

**INOVASI USAHA PRODUK CIRENG COCOLAN
MEREK DAGANG CIRENGGO**

LAPORAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Arlin Andini

2122 31965

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2026

TUGAS AKHIR
PROYEK KEWIRAUSAHAAN
INOVASI USAHA PRODUK CIRENG COCOLAN
MEREK DAGANG CIRENGGO

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ARLIN ANDINI

Nomor Induk Mahasiswa: 212231965

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Rabu tanggal 1 Juli 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing


Dr. Wisnu Prajogo, MBA

Penguji


Noormalita Primandaru, SE., M.Sc.

Yogyakarta, 7 Juli 2026
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Dr. Wisnu Prajogo, M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Abstrak ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai konsep, pelaksanaan, serta hasil dari proyek kewirausahaan tersebut. Proses pengembangan produk direncanakan dan dilaksanakan secara terstruktur dari bulan Maret hingga Juni 2026, yang mencakup tahapan seperti riset pasar, pengembangan resep, pengujian produk, serta persiapan untuk peluncuran penjualan. Evaluasi terhadap kinerja usaha dalam proyek ini difokuskan pada periode penjualan produk, dimana berbagai indikator penting diukur dan dianalisis secara mendalam. Aspek-aspek yang menjadi fokus dalam evaluasi kinerja meliputi volume penjualan bulanan yang mencerminkan daya tarik produk bagi konsumen; tingkat laba kotor yang menunjukkan efisiensi dalam proses produksi dan pemasaran; pangsa pasar lokal yang menggambarkan posisi produk di tengah persaingan; tingkat kepuasan pelanggan yang diukur melalui umpan balik dan tanggapan konsumen; serta nilai tambah produk yang memberikan manfaat baik bagi usaha maupun pelanggan.

Kata kunci: Kewirausahaan, inovasi produk, cireng cocolan, merek dagang Cirenggo, Cirenggo, praktik usaha, makanan ringan lokal

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

This abstract aims to provide a comprehensive overview of the concept, implementation, and results of the entrepreneurship project. The product development process was planned and executed in a structured manner from March to May 2026, covering stages such as market research, recipe development, product testing, and preparation for sales launch. Evaluation of business performance in this project focuses on the product sales period, where various important indicators are measured and analyzed in depth. The aspects focused on in performance evaluation include monthly sales volume, which reflects the product's appeal to consumers; gross profit margin, which indicates efficiency in production and marketing processes; local market share, which illustrates the product's position amid competition; customer satisfaction level, which is measured through consumer feedback and responses; and product added value, which benefits both the business and its customers.

Keywords: *Entrepreneurship, product innovation, chocolate-dipped cireng, Cirenggo trademark, Cirenggo, business practice, local snack*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1.1 Latar Belakang

Cirenggo merupakan bisnis makanan ringan yang berfokus pada produk cireng dengan varian sausocolan baru, yang bermula dari ide penulis untuk mengembangkan produk tradisional agar lebih menarik dan sesuai dengan selera konsumen saat ini. Usaha ini berada di Kawasan seturan Yogyakarta yang mana memiliki lokasi strategis, dikelilingi oleh masyarakat yang aktif seperti pekerja, pelajar, mahasiswa, serta dekat dengan area pemukiman dan pusat aktivitas, sehingga memiliki potensi pasar yang luas dan telah mulai mendapatkan respon positif dari pelanggan.

Produk utama yang ditawarkan adalah cireng yang dibuat dengan adonan berkualitas, disajikan dalam kemasan berisi 5 buah cireng per box. Tersedia tiga varian sausocolan pilihan yang memberikan pengalaman rasa berbeda, yaitu cocolan coklat, cocolan BBQ, dan cocolan kuah kacang. Harga jual produk ditetapkan secara terjangkau, yaitu Rp10.000 per box, dengan perhitungan biaya produksi dan margin keuntungan yang telah direncanakan dengan matang agar dapat memberikan nilai baik bagi usaha maupun konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah proyek kewirausahaan ini Adalah:

- Bagaimana cara mengembangkan cireng dengan varian saus baru agar mampu diterima di Masyarakat?
- Apakah cirenggo mampu bersaing dengan UMKM lainnya yang ada di Yogyakarta?
- Apakah cirenggo mampu memberikan inovasi yang berbeda melalui varian sausocolan dan pilihan frozen food?

