BUSINESS PLAN

Pempek Panggang

Disusun Untuk Memenuhi Tugas KKN Kewirausahaan

DISUSUN OLEH KELOMPOK 25 :

ABELIAN YOZA RENATA 2223150120

ANNISA NUR HASANAH 2223240154

ATIK KURNIAWATI 2223240079

DANIL SUTIAWAN 2223150180

RERI APRIZAL 2223210191

SEPTRISA NIRMALA 2223240076

SINTA DWI SYAFITRI 223240090

SYA'ABA OKTAVIA SIMANJUNTAK 2223240080

YAYU PIOLA ANDITA P 2223240087

YOGA TRISANDI 2223150118

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan proposal bisnis Pempek panggang ini sebagai tugas mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis yang diampu oleh ..... Proposal bisnis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Tugas ..... Dengan menyusun rencana bisnis banana nugget ini, kami berharap dapat memahami lebih dalam mengenai proses perencanaan usaha serta mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan.

Kami menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi teknik penulisan maupun materi, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang kami miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan guna menyempurnakan proposal ini di masa mendatang. Kami juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusinya dalam penyusunan proposal ini. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat menambah wawasan serta pengetahuan dalam bidang Studi Kelayakan Bisnis.

Bengkulu, Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....i

DAFTAR ISI.....ii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Visi dan Misi.....2

C. Tujuan dan Manfaat 2

D. Data Perusahaan.....2

E. Data Pemilik.....3

F. Konsep Usaha 3

BAB II ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

A. Aspek Pasar.....4

B. Aspek Pemasaran.....6

C. Analisis SWOT 7

D. Analisis 4P 8

E. Distribusi.....9

BAB III ASPEK PRODUKSI

A. Deskripsi Produk.....10

B. Jenis Produk 10

C. Kualitas Produk.....10

D. Komposisi Produk 11

E. Proses Pembuatan Produk 11

F. Pengemasan Produk.....12

BAB IV ASPEK KEUANGAN

A. Kebutuhan Modal Awal Untuk Memulai Usaha 13

BAB V ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

A. Aspek Ekonomi Dan Sosial 15

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan 16

B. Saran 16

DAFTAR PUSTAKA

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan warisan budaya, salah satunya adalah kuliner tradisional yang tersebar di seluruh penjuru nusantara. Salah satu kuliner yang telah menembus batas daerah asalnya dan dikenal luas oleh masyarakat Indonesia bahkan mancanegara adalah pempek**,** makanan khas dari Palembang, Sumatera Selatan. Pempek biasanya terbuat dari campuran ikan dan tepung sagu, dan disajikan dengan kuah cuko yang khas berwarna coklat kehitaman dan bercita rasa asam, manis, dan pedas.

Selama ini, pempek yang banyak beredar di pasaran adalah jenis pempek lenjer, kapal selam, adaan, atau kulit, yang umumnya disajikan dengan cara digoreng atau direbus. Namun, ada salah satu varian pempek yang mulai mendapatkan perhatian dan memiliki potensi pasar yang besar tetapi belum banyak dikembangkan, yaitu pempek panggang**.** Pempek ini dipanggang di atas bara api atau panggangan, kemudian diisi dengan sambal dan ebi (udang kering giling) yang memberikan sensasi rasa gurih dan pedas yang unik. Proses pemanggangan ini tidak hanya memberikan rasa dan aroma yang khas, tetapi juga menjadi alternatif yang lebih sehat dibanding pempek goreng.

Di era modern saat ini, selera masyarakat terhadap makanan terus berkembang. Konsumen tidak hanya mencari rasa yang enak, tetapi juga menginginkan produk yang unik, sehat, praktis, dan estetik. Fenomena ini membuka peluang besar bagi para pelaku usaha kuliner untuk menghadirkan produk-produk baru dengan konsep modern tanpa meninggalkan keaslian rasa tradisional. Di sinilah pempek panggang memiliki celah pasar yang menarik untuk dikembangkan secara serius, terutama di kota-kota di luar Palembang, termasuk Kota Bengkulu.

Melihat peluang tersebut, maka lahirlah ide untuk mendirikan usaha "Pempek Lemak Nya!", sebuah bisnis kuliner yang fokus pada produksi dan penjualan pempek panggang dengan berbagai inovasi rasa, seperti pempek panggang isi keju mozzarella, telur asin, bahkan varian pedas kekinian. Usaha ini tidak hanya menghadirkan cita rasa autentik khas Palembang, tetapi juga dikemas secara menarik dan higienis agar sesuai dengan selera pasar modern.

Selain sebagai bentuk pelestarian kuliner tradisional, usaha ini juga bertujuan untuk memberdayakan sumber daya lokal, baik dari segi bahan baku maupun tenaga kerja, serta mendorong tumbuhnya ekonomi kreatif di kalangan anak muda. Dengan model bisnis berbasis home industry dan dukungan pemasaran digital, usaha ini diharapkan mampu bersaing di tengah pasar kuliner yang semakin kompetitif.

Oleh karena itu, penyusunan rencana bisnis ini menjadi penting untuk merancang strategi yang tepat, menghitung aspek keuangan secara cermat, serta mempersiapkan langkah-langkah pengembangan usaha agar Pempek Lemak Nya! dapat tumbuh dan menjadi pilihan utama pecinta kuliner khas nusantara.

