang cukup banyak dibutuhkan dalam proses produksi. Sedangkan untuk kejunya sendiri, biasanya penulis membeli sendiri langsung ke toko grosir dengan tujuan dapat memilih merk dan kualitas yang diinginkan.

4. Supplier kemasan, patner ini berfungsi untuk memenuhi kebutuhan penulis di bidang packaging. Biasanya jika stock sudah habis, maka penulis akan memesan kembali pembungkus dari produk *cheese roll CheeGu* ini. Kemasan berupa paper box, cup saus, dan stiker.
5. Teman di Media Sosial, dimana teman ini berfungsi untuk membantu mempromosikan dan menyebarluaskan pemesanan produk *cheese roll CheeGu* ini melalui media social yang mereka punya sehingga customer yang memesan akan lebih luas jangkauannya. Bisa juga mereka berperan menjadi customer dari produk *cheese roll CheeGu* ini sendiri.
6. Marketplace, lapak online dimana konsumen dapat memesan produk *cheese roll CheeGu* dimanapun konsumen berada dan kapanpun tanpa harus *on the spot*.

#### 4.2. Key Activities

Pada *key activities* ini, penulis menjalankan beberapa kegiatan, yaitu pengadaan bahan baku, promosi/pemasaran, produksi dan distribusi, serta pengembangan inovasi produk. Pada kegiatan pengadaan bahan baku, penulis harus memastikan semua bahan baku yang tersedia untuk diproduksi memiliki kualitas yang baik agar menjaga kepercayaan konsumen. Jika kegiatan

pengadaan bahan baku dan alat produksi sudah siap maka dilakukan proses produksi untuk memenuhi pesanan dan kebutuhan yang akan dijual keesokan harinya. Setelah produk *cheese roll CheeGu* sudah siap, maka akan dilakukan proses distribusi baik kepada marketplace, reseller, maupun konsumen yang lain. Selanjutnya yang paling penting dan kunci dari berbisnis ialah pengembangan inovasi produk *cheese roll CheeGu*, pada kegiatan ini biasanya penulis melakukan studi kelayakan dan juga pengamatan pasar terlebih dahulu. Apa yang sekiranya sedang diminati atau ada terobosan baru yang akan menggebrak minat konsumen agar tertarik dengan ide atau inovasi baru yang akan diberikan. Tentunya melewati sampel dan juga proses trial and error terlebih dahulu. Jika dirasa memang inovasi ini sudah matang dan siap untuk launching maka tinggal menunggu waktu yang tepat. Pengambilan waktu launching inovasi baru dari produk *cheese roll CheeGu* ini juga merupakan hal yang perlu diperhatikan agar saran tepat dan juga target ketertarikan konsumen juga dapat tercapai. Setelah ide matang, produk siap, dan waktu juga tepat, maka akan dikeluarkan dan dipromosikan sebagai strategi marketing inovasi baru dari produk *cheese roll CheeGu*.

Proses produksi dalam membuat produk *cheese roll CheeGu* ada beberapa tahapan, yaitu pemilihan dan persiapan bahan baku, penggulungan, penggorengan, serta penyajian. Proses produksi makanan ringan *cheese roll CheeGu* ini cukup mudah. Alat yang diperlukan cukup mudah yaitu :

1. Kompor
2. Wajan

3. Sudip
4. Tirisan penggorengan
5. Parutan keju
6. Talenan
7. Botol saus

Sedangkan bahan yang perlu disiapkan yaitu :

1. Kulit lumpia
2. Keju
3. Tepung beras
4. Air
5. Minyak
6. Topping sesuai selera

Cara pembuatan dari *cheese roll* ini dengan cara :

1. Pastikan semua alat dan bahannya sudah tersedia



Gambar 4.2 Parutan Keju

2. Parut keju (dengan brand apapun sesuai selera, disini saya menggunakan brand dari prochiz) sesuai kebutuhan
3. Larutkan tepung beras dengan air secukupnya hingga tekstur mengental dan tidak terlalu cair.



*Gambar 4.3 Kulit Lumpia*

4. Siapkan kulit lumpia yang sudah dipisahkan



*Gambar 4.4 Menggulung Produk Cheese Roll CheeGu*

5. Beri isian kulit dengan keju yang sudah diparut, lalu gulung dan ujungnya direkatkan dengan menggunakan tepung yang sudah dilarutkan tadi. Lakukan berulang hingga bahan sudah habis.