1.3 Tujuan Proyek Kewirausahaan

Tujuan proyek Kewirausahaan ini Adalah:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- a. Membangun branding Cirenggo yang kuat dan dikenal luas oleh pelanggan, serta meningkatkan citra positif terhadap produk dan usaha
- b. Menciptakan inovasi produk yang berbeda melalui varian sausocolan agar memberikan nilai tambah bagi konsumen.
- c. Menentukan kemampuan Cirenggo untuk bersaing secara sehat dengan UMKM makanan ringan di pasaran

1.4 Kontribusi Proyek Kewirausahaan

Berikut adalah kontribusi yang diberikan oleh proyek kewirausahaan ini:

- a. Produk Cirenggo hadir dengan variasi sausocolan yang kreatif dan opsi frozen food yang memudahkan konsumen untuk menikmati cireng kapan saja dan di mana saja
- b. Dengan hadirnya berbagai varian saus mulai dari coklat, BBQ, hingga kuah kacang yang dibuat dengan resep khusus, Cirenggo memberikan nilai tambah yang berbeda dari cireng pada umumnya.
- c. Proyek ini mendukung perkembangan usaha lokal dengan menggunakan bahan-bahan yang mudah ditemukan di Yogyakarta

2.1 Produk

Menurut Suharsimi Arikunto (2008) Dalam konteks bisnis dan ekonomi Indonesia, Arikunto mendefinisikan produk sebagai hasil usaha manusia yang dibuat atau diolah dengan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Produk yang saya kembangkan sendiri bermerek 'Cirenggo' merupakan salah satu usaha kuliner yang hadir dengan konsep yang berbeda dari cireng pada umumnya yang banyak beredar di pasaran, sehingga memiliki prospek yang lebih menarik dan modern sesuai dengan selera masyarakat saat ini. Cirenggo disajikan dengan pilihan sauceocolan yang beragam, yaitu sauce

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

coklat, sauce kuah kacang, dan sauce BBQ. Produk ini hadir dengan konsep modern untuk memenuhi selera konsumen yang semakin beragam.

2.1.1 Pasar Makanan Tradisional

Makanan tradisional Indonesia adalah bagian dari budaya kita yang kaya dengan berbagai rasa dan cerita dari setiap daerah. Saat ini, potensinya sangat besar dan bisa memberikan manfaat banyak hal, mulai dari mendukung ekonomi kita hingga menjaga kelestarian budaya kita.

2.1.2 Cirenggo

Cireng adalah makanan ringan khas Sunda yang berasal dari Jawa Barat, dengan nama yang merupakan penyebutan dari kata "Aci Digoreng". Berdasarkan kajian dari Lembaga Penelitian Kuliner Indonesia (LPKI, 2023), cireng mulai dikenal sekitar tahun 1970-an dan mencapai puncak kepopulerannya pada dekade 1980-an.

Produk Cirenggo merupakan inovasi pada cireng tradisional dengan menyajikannya bersama sausocolan pilihan, yaitu saus coklat, saus kuah kacang, dan saus BBQ.



Gambar 2. 1 Contoh Produk Cirenggo Saus Coklat, BBQ, Dan Kacang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2.2 Analisis Peluang dan Ancaman

Peluang Usaha yang dimiliki *Cirenggo* antara lain :

- a. Potensi Pasar yang Luas Berdasarkan Segmen
- b. Keunikan Kombinasi Produk yang Jarang Ditemukan
- c. Pemasaran Digital yang Dapat Membangun produk

Ancaman merupakan faktor eksternal yang dapat menghambat perkembangan usaha dan berdampak negatif pada operasional serta profitabilitas (Pratikno, 2022). Meskipun tidak bisa dikendalikan secara langsung, ancaman ini bisa diminimalkan dengan langkah antisipatif yang tepat.

