

**PRAKTIK BISNIS MAKANAN RINGAN “KRANCHIPS” PADA
INDUSTRI KULINER DI KOTA BANDUNG**



LAPORAN PRAKTIK BISNIS

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat
untuk memperoleh gelar Ahli Madya

Oleh :

Muhammad Nur Iman Gani Tarmaja

2015910036

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERUSAHAAN

Terakreditasi berdasarkan Keputusan BAN-PT

No. 1120/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/X/2015

BANDUNG

2020

**“KRANCHIPS” SNACK BUSINESS PRACTICES IN THE CULINARY
INDUSTRY IN THE CITY OF BANDUNG**



BUSINESS PRACTICE REPORT

This report is made to fulfill the requirement
of the Diplome III Business Management Program

By :

Muhammad Nur Iman Gani Tarmaja

2015910036

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
DIPLOME III BUSINESS MANAGEMENT PROGRAM**

Accredited based on the decree of BAN-PT

No. 1120/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/X/2015

BANDUNG

2020

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERUSAHAAN



PRAKTIK BISNIS *Kranchips*
**PRAKTIK BISNIS *KRANCHIPS* PADA INDUSTRI KULINER DI KOTA
BANDUNG**

Oleh :

Nama : Muhammad Nur Iman Gani Tarmaja

NPM : 2015910036

LAPORAN PRAKTIK BISNIS

Bandung, 7 Januari 2020

Ketua Program Studi DIII Manajemen Perusahaan

Nina Septina, SP., MM

Pembimbing,

Dianta Hasri Natalius Barus, ST., MM

Pengaji,

Lilian Danil SE., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama (sesuai akte lahir) : Muhammad Nuur Iman Gani Tarmaja
Tempat, tanggal lahir : Surabaya, 8 Maret 1991
Nomor Pokok Mahasiswa : 2015910036
Program studi : DIII Manajemen Perusahaan
Jenis Naskah*) : ~~Skripsi / Makalah / Artikel~~ / Laporan Praktik Bisnis

JUDUL

PRAKTIK BISNIS MAKANAN RINGAN “KRANCHIPS” PADA INDUSTRI KULINER DI KOTA BANDUNG

Dengan,

Pembimbing : Dianta Hasri Natalius Barus, ST., MM.

SAYA NYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis sendiri;

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesajaraan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak manapun.

Pasal 25 Ayat (2) UU.No20 Tahun 2003:
Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademi, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70: Lulusan perguruan Tinggi yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.200 juta.

Bandung, 7 Januari 2020

Dinyatakan tanggal :

Pembuat : Muhammad Nuur Iman Gani Tarmaja



(Muhammad Nuur Iman Gani Tarmaja)

ABSTRAK

Peluang akan bisnis kuliner masih sangat tinggi akan kebutuhan pokok pangan dan tidak lupa dengan makanan ringan atau cemilan. Penulis kemudian termotivasi dengan melihat peluang bisnis dan dengan alasan penulis memang suka berbisnis. Bisnis yang dijalani saat ini bisnis makanan ringan atau cemilan yaitu Keripik *Kranchips*. Bisnis dengan bahan pokok singkong renyah dengan variasi rasa menjadi salah satu strategi bisnis ini, tetap mengutamakan kualitas dan harga yang bersahabat. Bisnis yang sedang dijalani ini untuk memotivasi kedepannya bilamana bisnis ini besar dan ingin merambah ke bisnis lain, pengalaman menjadi yang utama.

Strategi pemasaran untuk saat ini masih *offline* yang dimaksud menawarkan pada warung-warung sekitar rumah, kantin sekolah, kantin kampus, dan juga ritel. Untuk kantin sekolah sudah masuk 3(tiga) sekolah yakni kantin SMA PGII Panatayuda, kantin Salman Al-Farisi, kantin SMAN 2 Bandung. Untuk kantin kampus sudah masuk 3(tiga) universitas yakni Unpar Pasca Sarjana, kantin Universitas Widyatama dan kantin Universitas Pasim. Untuk ritel sudah masuk 1(satu) ritel yakni G-Mart yang beralamat di Jl.Dakota(dekat Universitas Pasim), Cimindi.

Visi dari bisnis ini adalah menjadi cemilan hari-hari yang nikmat juga terjangkau bagi semua kalangan. Di sisi lain peningkatan penggunaan *smartphone* dan *internet* membawa suatu tren baru dengan sistem bisnis *online*. Penjualan *via online* juga menjadi salah satu strategi penulis untuk menjual produk dan meningkatkan pendapatan. Banyaknya pembeli *via online* menjadikan produsen maupun konsumen tidak susah untuk membeli maupun menjual barang atau jasa, ditambah dengan adanya aplikasi ojek *online*, mengantar atau membeli atau belanja pun jadi mudah. Ini menjadi peluang besar bagi para pebisnis mengenalkan dan meluaskan pangsa pasar.