*Gambar 4.5 Produk Siap Untuk Di Goreng*

6. Panaskan minyak diatas api sedang
7. Goreng *cheese roll* hingga berwarna kecoklatan, lalu tiriskan hingga minyak benar benar turun.



Gambar 4.6 Produk Siap Disajikan

8. Sajikan *cheese roll* yang sudah matang dan bisa diberikan topping sesuai selera.

Produk *Cheese Roll CheeGu* ini memiliki keunikan dalam cara penyajiannya, yaitu dapat dinikmati panas maupun dingin. Untuk para konsumen yang ingin menikmati *Cheese Roll CheeGu* saat perjalanan dan simple bisa menikmatinya dengan varian yang frozen namun sudah digoreng. Rasa nikmat dan kelezatannya pun tidak akan berkurang dan memiliki sensasi tersendiri sesuai selera konsumen.

#### 4.3. Key Resources

Dari *key resources* ini terbagi menjadi 4 kategori, yaitu :

1. Intelektual resources

Hal ini meliputi trademark dan partnership. Bicara soal trademark, disini penulis memiliki ide bisnis makanan ringan *cheese roll CheeGu* yang memiliki rasa yang khas, kejunya berasa, gurih, asin, manis, merupakan perpaduan yang sangat nikmat, tentunya akan digemari oleh

semua kalangan masyarakat Indonesia. Selain itu *cheese roll CheeGu* yang memiliki slogan *Don't delay, Sale is today* ini mematok harga yang sangat terjangkau, baik untuk usia muda yang masih pelajar sampai dengan dewasa, jadi semua bisa menikmati lezatnya *cheese roll CheeGu* ini. Produk *cheese roll CheeGu* juga memiliki logo sebagai berikut.



Gambar 4.7 Logo Produk

Selain itu, penulis juga membuka kerjasama dengan berbagai event dengan cara sponsorship dan partnership. Tentunya hal itu dapat memperluas pengenalan produk *cheese roll CheeGu*. Harapannya masyarakat lebih mengenal produk ini dan tingkat penjualan dapat meningkat serta memiliki grafik naik dari waktu ke waktu. Pembukaan bazar pada event event juga akan dilakukan untuk memperluas informasi mengenai produk ini dan memperluas pemasaran.

## 2. Physical Resource

Untuk Physical Resource, disini penulis harus memiliki alat produksi yang digunakan untuk menunjang proses produksi dari produk *cheese roll CheeGu*. Alat produksi yang diperlukan dan harus tersedia

antara lain kompor, parutan keju, botol saus, dan lain sebagainya dan saat ini sudah tersedia semua, jadi untuk proses produksi sudah dapat dilakukan dengan baik.

### 3. Human Resource

Dari segi *Human Resource*, saat ini penulis melibatkan 2 orang untuk membantu proses produksi. Proses distribusi pun juga dibantu dengan beberapa partner yang sudah bekerja sama, seperti reseller dan pemilik marketplace. Proses produksi produk *cheese roll CheeGu*, penulis dibantu dengan teman yang juga bekerjasama dengan penulis karena masih belum terlalu membutuhkan banyak sumber daya manusia, jadi untuk saat ini masih memumpuni untuk memenuhi kebutuhan pesanan konsumen. Namun jika suatu hari dirasa perlu dan bisnis ini sudah berkembang besar, penulis memiliki planning akan merekrut orang untuk bekerjasama di posisi staff keuangan, admin pemesanan, dan juga staff produksi.

### 4. Financial Resource

Pada *Financial Resource*, penulis harus memastikan siklus keuangan pada bisnis ini harus sehat, artinya pengeluaran harus lebih kecil dari pemasukan dan juga harus dipertimbangan apakah akan mendapatkan laba atau tidak. Selain itu, dalam pengelolaan keuangan penulis harus memastikan budget dan kualitas terpenuhi dengan baik. Prinsip dalam berbisnis yang harus diterapkan ialah mendapatkan bahan baku dengan kualitas yang baik namun budget yang dikeluarkan seminimal

mungkin, serta menghasilkan produk yang setinggi mungkin kualitasnya dan bisa dijual dengan harga yang seterjangakau mungkin. Perkiraan modal dari perhitungan biaya bahan baku, biaya packaging, biaya operasional, dan biaya promosi penulis harus menyediakan kurang lebih sejumlah Rp1.600.000,00