Ancaman yang Dihadapi Usaha *Cirenggo* antara lain :

- a. Keterbatasan dalam Pemeliharaan Kualitas dan Kesegaran
- b. Perubahan Tren Konsumsi yang Tidak Terduga
- c. Persaingan yang Tidak Hanya Dari Produk Serupa

2.3 Analisis Kekuatan dan Kelemahan

Menurut Suhartanto (2021), kekuatan menjadi fondasi penting untuk membangun citra merek dan mempertahankan pangsa pasar. Kekuatan yang dimiliki Usaha *Cirenggo* dengan Saus Coklat, BBQ, dan Kacang antara lain:

- a. Nama produk *Cirenggo* mudah diingat dan memiliki nuansa lokal yang akrab, membuatnya mudah dikenali oleh masyarakat sekitar.
- b. Menawarkan tiga varian saus yang sesuai dengan selera beragam: saus coklat lembut yang cocok untuk pecinta manis, saus BBQ gurih pedas yang hits di kalangan muda, dan saus kacang khas yang menjadi favorit banyak orang.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- c. Proses pembuatan cireng menggunakan resep tradisional yang dimodifikasi agar teksturnya lebih kriuk dan tidak mudah lembek, dengan ukuran yang pas untuk disantap dengan praktis.
- d. Setiap saus dibuat secara homemade dengan bahan baku pilihan, sehingga rasa lebih autentik dibandingkan saus kemasan yang banyak digunakan oleh pesaing.

Menurut Pratikno (2022), kelemahan perlu diidentifikasi dan diperbaiki agar usaha dapat tumbuh dengan optimal. Kelemahan yang dimiliki Usaha *Cirenggo* antara lain:

- a. Lokasi penjualan belum memiliki titik tetap yang permanen, sehingga pelanggan sering kesulitan menemukan usaha jika ada perubahan tempat penjualan.
- b. Strategi pemasaran masih terbatas pada promosi lisan dan postingan sederhana di Instagram belum ada kolaborasi dengan pihak lain atau konten kreatif yang bisa meningkatkan jangkauan lebih luas.
- c. Jam operasional hanya berjalan dari pukul 13.00 hingga 21.00, sehingga tidak bisa menjawab permintaan konsumen yang ingin membeli di pagi hari atau setelah jam 21.00.
- d. Peralatan produksi masih berskala kecil, sehingga ketika ada pesanan besar untuk acara atau hajatan, seringkali tidak bisa memenuhi dalam waktu yang singkat.
- e. Belum menangani pemesanan daring dan antar, sehingga terkadang terjadi keterlambatan dalam pengiriman atau kesalahan dalam pesanan.

Tabel 2. 1 Berdasarkan Analisis SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal	Kekuatan (s)	Kelemahan (w)
Peluang (o)	Strategi SO (manfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang) Nama "Cirenggo" yang akrab dan saus buatan sendiri	Strategi WO (atasi kelemahan dan manfaatkan peluang) Menanggulangi lokasi yang tidak tetap dan promosi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	dengan rasa otentik digunakan sebagai daya tarik utama, dengan membuat konten menarik di media sosial dapat memperluas jangkauan pasar.	terbatas dengan bermitra dengan kedai lokal serta selebriti makanan daerah, juga mengaktifkan pemesanan online dan layanan antar agar lebih mudah diakses konsumen.
ncaman (T)	Ancaman (T)Strategi ST (manfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman) Cireng dengan tekstur kriuk khas dan resep saus yang telah dimodifikasi dijadikan poin beda dari pesaing, ditambah dengan meluncurkan varian lebih sehat dan melakukan pembelian bahan baku secara berkala untuk mengantisipasi kenaikan harga	Strategi WT (kurangi kelemahan untuk menghindari ancaman) Memperbaiki sistem operasional yang terbatas dengan merancang kemasan produk yang menarik dan mengatur alur pesanan serta produksi yang terstruktur, juga berkoordinasi dengan pemasok lokal untuk menjaga stabilitas biaya dan mutu bahan.

3.1 Eksplorasi Kreavittas

Eksplorasi kreativitas berkaitan dengan produk yang dijual pada usaha Cirenggo, dengan menghadirkan berbagai variasi rasa yang unik dan berbeda dari produk umumnya. Dengan mengikuti perkembangan selera konsumen yang menyukai inovasi rasa, Cirenggo berupaya menghadirkan pilihan saus cocolan yang beragam yaitu saus coklat, saus kacang, dan saus BBQ yang disukai pelanggan karena memiliki cita rasa yang khas dan penyajian yang menarik

1. Manajemen Pemasaran

Menurut Swastha (2008) manajemen pemasaran merupakan suatu proses kegiatan yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha pemasaran agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif dan efisien. Berikut adalah penerapan strategi pemasaran yang diterapkan pada usaha Cirenggo dengan menggunakan konsep Marketing Mix.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

a. *Product*

Cirenggo menawarkan produk olahan pangan berupa cireng yang memiliki keunikan tersendiri.