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, bimbingan dan karunia – NYA penulis dapat menyelesaikan laporan praktik bisnis yang berjudul Praktik Bisnis Keripik PENGEMBANGAN PRAKTIK BISNIS *KRANCHIPS* PADA INDUSTRI KULINER DI KOTA BANDUNG.

Laporan praktik bisnis ini disusun untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian komprehensif pada Program Diploma III, Jurusan Manajemen Perusahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan Bandung untuk predikat Ahli Madya.

Penyusunan laporan praktik bisnis ini, penulis mengalami berbagai hambatan, seperti pengumpulan data-data dan pemilihan kata. Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada orang tua saya yaitu Bapak Gani Saputra selaku ayah dan Tita Rosita selaku ibu atas doa, dukungan data, dan pemahaman-pemahaman yang membantu penulis untuk menyusun laporan praktik bisnis. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Gani Saputra, S.E dan Ibu Tita Rosita selaku orang tua saya yang selalu mendoakan yang terbaik serta mendukung saya.
2. Ibu Nina Septina, S.P., MM. selaku ketua Program Studi Diploma III Manajemen perusahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang telah memberikan dukungan kepada penulis di Program Studi Diploma III Manajemen Perusahaan Universitas Katolik Parahyangan.
3. Dianta Hasri Natalius Barus, ST., MM. selaku dosen wali yang selalu memberikan motivasi dan bimbingan selama penulis melakukan perkuliahan di Program Studi Diploma III Manajemen Perusahaan Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
4. Seluruh tenaga pengajar dan tata usaha Program Diploma III Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katholik parahyangan Bandung yang telah memberikan bekal ilmu dan pengalaman yang sangat berguna kepada penulis dan membantu mengurus administrasi yang diperlukan penulis selama melakukan perkuliahan.

5. Michael Christian, Ignasius Janssen, Annisa Mustikawati yang telah membantu memberikan masukan, dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan laporan proposal bisnis.

6. Teman – teman dan pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam melaksanakan dan menyelesaikan laporan proposal bisnis dan jalannya bisnis.

Penulis menyadari bahwa isi yang disampaikan dalam laporan proposal bisnis masih jauh dari kata sempurna sehingga setiap kritik dan saran membangun yang disampaikan dapat membantu dalam memperbaiki laporan proposal bisnis ini. Walaupun masih jauh dari kata sempurna, hasil dari laporan yang dituangkan ini dapat memberikan manfaat kepada siapa saja yang memerlukannya.

Bandung, 7 Januari 2020

Penulis,

Muhammad Nur Iman Gani Tarmaja

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL.....	v
BAB I LATAR BELAKANG.....	1
1.1 Peluang dan Kesempatan	1
1.2 Motivasi	2
1.3 Visi.....	2
1.4 Misi	3
1.5 <i>Problem Solving</i>	3
1.6 Ide Bisnis.....	4
BAB II KEGIATAN BISNIS	5
2.1 Profil Lengkap Bisnis	5
2.2 Alur Bisnis	10
2.3 Lingkungan Eksternal dan Internal.....	10
2.3.1 Analisis S.W.O.T	10
2.3.2 Analisis Bisnis Kanvas Model.....	12
2.3.3 Analisis Strategi Pemasaran.....	13
2.3.4 <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>	14
2.3.5 Bauran Pemasaran (<i>Product, Price, Place, Promotion,</i> <i>People, Process, and Physical Evidence</i>).....	15
2.4 Target Jangka Pendek dan Jangka Panjang	18
BAB III EVALUASI BISNIS.....	19
3.1 Pencapaian Bisnis Laporan Keuangan.....	19
3.2 Laporan Keuangan	22
3.3 Penjualan.....	23
BAB IV KESIMPULAN	24