B. Visi dan Misi

Visi

Menjadi pelopor pempek panggang inovatif yang menggabungkan cita rasa tradisional dan sentuhan modern, serta dikenal luas sebagai kuliner khas unggulan dari daerah yang mampu bersaing di pasar nasional.

Misi

1) Menyajikan pempek panggang berkualitas tinggi dengan rasa autentik khas Palembang yang diproses secara higienis dan sehat.

2) Mengembangkan inovasi produk dengan menciptakan varian rasa dan penyajian baru sesuai selera konsumen masa kini.
3) Meningkatkan daya saing produk lokal melalui pemasaran kreatif, kemasan menarik, dan pelayanan pelanggan yang ramah serta cepat.
4) Memberdayakan masyarakat sekitar, khususnya pelaku UMKM dan tenaga kerja lokal, dalam proses produksi dan distribusi.
5) Memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan platform digital, seperti media sosial dan aplikasi pemesanan makanan online.
6) Menjaga keberlanjutan usaha dengan pengelolaan keuangan yang sehat, pemanfaatan bahan baku lokal, dan prinsip ramah lingkungan.

C. Tujuan dan Manfaat

Tujuan

1. Mendirikan dan mengembangkan usaha kuliner pempek panggang yang memiliki nilai jual tinggi dan mampu bersaing di pasar lokal maupun regional.
2. Memperkenalkan varian pempek panggang sebagai alternatif makanan khas Palembang yang lebih sehat dan unik kepada masyarakat luas.
3. Menghasilkan keuntungan bisnis secara berkelanjutan melalui pengelolaan usaha yang profesional dan efisien.
4. Menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar dan memberdayakan pelaku UMKM di bidang kuliner.
5. Membangun merek usaha yang kuat dan dikenal luas sebagai ikon pempek panggang modern dengan cita rasa tradisional.

Manfaat

1. Bagi Pelaku Usaha (Pemilik):

Mendapatkan penghasilan dan pengalaman dalam mengelola usaha kuliner yang berbasis tradisional namun dikemas secara modern.

2. Bagi Konsumen:

   Menyediakan pilihan makanan sehat, lezat, dan khas daerah dengan harga terjangkau serta pelayanan yang cepat dan ramah.

3. Bagi Masyarakat Sekitar:

   Memberikan peluang kerja, khususnya bagi ibu rumah tangga, pemuda, atau masyarakat yang belum memiliki pekerjaan tetap.

4. Bagi Perekonomian Lokal:

   Mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif dan memperkuat eksistensi kuliner tradisional dalam pasar modern.

5. Bagi Dunia Kuliner Indonesia:

   Ikut melestarikan dan mempopulerkan makanan khas nusantara agar tetap eksis di tengah gempuran makanan cepat saji global.

D. Data Perusahaan

Nama Perusahaan	
Bidang Usaha	
Jenis Produk	
Alamat Perusahaan	
Nomor Telepon	
Alamat Email	

E. Data Pemilik

Nama	
Jenis Kelamin	
Tempat, Tanggal Lahir	
Alamat	
Telepon/HP	

E-mail	
Peran Dalam Perusahaan	

F. Konsep Usaha

Usaha **"Pempek Lemak Nya!"** mengusung konsep kuliner tradisional khas Palembang yang dikemas dengan gaya modern, sehat, dan menarik bagi berbagai segmen pasar. Pempek panggang dipilih sebagai produk utama karena memiliki keunikan dalam cara penyajian (dipanggang, bukan digoreng), serta rasa khas yang belum banyak tersedia di pasaran, khususnya di luar Sumatera Selatan.

Konsep usaha ini menekankan pada empat elemen utama, yaitu:

1. Autentik namun Inovatif

Produk tetap mempertahankan cita rasa asli pempek Palembang dengan penggunaan bahan berkualitas seperti ikan tenggiri, ebi, dan cuko khas, namun dikembangkan dalam bentuk varian isi baru seperti keju mozzarella, telur asin, dan isian pedas kekinian. Ini bertujuan menarik minat konsumen muda yang menyukai eksplorasi rasa baru.

2. Sehat dan Praktis

Proses pemanggangan dipilih sebagai alternatif yang lebih sehat dibandingkan penggorengan. Selain itu, produk dikemas secara praktis dengan box ramah lingkungan, sehingga bisa dinikmati langsung maupun dibawa pulang dengan nyaman.

3. Usaha Skala Kecil hingga Menengah (UMKM)

Bisnis ini dimulai dari skala rumahan dengan target berkembang menjadi usaha menengah. Dengan menggunakan tenaga kerja lokal dan bahan baku yang tersedia di daerah, konsep ini dapat mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat setempat.

4. Pemasaran Digital dan Offline

Usaha ini akan menggunakan strategi pemasaran ganda: penjualan langsung di outlet kecil (gerobak atau booth) dan pemasaran digital melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, serta platform pemesanan makanan online (GoFood, GrabFood, ShopeeFood).

BAB II
ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

A. Aspek Pasar

1) Gambaran Umum Pasar dan Sasaran

Usaha kuliner tradisional terus mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan lokal dengan cita rasa autentik. Pempek sebagai salah satu makanan khas Palembang telah mendapatkan tempat tersendiri di hati masyarakat Indonesia, namun varian pempek panggang masih tergolong jarang ditemukan di pasaran, terutama di luar Sumatera Selatan. Hal ini membuka peluang pasar yang sangat menjanjikan, khususnya di daerah seperti Bengkulu yang memiliki budaya kuliner serumpun namun minim pemain dalam kategori produk serupa. “Pempek Lemak Nya!” hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menawarkan produk unik yang tetap mengedepankan nilai tradisional namun dikemas secara modern dan sehat.