Yang menjadi daya tarik utama adalah tersedianya varian saus cocolan yaitu saus coklat, saus kacang, dan saus BBQ.

b. *Price*

Harga adalah sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh manfaat dari penggunaan produk atau jasa tersebut.

Tabel 3.1 Daftar Harga Cirenggo

No	Produk	Harga
1	Cireng saus coklat	Rp.10.000
2	Cireng saus kacang	Rp.10.000
3	Cireng saus BBQ	Rp.10.000

c. *Place*

Cirenggo memproduksi produknya di lokasi yang strategis yaitu di daerah Seturan.

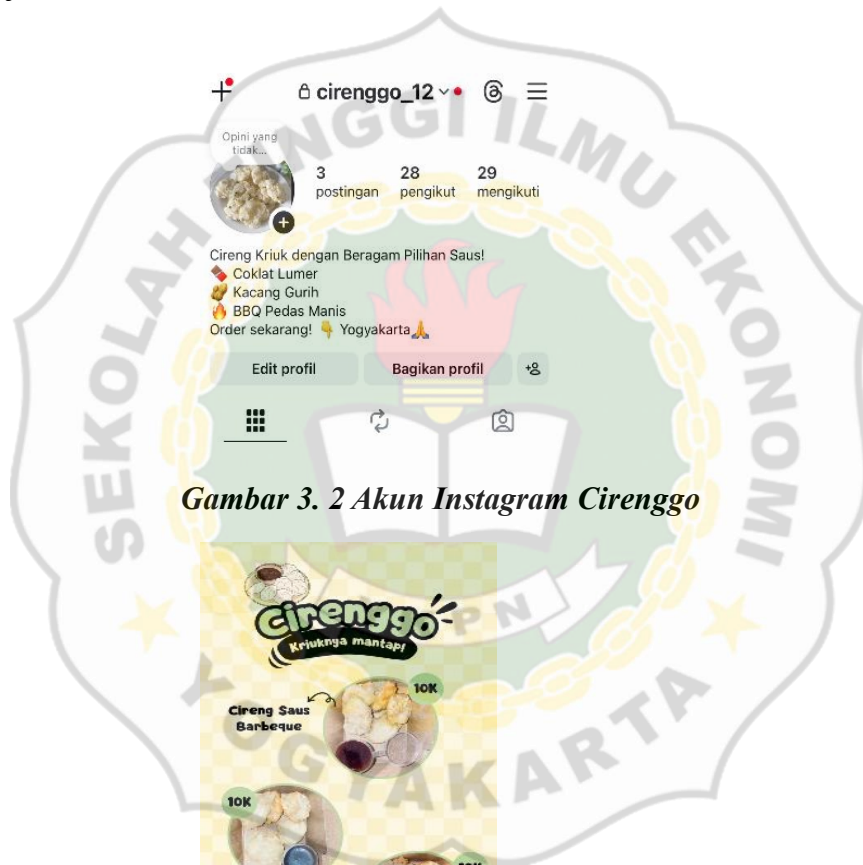


PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Gambar 3. 1 Lokasi Produk Cirenggo

d. *Promotion*

Promosi yang dilakukan oleh Cirenggo meliputi pembuatan konten promosi di media sosial seperti Instagram dan WhatsApp, serta penyediaan daftar menu yang jelas.



Gambar 3. 2 Akun Instagram Cirenggo



Gambar 3. 3 Daftar Menu Cirenggo

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Gambar 3. 4 Promosi Melalui Instagram

2. Manajemen Operasi

Menurut Heizer dan Render (2015), manajemen operasi adalah serangkaian aktivitas yang menciptakan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan cara mengubah input menjadi output.