4.1 Kesimpulan Bisnis	24
4.2 Strategi Bisnis	24
4.3 Evaluasi Bisnis.....	25

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.1 Logo <i>Kranchips</i>	5
Gambar 2.1.2 Lokasi <i>Kranchips</i> Cimahi	7
Gambar 2.1.3 Lokasi <i>Kranchips</i> Bandung.....	7
Gambar 2.1.4 <i>Kranchips</i> Rasa Balado Pedas Manis.....	8
Gambar 2.1.5 <i>Kranchips</i> Rasa Original dan Keju Manis	8
Gambar 2.1.6 Varian Rasa <i>Kranchips</i>	8
Gambar 2.1.7 Struktur Organisasi <i>Kranchips</i>	9
Gambar 2.1.8 <i>Kranchips</i> Rasa Balado Pedas Manis.....	15
Gambar 2.1.9 Varian Rasa <i>Kranchips</i>	16
Gambar 2.2.0 Bumbu Rasa Keju Manis	16
Gambar 2.2.1 Bumbu Rasa Balado Pedas Manis	16
Gambar 2.2.2 Keripik Singkong <i>Kranchips</i> Original Aroma Ayam Bawang Putih.....	17
Gambar 3.1 Grafik Penjualan <i>Kranchips</i> Bulan Juni.....	19
Gambar 3.2 Grafik Penjualan <i>Kranchips</i> Bulan Juli	20
Gambar 3.3 Grafik Penjualan <i>Kranchips</i> Bulan Agustus	20
Gambar 3.4 Grafik Penjualan <i>Kranchips</i> Bulan September	21
Gambar 3.5 Grafik Penjualan <i>Kranchips</i> Bulan November	21

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Profil Lengkap <i>Kranchips</i>	6
Tabel 2.2 Analisa S.W.O.T <i>Kranchips</i>	11
Tabel 2.3 Bisnis Model Kanvas <i>Kranchips</i>	12
Tabel 3.1 Penjualan Bulan Juni dan Juli.....	22
Tabel 3.2 Penjualan Bulan Agustus dan September	22
Tabel 3.3 Penjualan Bulan November	23

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Peluang dan Kesempatan

Cemilan adalah bagian dari kehidupan manusia yang tidak dapat dipisahkan. Dikarenakan cemilan adalah salah satu kebutuhan manusia terutama bagi kaum muda. Produk-produk cemilan selalu laris manis di pasaran. Ada pepatah yang mengatakan bahwa manusia zaman sekarang tidak bisa hidup tanpa gadget, begitu pula dengan cemilan. Anak muda zaman sekarang tidak bisa hidup tanpa cemilan.

Hal ini yang membuat banyak orang mencoba bisnis usaha cemilan. Selain disukai banyak orang terutama kaum muda, tingkat kerugiannya pun relatif rendah mengingat cemilan selalu dibutuhkan.

Di kalangan kampus dan masyarakat, mahasiswa adalah orang-orang yang selalu butuh cemilan. Hal ini dikarenakan beratnya dan banyaknya tugas yang harus diselesaikan oleh mahasiswa sehingga cemilan menjadi teman mereka dalam menyelesaikan tugas. Dalam masyarakat cemilan pun disukai dalam hal ini oleh anak-anak misal, sepulang sekolah anak-anak suka sekali ngemil atau sedang bermain beli cemilan.

Selain mahasiswa, karyawan dan bahkan bos pun membutuhkan cemilan sebagai teman mereka dalam mengerjakan kerjaan dan dalam melewati keseharian mereka di kantor atau lingkungan kerja. Cemilan memang sangat dibutuhkan terutama bagi kaum muda.

Salah satu cemilan yang bisa menjadi teman bagi mahasiswa, karyawan/pegawai, bos sekalipun adalah Keripik *Kranchips*. Keripik renyah, higienis, tanpa bahan pengawet/MSG dan murah. Selain itu kaum muda yang menyukai keunikan membuat Keripik *Kranchips* yang memiliki banyak aneka rasa menjadi peluang usaha baru yang tidak akan kalah dengan cemilan-cemilan lainnya.

Hal lainnya yang identik dengan Keripik *Kranchips* adalah harganya yang cukup terbilang murah. Oleh sebab itu, Keripik *Kranchips* bisa jadi peluang bagus dengan harga yang jauh lebih murah dari kompetitor lainnya. Dengan lebih mudahnya orang membeli

Keripik *Kranchips*, lalu harganya yang jauh lebih murah dan macam-macam rasa yang ditawarkan tentunya bisnis Keripik *Kranchips* memiliki peluang untuk mendapatkan omset yang cukup besar.

Pembuatan Keripik *Kranchips* tidaklah rumit. Bahan-bahan yang digunakan untuk membuat Keripik *Kranchips* juga cukup mudah didapatkan. Cara pembuatannya pun tidak membutuhkan banyak peralatan. Sehingga harga jual Keripik *Kranchips* bisa ditekan. Dengan kemasan yang baik serta stiker yang menarik dapat membuat Keripik *Kranchips* lebih tahan lama dan menarik sehingga konsumen tertarik dan bisa menyimpannya untuk jangka waktu tertentu.

