

MOCHI LEMBUT UINFAS



Nama Kelompok / Anggota:

1.	Sukni Larasati	2223140118	Perbankan syariah
2.	Rolensa Nur Wulandari Dewi	2223140106	Perbankan syariah
3.	Femi Imelia Utami	2223250041	PIAUD
4.	Prescika Aprilia dyota	2223250048	PIAUD
5.	Lailatul Fitdria	2223250080	PIAUD
6.	Fariyanti Qoirika	2223250034	PIAUD
7.	Perasiska	2223250044	PIAUD
8.	Fitriyah Nur Azizah	2223250005	PIAUD

**KULIA KERJA NYATA REGULER TEMATIK
KEWIRAUSAHAAN KELOMPOK 24
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI
SUKARNO BENGKULU**

2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
DAFTAR ISI.....	2
1. PENDAHULUAN.....	3
2. DESKRIPSI BISNIS	3
3. ANALISIS PASAR.....	4
4. STRATEGI PEMASARAN.....	4
5. RENCANA OPERASIONAL.....	5
6. RENCANA KEUANGAN.....	5
7. ANALISIS SWOT.....	6
8. PENUTUP.....	6
9. LAMPIRAN.....	7
10. EDUKASI KEMASAN PRODUK DI SURYA BAKERY.....	11

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Bisnis

Mochi merupakan camilan manis yang sedang populer di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum karena teksturnya yang lembut dan rasanya yang manis serta beragam. Lokasi dekat kampus UIN Fatmawati Bengkulu merupakan area strategis karena banyak mahasiswa dan pegawai kampus yang mencari cemilan praktis dan unik.

2. Tujuan Pembuatan Bisnis Plan

Membuat perencanaan usaha mochi yang matang agar dapat membuka dan mengembangkan bisnis mochi yang berkelanjutan dan menguntungkan di sekitar UINFAS Bengkulu.

3. Manfaat Bisnis Untuk Masyarakat Bengkulu

- 1) Menyediakan alternatif camilan sehat dan lezat
- 2) Menambah variasi kuliner di sekitar kampus
- 3) Membuka peluang kerja bagi mahasiswa dan masyarakat sekitar

4. Deskripsi Bisnis

- 1) Nama dan Jenis Usaha

Usaha makanan ringan, khususnya mochi dengan berbagai rasa dan topping.

5. Visi dan Misi

- 1) Visi

Menjadi usaha camilan mochi terkemuka di Bengkulu yang dikenal dengan kualitas dan kelezatannya.

- 2) Misi

Menyajikan mochi berkualitas dengan harga terjangkau, serta memberikan pelayanan ramah kepada pelanggan.

6. Produk Yang Ditawarkan

Mochi aneka rasa seperti coklat, stroberi, keju, dan kacang, dengan topping sesuai pilihan pelanggan.

7. Lokasi Bisnis

Dekat UIN Fatmawati Bengkulu, area strategis karena banyak mahasiswa dan civitas kampus yang berpotensi menjadi pelanggan tetap.

8. Analisis Pasar

1) Target Pasar

Mahasiswa, dosen, pegawai kampus, dan masyarakat sekitar kampus UINFAS.

2) Analisis Kebutuhan dan Keinginan Pasar

Camilan yang praktis, unik, enak, dan dengan harga terjangkau sangat diminati oleh target pasar terutama mahasiswa.

3) Analisis Pesaing

Beberapa pedagang makanan ringan di sekitar kampus, tapi usaha mochi belum banyak sehingga memiliki peluang besar.

9. Keunggulan Bisnis

- 1) Produk mochi dengan resep khas dan variasi rasa unik
- 2) Lokasi yang mudah diakses di dekat kampus
- 3) Harga terjangkau dengan kualitas terjaga

10. Strategi Pemasaran

1) Cara Promosi

- a) Promosi online melalui media sosial (Instagram, WhatsApp, TikTok)
- b) Promosi offline seperti banner di area kampus dan diskon khusus untuk mahasiswa

- 2) Media yang Digunakan
 - a) Instagram, WhatsApp, TikTok, serta banner dan brosur di kampus.
- 3) Strategi Harga
 - a) Harga kompetitif, misalnya Rp5.000 – Rp10.000 per porsi.
- 4) Strategi Distribusi Produk
 - a) Penjualan langsung di lokasi dan layanan pesan antar khusus untuk area kampus.

11. Rencana Operasional

- 1) Proses Produksi

Pembuatan mochi dengan bahan baku berkualitas yang dilakukan setiap hari pagi agar produk tetap segar.
- 2) Sumber Daya Manusia
 - a) 1 orang pembuat mocha
 - b) 2 orang penjual dan pelayanan
 - c) 1 orang pengantar pesanan (jika ada)
- 3) Peralatan dan Fasilitas
 - a) Kompor, loyang, wadah adonan, kulkas kecil, meja display, dan etalase produk.