Manfaat penerapan manajemen operasi pada usaha Cirenggo antara lain:

- a. Meningkatkan efisiensi dalam penggunaan bahan baku, sehingga biaya produksi dapat ditekan seminimal mungkin tanpa mengurangi kualitas hasil akhir.
- b. Menjamin standar kualitas produk yang konsisten, mulai dari tekstur cireng hingga rasa saus, agar konsumen selalu puas dan ingin membeli kembali.
- c. Memperlancar alur proses pembuatan, sehingga pesanan dapat diselesaikan dengan cepat dan tepat waktu sesuai dengan kebutuhan serta permintaan konsumen.

3. Manajemen Sumber Daya Manusia

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut Simamora (2006), manajemen sumber daya manusia adalah pendayagunaan sumber daya manusia yang ada secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Pada usaha Cirenggo, pengelolaan sumber daya manusia dilakukan secara mandiri karena usaha ini dikerjakan dan dikelola oleh satu orang saja tanpa bantuan karyawan atau tenaga lain.



Gambar 3. 5 Proses Pembuatan Cirenggo Secara Mandiri

4. Manajemen Keuangan

Pada usaha Cirenggo, sumber permodalan diperoleh sepenuhnya dari bantuan dan dukungan orang tua. Dana tersebut kemudian dikelola dengan hati-hati.

Berikut adalah langkah-langkah penerapannya:

a. Perencanaan Dana

dana yang diberikan oleh orang tua digunakan secara hati-hati untuk membiayai seluruh kebutuhan usaha.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

b. Pencatatan yang Rapi

Setiap transaksi, baik itu pengeluaran untuk belanja bahan maupun pemasukan dari hasil penjualan, dicatat.

c. Pemisahan Uang Usaha dan Pribadi

Meskipun dikelola sendiri, uang hasil penjualan dipisahkan dengan uang pribadi.

3.2 Manajemen Perubahan dan Inovasi

Penerapan manajemen perubahan dan inovasi pada usaha Cirenggo dilakukan melalui beberapa hal berikut:

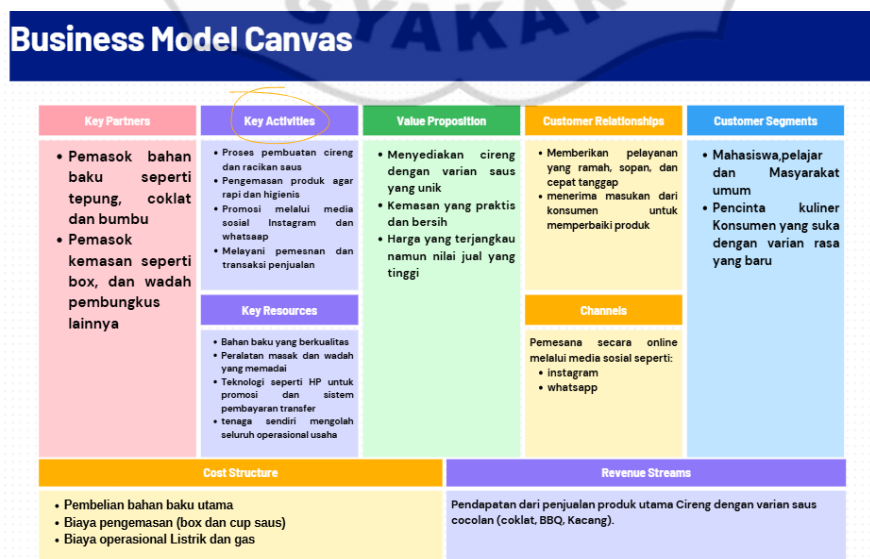
a. Inovasi Produk dan Varian Rasa

Inovasi utama dilakukan pada variasi saus cocolan yang ditawarkan.

b. Pemanfaatan Teknologi Sistem Pembayaran

Untuk memudahkan transaksi dan mengikuti perkembangan zaman, Cirenggo menerapkan sistem pembayaran yang modern dan praktis. Selain tunai, usaha ini juga melayani pembayaran melalui metode transfer bank.