#### 4.4. Value Proportions

Beberapa value yang melekat pada produk *cheese roll CheeGu* ini ialah pelanggan bisa memilih topping yang tersedia sesuai selera mereka. Topping yang tersedia pun beragam. Produk *cheese roll CheeGu* juga dapat dikonsumsi semua khalayak masyarakat baik dari anak-anak sampai dewasa karena makanan ringan *cheese roll CheeGu* tidak mengandung pengawet sehingga tetap aman dikonsumsi dalam jumlah yang banyak. Penulis juga selalu berusaha menjaga kualitas dari produk *cheese roll CheeGu* dan berusaha sebisa mungkin meningkatkan inovasi, tentunya dengan melihat apa yang sekiranya diminati pasar. Makanan ringan *cheese roll CheeGu* juga menyediakan frozen food apabila pelanggan setia ingin memiliki stock dirumah dan bisa digoreng sewaktu-waktu. Produk *cheese roll CheeGu* meskipun tanpa pengawet bisa tahan selama 1 minggu. Penulis berusaha meminimalisir penggunaan plastik dan mendukung Gerakan pemerintah save bumi, maka jika pembelian paket (bukan eceran), penulis menggunakan packaging paperbox. System pembayaran yang tersedia juga sangat beragam dan sudah mengikuti jaman digitalisasi. Jadi pelanggan bisa tenang jika dirinya merupakan kaum-kaum *chasless* karena tersedianya pembayaran secara transfer melalui *shopeepay*,

dana, maupun *qris*. Usaha ini juga diharapkan memberikan dampak terhadap pemberdayaan masyarakat sekitar, seperti masyarakat lokal yang nantinya akan turut memproduksi produk dan para remaja di lingkungan sekitar rumah produksi menjadi reseller yang nantinya akan dijual ke sekolah dan kampus dimana mereka belajar. Seiring berkembangnya bisnis ini, penulis mengajak teman-teman sekitar dan alumni menjadi reseller sehingga bisa menjadikan bisnis ini sebagai job provider.

#### **4.5. Customer Relationships**

Bicara tentang customer relationships, penulis berencana untuk mendengarkan langsung testimoni, saran, dan kritik dari pelanggan. Hal tersebut yang diungkapkan oleh pelanggan bermaksud untuk meningkatkan kualitas produk *cheese roll CheeGu* sehingga penulis dapat mengevaluasi kinerja dan proses produksi. Penulis juga akan sering mendengarkan request dari pelanggan dengan harapan, jika dapat merealisasikan maka pelanggan menjadi puas dan terpenuhi keinginannya serta penulis dapat mengembangkan inovasi dari produk *cheese roll CheeGu*. Untuk reseller, penulis tentunya akan memberikan harga yang sedikit miring dibandingkan pembeli pada umumnya, tentunya dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Tapi tenang saja, untuk pembeli pada umumnya pasti juga ada banyak promo yang akan diberikan oleh penulis pada waktu waktu tertentu dengan begitu, pelanggan pasti dengan setia sering membeli produk *cheese roll CheeGu* sembari menanti inovasi baru yang akan dikeluarkan dan promo yang akan diberikan. Selain itu, penulis juga memberikan packaging yang ramah lingkungan berupa paperbox dengan

tujuan mengajak para pembeli untuk melakukan Gerakan save bumi dan mengurangi pemakaian plastic jika pelanggan memesan dalam jumlah tertentu.

Penulis juga selalu berusaha menanggapi dan merespon pelanggan dengan bahasa yang sopan dan ramah. Bahasa badan pun juga akan dinilai oleh pelanggan. Oleh karena itu, memberikan pelayanan jasa kepada pelanggan harus memperhatikan gestur tubuh dan juga tutur Bahasa yang kita keluarkan. Jika kita ramah dan pelayanan yang diberikan baik, maka pelanggan akan merasa nyaman dan puas melakukan transaksi yang akhirnya pelanggan akan tertarik untuk membeli di *cheese roll CheeGu* bukan di tempat lain. Penulis juga membuka pendaftaran reseller yang nantinya akan mendapatkan harga yang berbeda dan tentunya lebih miring dibandingkan yang lainnya. Reseller juga akan mendapatkan bonus dari owner *cheese roll CheeGu*. Hal yang didapat bukan hanya itu, para reseller akan mendapat pendampingan khusus untuk melakukan pemasaran produk *cheese roll CheeGu* dan sekaligus bisa belajar berbisnis. Selain itu, dengan begini penulis berkontribusi untuk mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia dengan membantu menyediakan lapangan pekerjaan.