2) Jenis Produk yang Dipasarkan

Produk utama yang dipasarkan adalah pempek panggang, yakni varian pempek khas Palembang yang dipanggang, bukan digoreng, serta diisi dengan berbagai bahan seperti sambal, ebi, dan topping tambahan. Untuk menyesuaikan dengan selera pasar yang beragam, dikembangkan pula varian baru seperti pempek panggang isi keju mozzarella, telur asin, dan isian pedas. Produk ini ditawarkan dalam kemasan siap makan maupun kemasan beku (frozen) agar bisa dinikmati kapan saja dan di mana saja. Selain itu, ditawarkan juga cuko khas Palembang sebagai pelengkap yang otentik.

3) **Target Pasar**

Target pasar dari usaha ini meliputi pelajar, mahasiswa, pekerja kantoran, dan keluarga muda yang menyukai jajanan ringan dan memiliki ketertarikan terhadap makanan tradisional dengan tampilan kekinian. Usaha ini menyasar kelas menengah ke bawah hingga menengah ke atas yang menginginkan makanan lezat, sehat, dan terjangkau, serta mudah diakses baik secara langsung maupun melalui pemesanan daring.

4) **Pesaing**

Di wilayah pemasaran seperti Bengkulu, pesaing langsung untuk kategori pempek memang cukup banyak, tetapi sebagian besar masih menjual pempek goreng atau rebus dalam bentuk konvensional. Pesaing untuk pempek panggang khususnya sangat terbatas, bahkan hampir tidak ada yang menekuni usaha ini secara fokus. Ini menjadi peluang strategis karena menciptakan diferensiasi dan ruang untuk menjadi pionir dalam niche market pempek panggang. Meski begitu, pesaing tidak langsung seperti pedagang siomay, tahu tek, bakso bakar, atau sate taichan tetap menjadi kompetitor dalam perebutan perhatian konsumen.

5) **Sasaran Pembeli**

Sasaran utama pembeli adalah anak-anak muda yang senang mencoba makanan baru, pelajar dan mahasiswa yang mencari camilan hemat tapi enak, hingga keluarga yang menginginkan makanan khas untuk dikonsumsi bersama. Selain itu, para pengguna aktif media sosial yang mudah terpengaruh tren kuliner juga menjadi target potensial karena dapat membantu penyebaran brand secara viral.

6) **Differensiasi**

Keunggulan utama produk ini terletak pada proses pemanggangan yang membuatnya lebih sehat dibandingkan pempek goreng, serta inovasi dalam varian isian dan cita rasa. Produk juga dikemas dengan desain menarik dan kekinian, berbeda dari kemasan pempek tradisional pada umumnya. Selain itu, penyajian praktis dalam bentuk kemasan take-away dan frozen menjadikan produk ini lebih fleksibel untuk berbagai kesempatan. Brand "Pempek Lemak Nya!" juga membawa citra yang lebih modern namun tetap menghargai nilai tradisi.

7) Strategi STP

a) Segmentation (Segmentasi Pasar)

Segmentasi pasar dilakukan untuk membagi konsumen potensial ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan karakteristik dan kebutuhan yang mirip. Dalam usaha "Pempek Lemak Nya!", segmentasi pasar dibagi sebagai berikut:

- Demografis: Usia 15–40 tahun, terdiri dari pelajar, mahasiswa, pekerja kantoran, dan ibu rumah tangga muda. Pendapatan berkisar dari menengah ke bawah hingga menengah ke atas.
- Geografis: Fokus awal pada Kota Bengkulu dan sekitarnya, dengan kemungkinan ekspansi regional ke kota-kota lain di Sumatera dan luar pulau.
- Psikografis: Konsumen yang menyukai makanan tradisional, senang mencoba hal baru, dan peduli terhadap gaya hidup sehat.
- Perilaku: Konsumen yang sering membeli makanan ringan di luar, aktif di media sosial, serta memiliki kecenderungan mengikuti tren kuliner kekinian.

b) Targeting (Penetapan Target Pasar)

Dari hasil segmentasi di atas, usaha ini menetapkan target pasar utama sebagai berikut:

- Utama: Pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda yang menginginkan makanan praktis, terjangkau, dan memiliki cita rasa khas namun kekinian.
- Sekunder: Keluarga muda yang menginginkan camilan sehat dan enak, serta konsumen umum yang memiliki ketertarikan terhadap produk lokal dalam bentuk baru. Penetapan target ini disesuaikan dengan karakteristik produk pempek panggang yang fleksibel, mudah dikonsumsi kapan saja, dan memiliki harga yang kompetitif.

c) Positioning (Posisi Produk di Pasar)

"Pempek Lemak Nya!" memosisikan diri sebagai pempek panggang khas Palembang yang sehat, modern, dan inovatif, tanpa meninggalkan keaslian cita rasa tradisionalnya. Produk ini hadir sebagai alternatif pempek kekinian dengan beragam varian rasa yang menarik dan kemasan yang praktis serta estetik.

d) Tagline Positioning:

"Pempek Lemak Nya! – Rasa Tradisional, Gaya Kekinian"

e) Dengan positioning tersebut, diharapkan konsumen dapat langsung mengenali keunikan produk dan membedakannya dari pempek biasa yang dijual secara umum di pasaran.