3.3 Business Model Canvas



Gambar 3. 6 Business Model Canvas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 3.2 Struktur Biaya & Aliran Pendapatan

Struktur Biaya	Aliran Pendapatan
a. Bahan baku utama	a. Pendapatan utama dari penjualan
b. Biaya pengemasan (box dan cup saus)	
c. Biaya operasional Listrik dan gas	

4.1 Inovasi Produk

Inovasi dapat diartikan sebagai serangkaian upaya yang dilakukan untuk menciptakan ide baru atau mengembangkan sesuatu yang sudah ada menjadi lebih baik, dengan tujuan untuk menambah nilai jual bagi usaha yang dijalankan

Cirenggo melakukan pengembangan produk yang cukup berbeda dibandingkan produk sejenis yang ada di pasaran. Pada umumnya, cireng dikenal sebagai camilan gurih yang biasa disajikan dengan sambal atau bumbu rujak yang pedas. Berbeda dengan kebiasaan tersebut, Cirenggo menghadirkan inovasi rasa melalui variasi sausnya. Tersedia saus coklat yang memberikan sensasi rasa manis dan legit, saus kacang dengan cita rasa tradisional yang kental dan gurih, serta saus BBQ yang memiliki rasa lezat dengan aroma khas yang kuat

4.2 Manajemen Pemasaran

Platform yang digunakan Cirenggo untuk promosi meliputi WhatsApp dan Instagram.

Penggunaan WhatsApp biasanya dimanfaatkan untuk berinteraksi secara lebih dekat, melayani pemesanan secara langsung, serta membagikan informasi terbaru lewat fitur status yang bisa dilihat oleh kontak yang tersimpan. Sementara itu, Instagram digunakan untuk menampilkan visual produk yang menarik, memberikan penjelasan lebih rinci mengenai keunggulan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

produk,serta membangun citra usaha agar semakin dikenal luas oleh Masyarakat



Gambar 4. 1 Cara Pemasaran Cirenggo

4.3 Manajemen Produksi

dalam pelaksanaannya, terdapat sejumlah kendala teknis dalam proses produksi yang perlu diperhatikan dan dicari solusinya agar kualitas produk tetap terjaga dan operasional berjalan efisien. Berikut adalah rincian kendala yang dihadapi serta upaya penyelesaian yang dilakukan:

- Adonan cireng memiliki sifat jika didiamkan terlalu lama, teksturnya akan berubah dan menjadi kurang baik untuk diolah Kembali.
- Karakteristik cireng yang mudah berubah tekstur menjadi tidak renyah atau lembek jika tidak segera dimakan setelah dimasak. Untuk mengatasinya, produk hanya akan digoreng setelah pesanan diterima dan dikemas menggunakan wadah yang memiliki sirkulasi udara yang cukup.
- Proses penggorengan yang belum konsisten seringkali menghasilkan produk yang kurang sempurna

4.4 Manajemen Sumber Daya Manusia

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Cirenggo merupakan usaha yang dikelola secara mandiri tanpa adanya karyawan, maka penerapan manajemen sumber daya manusia difokuskan pada pengembangan diri pemilik usaha itu sendiri, yang dibagi menjadi tiga tahapan pelatihan dan pengembangan sebagai berikut:

1. *Pelatihan Pra-Kegiatan Usaha*, yaitu serangkaian pembekalan dan pembelajaran yang dilakukan sebelum usaha mulai dijalankan dan produk diperkenalkan ke pasar.

Langkah-langkah yang dilakukan meliputi:

- a) Melakukan pembelajaran mendalam mengenai seluruh produk yang akan dijual,
 - b) Memahami secara lengkap seluruh aspek operasional usaha, mulai dari menentukan jam berapa kegiatan usaha dimulai dan berakhir.
 - c) Membangun pemahaman mengenai cara menciptakan suasana kerja yang nyaman dan disiplin diri.
2. *Pelatihan Saat Menjalankan Usaha*, yaitu proses peningkatan kemampuan dan penyempurnaan keterampilan yang dilakukan secara terus-menerus selama usaha berjalan.

Penerapan yang dilakukan meliputi:

- a) Melatih dan membiasakan diri berkomunikasi serta melayani konsumen dengan sopan, ramah, dan menyenangkan.
- b) Melatih kepekaan diri dalam memantau persediaan bahan baku, mulai dari mengetahui kapan stok adonan cireng atau bahan pembuat saus mulai menipis, menyusun daftar kebutuhan belanja,
- c) Menyempurnakan keterampilan teknis di bidang pengolahan makanan, seperti teknik pembentukan adonan cireng agar ukurannya seragam.
- d) Membiasakan diri menerapkan standar kebersihan yang ketat di setiap tahapan pekerjaan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. *Pelatihan dan Pengembangan Pasca-Kegiatan*, yaitu kegiatan evaluasi diri dan peningkatan wawasan yang dilakukan setelah proses pelayanan selesai atau pada waktu luang.