1.2 Motivasi

Penulis memiliki 3 (tiga) alasan dasar untuk membuat bisnis Keripik *Kranchips* :

Alasan pertama, penulis melihat bahwa perkembangan bisnis di Indonesia cukup berkembang pesat. Hal ini memicu penulis untuk membuat bisnis ini sebagai awal dari keinginan untuk berbisnis dan mendapatkan untung. Hal yang membuat saya tertarik berbisnis adalah salah satunya waktu luang yang banyak terutama dalam keluarga, berinteraksi sesama pebisnis, peluang ilmu dalam berbisnis dan mencoba bisnis *via online*.

Alasan kedua, menurut pribadi, saya sudah tidak terlalu tertarik bekerja di kantor dikarenakan monoton, tapi tidak menutup kemungkinan jika saya diterima bekerja di kantor, sampingan saya tetap berbisnis.

Alasan yang terakhir, saya lebih suka jadi bos mengurus bisnis sendiri.

1.3 Visi

Menjadi usaha mikro kecil di bidang kuliner terbesar di Bandung. Mampu bersaing sehat dari segi harga, kuantitas, dan kualitas.

1.4 Misi

Memperluas, memberikan, dan menerapkan produk yang berkualitas demi kepuasan pembeli, rekan bisnis, serta membuat lapangan kerja baru.

1.5 *Problem Solving*

Harga dan kualitas produk merupakan masalah yang sering dihadapi saat melakukan bisnis. Harga menjadi salah satu nilai penting ketika seseorang ingin membeli suatu produk. Harga yang mahal membuat konsumen berpikir ulang untuk membeli produk tersebut. Sedangkan harga yang murah memberikan persepsi ketidakpercayaan kepada produk tersebut. Kualitas produk menjadi poin penting disamping dengan harga. Kualitas yang baik selalu dilihat oleh konsumen sedangkan kualitas yang buruk menjadi pilihan akhir bahkan tidak dipilih oleh konsumen.

Masalah/keinginan konsumen yang sering terjadi adalah keinginan untuk kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau. Masyarakat sering tertipu dengan iklan yang ditayangkan di televisi, media cetak, dan media digital. Iklan yang ditampilkan sering merujuk pada keunggulan dan kualitas produk yang ditawarkan.

Dalam bisnis Keripik *Kranchips*, sering terjadi permasalahan mengenai harga dan kualitas produk. Konsumen selalu menginginkan harga terjangkau dengan kualitas produk baik. Masyarakat perlu mengerti bahwa harga produk menyesuaikan dengan kualitas produk yang dijual. Harga yang murah menawarkan kualitas produk yang rendah dan harga yang tinggi menawarkan kualitas produk yang tinggi pula, tetapi tidak untuk Keripik *Kranchips*. Keripik *Kranchips* menawarkan harga menengah kebawah dengan kualitas tetap terjaga baik sampai ke tangan konsumen.

Bisnis ritel di Indonesia mengandalkan lokasi dan kondisi masyarakat sekitar. Lokasi yang sepi dan masyarakat yang berdaya beli rendah dapat dipastikan bisnis tidak bisa berjalan baik. Sebaliknya, lokasi yang strategis (ramai dan dekat fasilitas umum) disertai daya beli masyarakat yang tinggi membuat bisnis retail berjalan baik. Sebagai contoh, toko ritel Indomar*t dan Alfam*rt. Kedua toko ritel tersebut memang bersaing dan menempatkan lokasi yang berdekatan. Sedangkan bisnis Keripik *Kranchips* mengandalkan dan menempatkan diri di warung-warung terdekat dan masuk ke kantin-kantin kampus contoh, pascasarjana Unpar, Universitas Widyatama, Universitas Telkom, Universitas Pasim.

Dengan kondisi ekonomi masyarakat yang fluktuatif membuat banyak bisnis beralih ke dunia online. Keripik *Kranchips* tidak mau kalah dengan kompetitor lain, dengan berada di 2 (dua) jalan *offline* dan *online* sebuah bisnis akan mendapatkan untung yang berlipat.

1.6 Ide Bisnis

Bisnis ini dimulai pada bulan Juni 2019. Awal bisnis ini ada adalah waktu saya belajar mata kuliah inisiasi bisnis yang dimana bisnis ini awal dari kelompok, karena tidak ada yang ingin melanjutkan bisnis ini dari kelompok tersebut saya mengajukan diri untuk meneruskan bisnis Keripik *Kranchips* sendiri sampai ke tahap skripsi. Dengan dibantu oleh Annisa Mustikawati calon istri saya dan dukungan orang tua, bisnis ini berjalan dengan baik dan dengan keuntungan diawal bisnis sudah baik sampai saat ini.