B. Aspek Pemasaran

1) Promosi

Untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik bisnis Pempek Lemak Nya, strategi promosi yang efektif perlu diterapkan dengan memanfaatkan berbagai kanal pemasaran.Promosi melalui media sosial menjadi salah satu strategi utama dengan memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk menampilkan foto dan video produk secara menarik. Konten yang dibuat dapat mencakup ulasan pelanggan, proses pembuatan martabak, serta promosi diskon atau giveaway untuk menarik perhatian calon pembeli. Selain media sosial, pemasaran melalui aplikasi pesan instan seperti WhatsApp dan Telegram dapat digunakan untuk menjangkau pelanggan secara langsung. Grup komunitas atau pelanggan setia dapat diberikan informasi mengenai promo terbaru, menu spesial, atau layanan pre-order untuk meningkatkan loyalitas mereka. Promosi offline juga perlu dilakukan dengan memberikan diskon pembelian pertama, paket bundling dengan minuman atau saus tambahan, serta program loyalitas seperti sistem poin atau kartu stempel yang memberikan hadiah setelah pembelian dalam jumlah tertentu.

Kerja sama dengan layanan pesan antar seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood juga menjadi langkah strategis untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, terutama yang lebih memilih layanan delivery. Selain itu, promo khusus seperti diskon ongkir atau cashback dapat diberikan untuk meningkatkan daya tarik di platform tersebut. Partisipasi dalam event kuliner, bazar makanan, atau festival UMKM dapat memperkenalkan produk kepada pasar yang lebih luas. Selain itu, program kolaborasi dengan influencer kuliner atau food blogger dapat membantu meningkatkan eksposur bisnis dan menarik lebih banyak pelanggan

melalui review yang mereka bagikan. Dengan kombinasi strategi promosi online dan offline yang efektif, bisnis ini dapat membangun brand awareness, menarik pelanggan baru, serta meningkatkan penjualan secara signifikan.

2) Pengembangan Pasar

Setelah berhasil pada usaha pertama ini. Kami akan mencoba untuk membuka cabang "Pempek Lemak Nya" baik didalam kota maupun luar kota agar nantinya para konsumen bisa lebih mengenal keunikan dan citarasa dari makanan ini.

3) Pengembangan Produk

Pengembangan produk kedepan untuk produk Pempek Lemak Nya ini hanya dikembangkan dengan cara penyajian ataupun cara pendistribusian ke langganan. Pempek Lemak Nya yang unik dan menarik pastinya akan menjadi salah satu daya tarik bagi para konsumen.

4) Langkah-langkah Promosi

a) Periklanan Bentuk promosi yang dilakukan oleh martabak telur, yaitu dengan cara membagikan brosur ke masyarakat, dan juga mengunakan media sosial seperti: Official line dan instagram sebagai media promosi.

b) Hubungan Masyarakat Bentuk promosi yang digunakan Martabak Talurjunet adalah dengan lebih mengutamakan pelayanan agar konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang diberikan tersebut berupa mengunakan bahasa yang sopan dan ramah terhadap konsumen di media offline maupun online (Official line, dan instagram). Dengan memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen diharapkan

dapat membina hubungan yang baik sehingga konsumen merasa nyaman dalam berbelanja.

c) Penjualan Personal Penjualan personal yang digunakan sebagai media promosi oleh Pempek Lemak Nya, yaitu melalui promosi secara langsung dengan memberikan sample kepada keluarga, teman, dan masyarakat di sekitar rumah.

d) Promosi Penjualan Bentuk promosi penjualan yang digunakan oleh usaha martabak telur, yaitu dengan memberikan promo berupa buy 5 get 1 free guna untuk menarik konsumen pada minggu pertama saat pembukaan awal usaha.

C. Analisis SWOT

1) Kekuatan (Strengths):

a) Memiliki banyak varian rasa dari yang gurih hingga pedas,

b) Harga martabak talurjunet sangat terjangkau sehingga dapat dibeli oleh semua kalangan,

c) Bahan baku berkualitas, tidak menggunakan bahan pengawet, dan mudah didapatkan,

d) Tempat usaha yang strategis,

e) Produk makanan ringan, tetapi sehat dan bergizi.

2) Kelemahan (Weaknesses):

a) Pengolahan dengan cara yang masih terbilang tradisional,

b) Harga bahan baku yang tidak stabil,

c) Bahan baku tidak dapat bertahan lama,

d) Tidak menawarkan produk minuman dan makanan ringan yang lain..

3) Peluang (Opportunities):

a) Kondisi masyarakat yang semakin konsumtif terhadap makanan ringan sehingga mempercepat penjualan,

b) Permintaan masyarakat akan makanan ringan atau cemilan yang sehat dan bergizi,

c) Semua kalangan masyarakat dapat menikmati produk ini.

4) Ancaman (Threats):

a) Produk yang dapat ditiru dengan mudah,

b) Munculnya pesaing yang terus meningkat,

c) Kenaikan harga bahan baku secara tiba-tiba,

d) Harus terus menyesuaikan inovasi baru agar tetap bertahan.

e) Produk yang kami tawarkan, jika di konsumsi tidak hangat, maka sedikit kurang enak.