4.5 Manajemen Keuangan

Tabel 4.1 Pengeluaran Pembelian Bulan Maret

No	Nama Bahan Baku / Komponen	Merek	Jumlah Pembelian	Harga Satuan	Total Harga (Rp)
1	Tepung Tapioka	Rose Brand	1 kg	Rp14.000 / kg	14.000
2	Tepung Terigu	Segitiga	1 kg	Rp13.000 / kg	13.000
3	Garam	Refina	1 bungkus	Rp2.000 / bks	2.000
4	Penyedap Rasa	Royco	1 bungkus	Rp5.000 / bks	5.000
5	Bawang Bubuk	Desaku	5 bungkus	Rp1.500 / bks	7.500
6	Minyak Goreng	Kunci Mas	1 botol (200ml)	Rp8.000 / btl	8.000
7	Cokelat Batang	Chocce	1 bungkus (250g)	Rp13.000 / bks	13.000
8	Margarin	Palmia	1 bungkus (200g)	Rp8.000 / 200g	8.000
9	Saus Tomat	Delmonte	1 pack (100g)	Rp5.000 / 200g +4	5.000
10	Saus BBQ	Delmonte	1 bungkus (250g)	Rp11.000 / 250g +4	11.000
11	Kecap	ABC	1 botol (100ml)	Rp10.000 / btl +4	10.000
12	Kacang	-	1 pack (100g)	Rp5.000 / 200g	5.000
13	Saus Cabai	Lombok	1 pack (500g)	Rp5.000 / 500g	5.000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

14	Cup Sauce 35ml	-	1 Pack (isi 20 pcs)	Rp5.000 / 20pcs	5.000
15	Lunch Box Paper	-	1 Pack (isi 20 pcs)	Rp7.000 / 20pcs	7.000
16	Operasional (Gas & Alat)	Kompor & Gas		Rp15.000	15.000
	TOTAL BELANJA BULAN MARET				Rp133.500

Biaya yang dikeluarkan untuk awal memulai usaha bisnis Cirenggo Adalah Rp. 133.500

Tabel 4.2 Total Penjualan Bulan Maret

Bulan	Varian Rasa Saus	Jumlah Pesanan	Total Omzet (Rp)
maret	Kacang	2 Box	Rp.20.000
	coklat	1 Box	Rp 10.000
	bbq	1 box	Rp. 10.000
	kacang	1 box	Rp 10.000
TOTAL		5BOX	Rp.50.000

Pada bulan pertama beroperasi Cirenggo baru mencapai penjualan sebanyak 5 box, produk ini masih belum banyak dikenal oleh Masyarakat sekitar.

Tabel 4.3 Pengeluaran Pembelian Bulan April

No	Nama Bahan Baku / Komponen	Merek	Jumlah Pembelian	Harga Satuan	Total Harga (Rp)
1	Kacang		100 gram	Rp5.000 / bks	5.000
2	Bawang Putih Bubuk (Saus)	Desaku	1 bungkus	Rp1.500 / bks	1.500
3	Operasional (Gas & Alat)	Kompor & Gas	Per hari pesanan aktif	Rp15.000	15.000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

TOTAL BELANJA BULAN APRIL				Rp21.500
---------------------------	--	--	--	----------

Total belanja pada bulan April Adalah sebesar Rp. 21.500

Tabel 4.4 Penjualan Bulan April

Bulan	Varian Rasa Saus	Jumlah Pesanan	Total Omzet (Rp)
April	Bbq	4 Box	Rp 40.000
	Cokelat	3 Box	Rp 30.000
	Kacang	1 Box	Rp 10.000
TOTAL		8 box	Rp 80.000

Pada penjualan di bulan Mei naik menjadi 8 box, yang dimana terjadi peningkatan sebesar 3 box atau 60% dibanding bulan sebelumnya dan proses promosi sederhana mulai memberikan hasil. Pendapatan pada bulan April Adalah Rp.80.000