#### **4.6. Channels**

Penulis memiliki beberapa channels untuk menyalurkan atau mendistribusikan produk *cheese roll CheeGu*. Penulis mendistribusikan produk *cheese roll CheeGu* melalui 2 sistem yaitu online dan offline. Sistem offline diterapkan oleh penulis melalui cara pembukaan bazar dalam berbagai event, jadi konsumen dapat membeli produk *cheese roll CheeGu* di bazar yang

kami buka. Selain itu, produk *cheese roll CheeGu* juga dapat ditemui di berbagai café, kantin, dan toko yang sudah bekerjasama dengan owner *cheese roll CheeGu*. Sedangkan system online dilakukan oleh penulis dengan pemesanan melalui media social dan marketplace, dengan begini maka jangkauan pemasaran produk *cheese roll CheeGu* akan lebih luas. Di media social, penulis dapat menarik banyak sekali pelanggan atau konsumen dengan pamphlet yang sudah diedit semenarik dan sekreatif mungkin, tentunya dibubuhi kata kata atau caption yang membuat pembaca dapat tergiur dengan produk *cheese roll CheeGu*. Penulis juga memiliki siasat pemasaran lebih luas dengan cara membuka reseller, dengan begitu makan daerah daerah yang jauh dengan owner pusat dapat tetap menikmati dan membeli di reseller sekitar pelanggan. Bisa juga pelanggan membeli online melalui beberapa fasilitas yang sudah dibuka atau disediakan oleh penulis yaitu di shopeefood atau gofood.

#### **4.7. Customer Segments**

Target segmen yang dituju oleh penulis ialah semua kalangan. Namun penulis juga memiliki target utama yaitu kalangan remaja, pelajar, dan mahasiswa karena merekalah yang bisa dibilang sering membutuhkan dan mencari makanan ringan entah sebagai teman untuk santai, belajar, maupun kegiatan. Melihat beberapa waktu, penulis sudah mencoba untuk terjun langsung ke masyarakat menjajakan makanan ringan *cheese roll CheeGu* dari hasil yang didapatkan, penjualan tertinggi berada pada mereka. Melihat mereka juga melek akan system digital, jadi mereka dengan mudah bisa

mengenalinya produk *cheese roll CheeGu* melalui media social dan tanpa bersusah payah dapat mememesannya melalui system online. Jika mereka berkenan untuk membeli dengan system offline pun sangat bisa, mereka dapat menanyakan contact person dari penanggung jawab produk *cheese roll CheeGu*.

Selain kalangan remaja, pelajar, dan mahasiswa, target utama kedua penulis ialah pelanggan yang sudah berkeluarga. Kenapa? Karena sering kali saat malam kumpul keluarga atau saat weekend, hal yang paling dicari oleh mereka adalah makanan ringan yang rasanya ringan di mulut, tidak terlalu bold dan berat. Jadi penulis menghadirkan produk makanan ringan *cheese roll CheeGu* yang sangat cocok dinikmati kapanpun, dimanapun dan Bersama siapapun. Meskipun ada 2 target utama penulis, namun semua kalangan masyarakat tetap bisa menikmati kelezatan dari *cheese roll CheeGu*.

#### **4.8. Cost Structure**

Pemasukan untuk awal produksi diperoleh dari modal pribadi penulis sejumlah Rp1.600.000,00. Setelah menghasilkan laba, maka digunakan untuk perputaran keuangan bisnis dan pengembalian modal. Apabila sudah berjalan dengan cukup baik, penulis bermaksud untuk membuka kerjasama dibidang sponsorship dan patnership yang dapat menopang pemasukan. Berikut perhitungan biaya produksi, biaya packing, biaya operasional, dan biaya promosi dalam 1 bulan :

Tabel 4.1

## Biaya Produksi dan Packaging dalam 1 hari

No	Keterangan	Kuantitas	Harga	Jumlah
1	Keju	2 kg	125.000	125.000
2	Kulit lumpia	3000 lembar	200	600.000
3	Gula	0,5 kg	12.000	6.000
4	Tepung	0,5 kg	8.000	4.000
5	Topping coklat	200 gram	12.000	12.000
6	Topping tiramisu	200 gram	12.000	12.000
7	Topping greentea	200 gram	12.000	12.000
8	Minyak goreng	4 liter	32.000/2liter	64.000
9	Koran	-	3.000	3.000
10	Plastik	2 pack	2.500	5.000
11	Paper box	2 lusin	425	10.200
12	Plastik mikron	2 pack	12.000	24.000
<b>Total</b>				877.200