D. Analisis Strategi Pemasaran 4P

1. Product (Produk)

"Pempek Lemak Nya!" menawarkan produk utama berupa pempek panggang yang diolah dengan cara dibakar, berbeda dari pempek konvensional yang digoreng atau direbus. Produk ini mengedepankan rasa otentik khas Palembang namun disajikan dengan inovasi dalam bentuk dan isiannya. Beberapa varian rasa yang ditawarkan meliputi pempek panggang isi ebi dan sambal, pempek panggang isi keju mozzarella, telur asin, dan varian pedas. Produk juga disediakan dalam dua bentuk penyajian, yaitu siap santap dan frozen (beku) untuk

konsumen yang ingin menyimpannya di rumah. Pengemasan dirancang secara modern, praktis, dan menarik untuk memikat perhatian generasi muda sekaligus menjaga higienitas dan daya tahan produk.

2. Price (Harga)

   Strategi harga yang diterapkan bersifat kompetitif dan terjangkau, disesuaikan dengan target pasar dari kalangan menengah ke bawah hingga menengah ke atas. Harga dibedakan berdasarkan varian isian, di mana pempek isi standar seperti sambal dan ebi dijual dengan harga lebih rendah dibanding varian premium seperti keju dan telur asin. Selain itu, tersedia juga harga paket atau bundling untuk pembelian dalam jumlah tertentu guna menarik pembeli yang ingin lebih hemat. Strategi diskon musiman, promo pelajar, dan loyalty program juga akan diterapkan untuk meningkatkan daya tarik dan mempertahankan pelanggan.

3. Place (Tempat/Distribusi)

   Penjualan dilakukan melalui dua jalur utama: penjualan langsung di gerobak/booth pada lokasi strategis seperti dekat sekolah, kampus, dan pusat keramaian, serta penjualan daring melalui aplikasi layanan antar makanan seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Produk juga dapat dipesan melalui media sosial (Instagram, WhatsApp, dan TikTok Shop) untuk konsumen yang menginginkan pengiriman langsung. Ke depannya, usaha ini akan merancang sistem reseller atau agen frozen pempek untuk menjangkau area yang lebih luas dan mempercepat distribusi produk ke luar kota.

4. Promotion (Promosi)

   Promosi dilakukan dengan pendekatan digital yang aktif, terutama melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook untuk menarik perhatian segmen anak muda yang sangat responsif terhadap konten visual. Strategi promosi

meliputi pembuatan konten harian (reels, behind the scene pembuatan pempek, testimoni pelanggan), kerja sama dengan food blogger dan influencer lokal, serta kampanye melalui giveaway atau challenge yang melibatkan followers. Selain promosi digital, akan dilakukan juga promosi langsung seperti membagikan sampel gratis saat launching, potongan harga grand opening, hingga sistem kupon untuk pelanggan tetap. Kombinasi promosi online dan offline ini diharapkan mampu membangun brand awareness, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta menarik konsumen baru secara konsisten.

E. Distribusi

Tempat penjualan produk pempek panggang berada di tempat yang strategis, dengan jumlah penduduk yang padat di sekitar tempat penjualan. Hal ini yang cukup mendukung kegiatan perdagangan tersebut. Lokasi yang strategis akan menimbulkan efek untuk membeli jajanan unik dan lezat karena orang yang tadinya belum tahu keberadaan produk kami serta keunikan yang produk kami dengan lebih cepat akan tahu. Untuk itu, faktor manusia yang biasanya suka mencoba coba hal hal baru akan timbul. Dengan strategi distribusi yang efektif, kami dapat memastikan bahwa produk mereka tersedia di berbagai titik penjualan yang mudah dijangkau oleh konsumen, baik secara offline maupun online, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan.

BAB III

ASPEK PRODUKSI

A. Deskripsi Produk

"Pempek Lemak Nya!" adalah produk makanan khas Palembang yang dikreasikan secara modern dengan konsep pempek panggang—bukan digoreng ataupun direbus seperti pempek pada umumnya. Produk ini mengedepankan keunikan dari sisi rasa, teknik pengolahan, dan tampilan yang lebih kekinian. Pempek dibuat dari bahan dasar ikan tenggiri segar dan sagu pilihan, kemudian diisi dengan sambal ebi khas, lalu dipanggang di atas bara arang untuk memberikan aroma bakaran yang khas dan menggugah selera. Selain varian klasik, "Pempek Lemak Nya!" menghadirkan inovasi rasa seperti pempek panggang isi keju mozzarella, telur asin, dan sambal super pedas, guna menjangkau selera konsumen muda yang gemar mencoba rasa-rasa baru. Tidak hanya lezat, produk ini juga lebih sehat karena tidak melalui proses penggorengan, serta menggunakan bahan-bahan tanpa pengawet dan pewarna buatan.

Produk disajikan dalam dua jenis kemasan: siap santap (ready to eat) yang cocok dinikmati langsung di tempat, serta kemasan beku (frozen food) yang praktis untuk disimpan di rumah dan dihangatkan kembali sesuai kebutuhan. Setiap porsi dilengkapi dengan cuko kental khas Palembang yang memiliki perpaduan rasa manis, asam, dan pedas. Dengan konsep modern, kualitas bahan yang terjaga, serta inovasi rasa yang beragam, "Pempek Lemak Nya!" hadir bukan sekadar sebagai makanan ringan, tetapi juga sebagai sajian khas yang bisa dinikmati di berbagai kesempatan—baik untuk camilan, oleh-oleh, maupun menu keluarga.