12. Rencana Keuangan

- 1) Estimasi Modal Awal
 - a) Bahan baku awal Rp3.000.000
 - b) Peralatan dan perlengkapan Rp5.000.000
 - c) Promosi dan lain-lain Rp1.000.000

Total Modal Awal: Rp9.000.000
- 2) Perkiraan Biaya Operasional Bulanan
 - a) Bahan baku Rp2.000.000
 - b) Gaji karyawan Rp3.000.000
 - c) Listrik & air Rp500.000
 - d) Promosi Rp500.000

Total Biaya Bulanan: Rp6.000.000

3) Proyeksi Pendapatan dan Laba

a) Penjualan 50 porsi/hari x Rp7.000 = Rp350.000/hari

b) Pendapatan bulanan (25 hari kerja) = Rp8.750.000

Laba bersih = Rp2.750.000

4) Break-even Point (BEP)

Modal awal Rp9.000.000 / laba bersih Rp2.750.000 = sekitar
3,3 bulan

13. Analisis SWOT

1) Strengths

a) Lokasi strategis dekat kampus

b) Produk unik dan variasi rasa menarik

c) Harga terjangkau

2) Weaknesses

a) Keterbatasan modal awal

b) Kurangnya pengalaman manajemen usaha

3) Opportunities

a) Permintaan camilan dari mahasiswa tinggi

b) Tren makanan ringan tradisional makin digemari

4) Threats

a) Persaingan dengan makanan ringan lain

b) Perubahan selera konsumen

14. Penutup

1) Kesimpulan

Usaha mochi di dekat UINFAS Bengkulu sangat potensial karena lokasi strategis dan kebutuhan konsumen yang tinggi. Dengan strategi yang tepat, usaha ini dapat berkembang dan memberikan keuntungan.

2) Harapan Bisnis ke Depan

Mendapatkan pelanggan setia dan bisa membuka cabang di lokasi lain di Bengkulu.

15. Lampiran

- 1) Contoh brosur promosi
- 2) Foto produk mochi

DOKUMENTASI

Mochi
lembut uinfas

Tersedia dengan banyak varian rasa

Lezat dan Keyal

Hanya **10k**

PESAN SEKARANG

 mochi lembut uinfas

 **082260734553**

Brosur Mochi Lembut UINFAS



**Foto Untuk Produk Mochi
Lembut UINFAS**



Mochi Lembut UINFAS

Baru Ready

EDUKASI MENGENAI KEMASAN PRODUK DI SURYA BAKERY

A. Latar Belakang

Kegiatan ini dilaksanakan sebagai bagian dari program KKN Tematik Kewirausahaan dengan tujuan utama untuk memberikan pemahaman dasar mengenai pentingnya kewirausahaan di era digital saat ini. Berdasarkan observasi awal kami di Desa Sukamaju, banyak masyarakat memiliki potensi usaha namun belum memahami bagaimana memulai, mengelola, dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Oleh karena itu, kami menyusun kegiatan edukatif ini untuk menumbuhkan semangat wirausaha lokal melalui penyampaian materi interaktif dan praktis.

B. Tujuan Kegiatan

1. Menyampaikan informasi dasar mengenai konsep kewirausahaan
2. Memberikan motivasi dan contoh-contoh wirausaha sukses yang relevan dengan kondisi tokoh
3. Mendorong audiens untuk mulai merintis usaha kecil berbasis potensi local
4. Membuka ruang diskusi dan tanya jawab seputar kemasan

C. Metode Penyampaian

Kami menyampaikan informasi mengenai kemasan kepada audiens dengan cara turun langsung kelapangan dan menjelaskan tentang kemasan yang baik dan memenuhi standar SNI

D. Hasil dan Evaluasi

Amtusis audiens cukup tinggi, ditandai dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan dan keterlibatan aktif selama diskusi. Beberapa audiens bahkan menyatakan minat untuk memulai usaha kecil berbasis produk rumahan, seperti keripik singkong dan kerajinan tangan.

E. Percakapan edukasi

Pemateri : "Selamat pagi, Bu Sofiiya dan teman-teman semua. Kita tahu makanan enak itu penting, tapi apakah rasa saja yang membuat orang mau beli produk kita?"

Sofiiya Dina Sari : "Mungkin juga dari harga, ya, Dek?"

Pemateri : "Betul sekali, Bu Sofiiya! Harga memang penting. Tapi ada satu hal lain yang juga sangat berpengaruh... yaitu KEMASAN.

Menurut Ibu Sofiiya, kenapa kemasan itu penting untuk produk kita?"

Sofiiya Dina Sari : "Biar produk kita terlihat menarik dan beda dari yang lain, Dek."

Pemateri : "Tepat sekali, Bu Sofiiya! Kemasan adalah kesan pertama yang dilihat konsumen. Misalnya, kita punya dua produk keripik singkong, satu dibungkus plastik biasa, satunya lagi dengan kemasan berlabel warna-warni dan logo. Menurut Ibu Sofiiya, mana yang lebih menarik?"

Sofiiya Dina Sari : "Yang ada label dan kemasannya rapi, Dek."

Pemateri : "Benar, Bu Sofiiya. Kemasan tidak hanya melindungi produk, tapi juga berfungsi sebagai media promosi. Dengan kemasan yang bagus, produk kita bisa lebih mudah diterima di toko atau bahkan di pasar online."

Sofiiya Dina Sari : "Tapi, kalau buat kemasan yang bagus pasti mahal, ya?"

Pemateri : "Itu pertanyaan bagus, Bu Sofiiya. Namun kemasan yang menarik tidak harus mahal. Kita bisa mulai dari yang sederhana, seperti pakai plastik dengan perekat, tempel stiker dengan logo usaha kita, atau buat label sendiri. Yang penting kemasannya rapi dan ada identitas produk."

Sofiiya Dina Sari : "Oh, jadi bisa dibuat sendiri ya, Dek?"

Pemateri : "Iya, Bu Sofiiya. Bahkan untuk jualan online, kemasan harus lebih diperhatikan karena pembeli hanya melihat dari foto. Jadi, kemasan harus meyakinkan dan profesional walau dengan biaya minimal."

DOKUMENTASI