Tabel 4.2

## Biaya Operasional dan Promosi dalam 1 bulan

No	Keterangan	Jumlah
1	Pembelian gas	36.000
2	Tenaga kerja langsung	300.000
3	Penyusutan alat produksi	2.000
4	Transportasi	25.000
5	Listrik	25.000
6	Promosi	300.000
<b>Total</b>		688.000

Harga pokok = (Biaya bahan baku+biaya operasional) / Jumlah produksi

$$= \text{Rp } 1.565.200 / 3000$$

$$= \text{Rp } 521,7$$

Harga jual produk = Harga pokok + (% laba x harga pokok)

$$= \text{Rp } 521,7 + (187\% \text{ laba} \times \text{Rp } 521,7)$$

$$= \text{Rp } 1.500 / \text{ pcs}$$

$$\text{Laba} = (\text{Harga jual} \times \text{jumlah produksi}) - (\text{Biaya bahan baku} + \text{operasional})$$

$$= (\text{Rp } 1.500 \times 3000 \text{ pcs}) - \text{Rp } 1.565.200$$

$$= \text{Rp } 4.500.000 - \text{Rp } 1.565.200$$

$$= \text{Rp } 2.934.800$$

#### 4.9. Revenue Streams

Sumber pendapatan yang diperoleh penulis untuk mengelola bisnis makanan ringan *cheese roll CheeGu* 80% berasal hasil penjualan, baik dari penjualan retail, reseller, marketplace maupun yang lainnya. Selain itu pendapatan yang digunakan penulis untuk mengembangkan bisnis *cheese roll CheeGu* ialah modal pribadi, partnership, dan juga sponsorship. Modal awal yang harus dikeluarkan oleh penulis sebesar Rp1.565.200,00. seiring berjalannya waktu, penulis akan membuka sponsorship dan patnership yang nantinya akan bekerjasama dengan pihak pihak yang biasanya mengadakan akan event dan membutuhkan biaya. Ketentuan untuk mengajak bekerjasama dalam bidang patnership dan sponsorship yaitu dengan memberikan harga yang lebih miring dan mereka menjualkan produk *cheese roll CheeGu* ini sesuai keinginan mereka sehingga laba dari hasil penjualan itu nantinya akan menjadi milik mereka dengan begitu mereka dapat laba dan penjualan produk *cheese roll CheeGu* bisa meningkat.