.

B. Varian Rasa Produk

Untuk menjawab kebutuhan pasar yang semakin beragam, *Pempek Lemak Nya!* menghadirkan beberapa varian rasa yang tidak hanya mempertahankan cita rasa khas Palembang, tetapi juga menawarkan sentuhan modern yang disukai oleh konsumen masa kini. Varian-varian ini dirancang untuk memberikan pilihan yang luas bagi pelanggan dari berbagai kalangan, mulai dari pecinta makanan tradisional hingga penikmat jajanan kekinian. Varian pertama adalah pempek panggang isi sambal ebi, yang menjadi varian klasik sekaligus andalan dari usaha ini. Rasa gurih ikan berpadu dengan aroma sambal ebi yang khas menciptakan sensasi otentik yang menggoda selera. Varian ini paling cocok bagi pelanggan yang ingin menikmati rasa asli pempek panggang Palembang. Kemudian hadir pula varian inovatif seperti pempek panggang isi keju mozzarella, yang memadukan cita rasa lokal dengan sentuhan modern. Keju yang meleleh di dalam pempek memberikan rasa gurih yang creamy, sangat digemari oleh remaja dan kalangan muda. Selanjutnya, ada juga pempek panggang isi telur asin, yang menyajikan perpaduan rasa gurih dan asin yang kuat namun tetap seimbang, cocok untuk pelanggan yang menyukai sensasi unik.

Untuk pecinta rasa pedas, tersedia varian pempek panggang isi sambal super pedas, yang dibuat dari cabai pilihan dan diracik secara khusus untuk memberikan kepuasan tersendiri bagi penikmat makanan pedas ekstrem. Seluruh varian disajikan dengan cuko khas Palembang sebagai pelengkap, yang bisa disesuaikan tingkat kepedasannya sesuai selera konsumen. Ke depannya, *Pempek Lemak Nya!* juga berencana menambah varian musiman seperti isi abon sapi pedas manis atau isi jamur lada hitam, guna terus menghadirkan kebaruan di tengah pasar yang kompetitif.

C. Kualitas Produk

Kualitas merupakan prioritas utama dalam setiap proses produksi *Pempek Lemak Nya!*. Produk ini dibuat dengan mengutamakan standar kebersihan, keamanan pangan,

serta cita rasa yang konsisten. Bahan baku utama berupa ikan tenggiri pilihan dan tepung sagu berkualitas tinggi diperoleh langsung dari pemasok lokal terpercaya, guna menjaga kesegaran dan nilai gizi dalam setiap pempek yang dihasilkan. Seluruh pempek diproses tanpa menggunakan bahan pengawet, pewarna sintetis, maupun penyedap buatan berlebihan, menjadikannya aman dikonsumsi oleh berbagai kalangan, termasuk anak-anak. Proses pengolahan dilakukan secara higienis dan terkontrol, mulai dari tahap pencampuran adonan, pengisian varian rasa, hingga proses pemanggangan yang dilakukan menggunakan arang atau alat pemanggang modern demi menghasilkan aroma bakaran yang autentik dan menggugah selera. Selain rasa dan aroma, perhatian terhadap tekstur juga menjadi kunci keunggulan. Pempek dibuat agar tidak terlalu keras atau terlalu kenyal, melainkan lembut dan pas di lidah. Komposisi isian pun dirancang seimbang, baik dari segi porsi maupun rasa, sehingga pelanggan mendapatkan kepuasan maksimal dalam setiap gigitan.

Untuk menjaga kualitas secara konsisten, *Pempek Lemak Nya!* melakukan proses uji rasa dan kontrol mutu secara berkala. Bahkan untuk varian frozen, pempek dikemas dengan plastik vakum food grade agar tahan lebih lama dan tetap terjaga kualitas rasa serta kebersihannya hingga sampai ke tangan konsumen. Dengan menjaga kualitas secara menyeluruh—mulai dari bahan baku, teknik pengolahan, hingga pengemasan—*Pempek Lemak Nya!* berkomitmen menjadi produk kuliner lokal yang tidak hanya enak, tapi juga aman, sehat, dan layak bersaing di pasar yang lebih luas.

D. Komposisi Produk

Setiap produk *Pempek Lemak Nya!* dibuat dengan komposisi yang telah disesuaikan untuk menghasilkan cita rasa otentik, tekstur yang pas, dan kualitas yang sehat. Bahan-bahan yang digunakan merupakan pilihan terbaik dari sumber lokal yang segar dan higienis, sehingga memberikan rasa yang khas sekaligus memenuhi standar keamanan pangan.

Komposisi dasar pempek panggang terdiri dari:

1) Ikan Tenggiri Segar

   Sebagai bahan utama, ikan tenggiri dipilih karena memiliki cita rasa gurih alami dan tekstur daging yang padat namun lembut. Ikan ini memberikan aroma khas pempek yang otentik dan kandungan protein tinggi.

2) Tepung Sagu Berkualitas

   Tepung sagu digunakan sebagai bahan pengikat utama adonan, memberikan kekenyalan yang pas dan menjaga struktur pempek agar tidak mudah hancur saat dipanggang.

3) Bawang Putih dan Bumbu Rempah Tradisional

   Campuran bawang putih, garam, dan penyedap alami memberikan rasa dasar yang gurih tanpa perlu tambahan MSG atau pengawet buatan.

4) Isian (Tergantung Varian)

   a. *Sambal Ebi*: campuran ebi halus, cabai, bawang merah, dan gula merah untuk rasa pedas manis yang khas.

   b. *Keju Mozzarella*: keju meleleh yang creamy dan gurih, cocok untuk pencinta jajanan modern.

   c. *Telur Asin*: telur asin kukus yang dihaluskan, memberikan sensasi gurih dan legit.

   d. *Sambal Super Pedas*: racikan cabai rawit segar dengan rempah pilihan, ditujukan untuk penikmat rasa ekstrem.

5) Cuko Pempek (Disajikan Terpisah)

   Cuko dibuat dari air, gula aren, asam jawa, bawang putih, dan cabai rawit, tanpa bahan pengawet. Rasanya manis, asam, dan pedas yang seimbang, menambah kenikmatan setiap suapan pempek.

E. Proses Pembuatan

1) Persiapan Bahan Baku

   Ikan tenggiri segar dibersihkan dan digiling halus.

   Siapkan tepung sagu, bawang putih halus, garam, air es, dan minyak goreng.

2) Pembuatan Adonan Dasar

   Campurkan ikan giling dengan bawang putih, garam, dan air es.

   Tambahkan tepung sagu sedikit demi sedikit sambil diuleni hingga kalis.

3) Pembentukan Pempek

   Ambil adonan, bentuk bulat atau lonjong.

   Buat lubang di tengah, masukkan isian (sambal ebi, keju, telur asin, dll).

   Tutup kembali dan bentuk padat.

4) Proses Pemanggangan

   Panggang pempek di atas bara arang atau alat pemanggang hingga matang merata.

   Bolak-balik agar tidak gosong dan merata aromanya.

5) Penyajian & Pengemasan

   Untuk siap saji: langsung disajikan dengan cuko.

   Untuk frozen: dikemas vakum dan disimpan di freezer.

6) Pengawasan Mutu

   Setiap tahap diawasi untuk menjaga kebersihan, rasa, dan kualitas.

F. Pengemasan Produk

Setiap Pempek panggang dikemas dalam bungkus individual yang menarik dan higienis. Disediakan didalam kotak kardus yang kokoh dan menarik untuk pembelian dalam jumlah besar. Kemasan juga dilengkapi dengan label yang mencantumkan informasi produk, variasi rasa, dan instruksi penyimpanan.

BAB IV

ASPEK KEUANGAN

A. Kebutuhan Modal Awal Untuk Memulai Usaha

berikut ini adalah rincian kebutuhan awal yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha pada awal produksi.

1) Biaya Investasi

No	Uraian	Jumlah Unit	Harga per Unit (Rp)	Total (Rp)
1	Peralatan panggangan (kompor + arang)	1 set	700.000	700.000
2	Wajan dan alat masak	2 set	150.000	300.000
3	Meja kerja dan rak	1 set	500.000	500.000
4	Plastik vakum + mesin vacuum sealer	1 set	1.000.000	1.000.000
5	Timbangan digital	1 buah	200.000	200.000
6	Cetakan pempek	2 buah	50.000	100.000
7	Bahan baku awal (ikan, sagu, bumbu, dll)	-	-	1.000.000
8	Kemasan (box, label, plastik)	100 pcs	2.000	200.000
9	Biaya izin usaha & PIRT (perkiraan)	-	-	500.000
	Total Biaya Investasi Awal			**Rp 4.500.000**

2) Biaya Bahan Baku Produksi

No	Bahan Baku	Jumlah (Perkiraan)	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Ikan tenggiri segar	2 kg	80.000	160.000
2	Tepung sagu	2 kg	18.000	36.000
3	Bawang putih	0,2 kg	28.000	5.600
4	Telur asin (varian)	5 butir	5.000	25.000
5	Keju mozzarella (varian)	250 gr	60.000/kg	15.000
6	Ebi kering (varian)	150 gr	150.000/kg	22.500
7	Cabai rawit	0,2 kg	30.000	6.000
8	Gula merah	0,3 kg	20.000	6.000
9	Asam jawa	0,1 kg	25.000	2.500
10	Garam, penyedap, dll	-	-	5.000
11	Kemasan (plastik/box)	50 pcs	2.000	100.000
	Total Biaya Harian			**Rp 383.600**

3) Biaya Operasional

No	Jenis Biaya	Estimasi Biaya Harian (Rp)	Estimasi Biaya Bulanan (Rp)
1	Gaji karyawan (1 orang)	100.000	3.000.000
2	Listrik dan gas	15.000	450.000
3	Air bersih	5.000	150.000
4	Transportasi & pengiriman	10.000	300.000

No	Jenis Biaya	Estimasi Biaya Harian (Rp)	Estimasi Biaya Bulanan (Rp)
5	Bahan bakar pemanggang	8.000	240.000
6	Kebersihan & sanitasi	3.000	90.000
7	Promosi dan pemasaran	5.000	150.000
8	Biaya tak terduga	4.000	120.000
	Total Biaya Operasional	**150.000**	**4.500.000**

1) Payback Period

Payback Period adalah waktu yang diperlukan untuk mengembalikan modal investasi awal dari keuntungan bersih usaha.