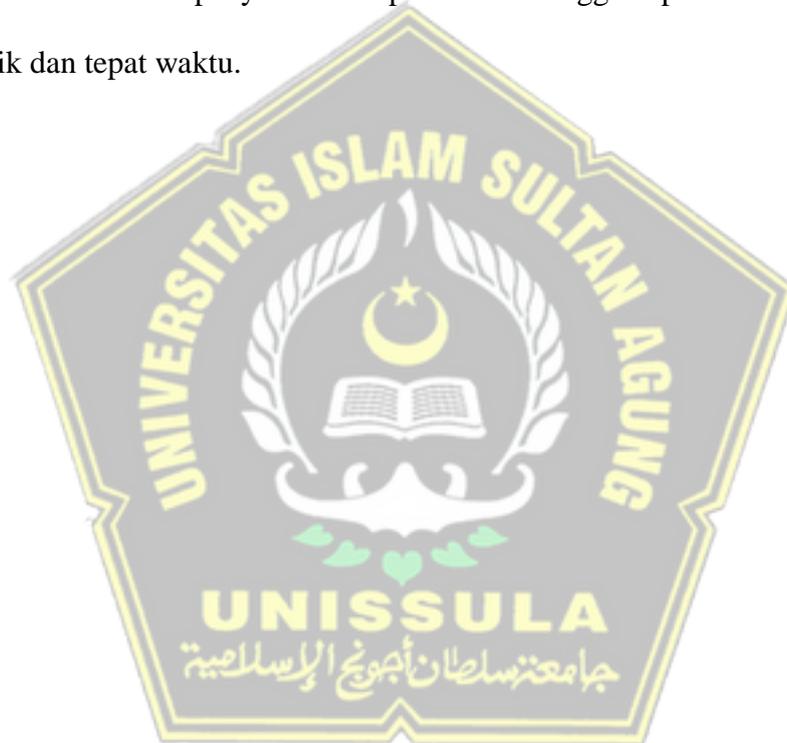
## **BAB V KESIMPULAN**

### **5.1. Kesimpulan**

Produk *Chesee Roll CheeGu* ini terinspirasi dari produk yang telah ada sebelumnya, akan tetapi dengan inovasi baru. Selain *Chesee Roll CheeGu* dengan rasa original, dikreasikan juga dengan beberapa topping tambahan seperti coklat, greentea dan lainnya. Dalam melakukan kegiatan usaha memang dituntut untuk selalu memiliki pemikiran yang inovatif dan kreatif. Tujuannya untuk membuka peluang usaha yang baru. Penentuan harga jual produk juga perlu diperhatikan. Dengan harga produk yang terjangkau, menyesuaikan dengan kantong pelajar terutama dapat menjadi nilai plus pada produk yang kami tawarkan. Makanan ringan *cheese roll CheeGu* juga menyediakan frozen food apabila pelanggan setia ingin memiliki stock dirumah dan bisa digoreng sewaktu-waktu. Produk *cheese roll CheeGu* meskipun tanpa pengawet bisa tahan selama 1 minggu. Adapula masukan dari konsumen yang menjadi inovasi untuk penulis yaitu menyajikan produk *Cheese roll CheeGu* selain dalam keadaan hangat juga bisa dalam keadaan dingin. Usaha ini juga diharapkan memberikan dampak terhadap pemberdayaan masyarakat sekitar, seperti masyarakat lokal yang nantinya akan turut memproduksi produk dan para remaja di lingkungan sekitar rumah produksi menjadi reseller yang nantinya akan dijual ke sekolah dan kampus dimana mereka belajar. Seiring berkembangnya bisnis ini, penulis mengajak teman-teman sekitar dan alumni menjadi reseller sehingga bisa menjadikan bisnis ini sebagai job provider.

## 5.2. Saran

Saya menyadari bahwa Laporan ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan Laporan ini. Demikian Laporan bisnis ini saya buat, semoga kegiatan usaha yang akan saya jalankan dapat berjalan dengan baik dan dalam mengembangkan kreatifitas dapat bermanfaat bagi penulis dan masyarakat. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Laporan ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.



## DAFTAR PUSTAKA

- Siklus Hidup Produk: Pengertian, Tahapan, Serta Contohnya dalam Bisnis. (2020, September 10). Accurate. <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-siklus-hidup-produk/>
- Product Life Cycle: Arti, Tahapan, Faktor, dan Tantangannya. (2022, August 16). Glints. <https://glints.com/id/lowongan/product-life-cycle-adalah/#.Y9-TgnZBzrc>
- Product Life Cycle. (2022, August 1). BinusUniversity. <https://binus.ac.id>
- Apa Itu Business Model Canvas, Contoh, dan Cara Membuatnya. (2021, August 16). dewaweb. <https://www.dewaweb.com/blog/apa-itu-business-model-canvas/>
- Murdino. (2014, September 2). Usulan Program Kreativitas Mahasiswa. Usaha Jamur Krispi “Kriuk”. Google Scholar
- Badan Pusat Statistik. (2022, November 7). Berita Resmi Statistik No. 82/11/Th. XXV. <https://www.bps.go.id>
- Elly Lasmanawati dan Cica Yulia. (2021, April 1). Pengaruh Mata Kuliah Berbasis Gizi Pada Pemilihan Makanan Jajanan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga. Google Scholar
- Dita Rahmanda. (2016, Oktober 16). Proposal PKM Kewirausahaan Usaha : Pembuatan Jam Dinding Unik (Jamik). Google Scholar
- Rintan Sanargih. (2017, September). Membangun Usaha Kreatif, Inovatif Dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial. Academia.edu
- Ernani Hadiyati. (2011, September 30). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. <https://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/18240>
- Ahmad Rifqy Alfian. (2019, May). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Dukungan Akademik Terhadap Niat Kewirausahaan Mahasiswa. Archive.org
- Siswo Wiratmo. (2012, November 28). Pelaksanaan Pendidikan Kewirausahaan Di Pendidikan Tinggi. <http://jurnaldikbud.kemdikbud.go.id/index.php/jpnk/article/view/101/98>