Misalnya, total investasi awal usaha adalah Rp 4.500.000 (sesuai tabel biaya investasi sebelumnya).

Kemudian, estimasi keuntungan bersih per bulan adalah sebagai berikut:

- Pendapatan per bulan: Rp 8.000.000
- Biaya operasional per bulan: Rp 4.500.000
- Keuntungan bersih per bulan = Rp 8.000.000 - Rp 4.500.000 = Rp 3.500.000

Maka, payback period dapat dihitung dengan rumus:

$$Payback\ Period = \frac{Total\ Investasi}{\text{Keuntungan Bersih per Bulan}} = \frac{4.500.000}{3.500.000} = 1{,}29\ bulan$$

Artinya, modal investasi akan kembali dalam waktu kurang lebih 1,3 bulan atau sekitar 5 minggu.

2) Net Present Value

Net Present Value (NPV) adalah metode untuk menghitung nilai sekarang dari arus kas masa depan yang diharapkan dari suatu investasi, kemudian dikurangi dengan biaya investasi awal. NPV digunakan untuk menilai apakah sebuah

investasi layak secara finansial; jika NPV positif, maka investasi tersebut dianggap menguntungkan. Misalnya, usaha Pempek Lemak Nya! memerlukan investasi awal sebesar Rp 4.500.000. Diperkirakan usaha ini akan menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp 3.500.000 setiap bulan selama tiga bulan ke depan. Untuk menghitung NPV, kita juga perlu memperhitungkan tingkat diskonto atau tingkat pengembalian yang diharapkan, yang diasumsikan sebesar 10% per tahun atau sekitar 0,83% per bulan. Dengan menggunakan rumus NPV, yaitu menjumlahkan nilai sekarang dari setiap arus kas di masa depan yang didiskontokan, kemudian mengurangkan biaya investasi awal, kita bisa menentukan kelayakan investasi ini. Untuk bulan pertama, nilai sekarang dari keuntungan Rp 3.500.000 dihitung dengan membaginya dengan faktor diskonto (1 + 0,0083) pangkat 1, menghasilkan sekitar Rp 3.471.507. Untuk bulan kedua, nilai sekarang dihitung dengan membaginya dengan faktor diskonto pangkat 2, yaitu sekitar Rp 3.443.171. Begitu juga untuk bulan ketiga, nilai sekarangnya sekitar Rp 3.414.998.

.

BAB V

ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

A. ASPEK EKONOMI DAN SOSIAL

1) Dampak Ekonomi

usaha ini berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat, mulai dari tenaga produksi, kasir, hingga kurir pengiriman. Selain itu, bisnis ini turut mendukung pemasok lokal dengan membeli bahan baku seperti telur, daging, tepung, dan rempah-rempah dari pedagang sekitar, sehingga membantu meningkatkan perekonomian mereka. Dengan harga yang kompetitif dan strategi pemasaran yang efektif, usaha ini juga berpotensi meningkatkan perputaran uang di sektor kuliner.

2) Dampak Sosial

bisnis ini memberikan manfaat bagi masyarakat dengan menyediakan makanan berkualitas, higienis, dan terjangkau yang dapat dinikmati berbagai kalangan. Selain itu, program promosi seperti diskon bagi pelanggan setia atau kegiatan berbagi makanan kepada masyarakat kurang mampu juga dapat diadakan sebagai bentuk tanggung jawab sosial.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Usaha Pempek Lemak Nya! memiliki potensi yang sangat baik untuk berkembang sebagai bisnis kuliner yang unik dan inovatif. Dengan mengusung produk pempek panggang yang berbeda dari pempek tradisional, usaha ini mampu menarik perhatian konsumen yang mencari variasi rasa serta pilihan makanan yang lebih sehat. Dukungan dari pemasok lokal dan keterlibatan tenaga kerja sekitar juga menambah nilai ekonomi dan sosial dari usaha ini. Analisis finansial menunjukkan bahwa usaha ini layak dijalankan dengan prospek keuntungan yang positif dan pengembalian modal yang relatif cepat. Selain itu, usaha ini berkontribusi dalam melestarikan budaya kuliner dan memberdayakan masyarakat setempat.

B. Saran

Untuk mendukung pertumbuhan usaha Pempek Lemak Nya!**,** disarankan agar pengelola terus melakukan inovasi produk dan meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat mempertahankan dan memperluas pangsa pasar. Pemasaran digital perlu dioptimalkan dengan konten yang menarik dan edukatif untuk mengenalkan keunikan pempek panggang ini secara lebih luas. Selain itu, menjaga hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku lokal penting agar kualitas bahan tetap terjaga dan harga dapat bersaing. Disarankan pula untuk melakukan pelatihan rutin bagi karyawan agar produksi berjalan efisien dan higienis. Terakhir, pengelola usaha hendaknya juga memperhatikan aspek keberlanjutan dengan menerapkan praktik ramah lingkungan, misalnya dalam pengemasan produk dan pengelolaan limbah usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Fadiati, A., Purwarna, D., & Maulida, E. (2008). Wirausaha: Jalur Cepat Menuju Sukses. Jakarta: UNJ Press.

Purwana, Dedi & Hidayat, N. (2016). Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). Lincah Menulis Artikel Ilmiah Populer & Jurnal (Teori & Praktik). Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada

Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia. (2018). *Pedoman Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: Departemen Perdagangan RI.

Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management* (edisi ke-15). New Jersey: Pearson Education.