Tabel 4.5 Pengeluaran Bulan Mei

No	Nama Bahan Baku / Komponen	Merek	Jumlah Pembelian di Pasar	Harga Satuan	Total Harga (Rp)
1	Cup Sauce 35ml	-	1 Pack (isi 20 pcs)	Rp5.000 / 20pcs	5.000
2	Lunch Box Paper	-	1 Pack (isi 20 pcs)	Rp7.000 / 20pcs	7.000
3	Operasional (Gas & Alat)	Kompor & Gas		Rp15.000	15.000
4	Bawang Bubuk	Desaku	5 bungkus	Rp1.500 / bks	7.500

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

5	Tepung Tapioka	Rose Brand	1 kg	Rp14.000 / kg	14.000
TOTAL BELANJA BULAN MEI					Rp 48.500

Pada bulai Mei Total belanja sebesar Rp. 48.500

Tabel 4.6 Penjualan Bulan Mei

Bulan	Varian Rasa Saus	Jumlah Pesanan	Total Omzet (Rp)
Mei	Coklat	4 Box	Rp 40.000
	Bbq	4 Box	Rp 40.000
	Kacang	5 box	Rp 50.000
TOTAL			RP 130.000

Memasuki bulan Mei penjualan mengalami peningkatan menjadi 13 box yang dimana naik sebesar 5 box atau sekitar 62,25% dari bulan sebelumnya. Total pendapatan pada bulan Mei Adalah Rp. 130.000

Tabel 4.7 Laporan Laba Rugi Bulan Maret - Mei

Komponen	Nilai (Rupiah)	Keterangan / Rumus
Pendapatan Penjualan	Rp 260.000	Total omzet
Harga Pokok Penjualan (HPP):		

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pembelian Bahan Baku & Kemasan	Rp 158.500	Total biaya produksi cireng & saus
Total HPP	Rp 158.500	
Laba Kotor (Gross Profit)	Rp 101.500	(Pendapatan - Total HPP)
Biaya Operasional:		
Biaya Operasional Usaha	Rp 45.000	Gas dan biaya operasional
Laba Bersih (Net Profit)	Rp 56.500	(Laba Kotor - Total Biaya Operasional)

Tabel 4.8 Rincian Pendapatan, HPP, dan Laba Operasi Bulanan

	Maret	April	Mei
Pendapatan penjualan	Rp.50.000	Rp.80.000	Rp.130.000
HPP	Rp.30.480	Rp.48.768	Rp.79.252
Laba operasi	Rp.10.865	Rp.17.384	Rp.28.251

Harga Jual/Box Cirenggo adalah Rp.10.000

$$\text{HPP per Box} = \frac{\text{Total Pembelian (Biaya Bahan)}}{\text{Jumlah Box Terjual}}$$

$$\text{HPP per Box} = \frac{\text{Rp 158.500}}{26 \text{ Box}} = \text{Rp. 6.096}$$

$$\text{HPP per Butir Cirenggo} = \frac{\text{Rp 6.096}}{5 \text{ butir}} = \text{Rp 1.219}$$

4.6. Manajemen Perubahan dan Inovasi

Manajemen perubahan dan inovasi yang diterapkan oleh Cirenggo dilakukan dengan menghadirkan menu varian rasa yang lebih beragam dan unik, serta peningkatan kualitas produk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

untuk terus menarik minat pelanggan. Salah satu inovasi utamanya adalah pengembangan saus pendamping cireng, yaitu rasa cokelat, kacang, dan BBQ yang dibuat dengan resep dan takaran yang diracik secara khusus agar rasa yang dihasilkan seimbang, pas, dan memiliki ciri khas tersendiri. Setiap jenis saus diolah dengan teknik berbeda; misalnya saus kacang dimasak hingga kental dan gurih, saus cokelat dibuat lembut dan manis pas, sedangkan saus BBQ diracik agar memiliki rasa asam, manis, dan sedikit pedas.

Untuk pengembangan ke depan, Cirenggo merencanakan inovasi berkelanjutan dengan menciptakan variasi rasa baru yang sedang tren dan diminati pasar, seperti rasa keju, pedas manis. Dari segi kemasan.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan usaha produk Cirenggo yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa usaha ini belum mencapai hasil penjualan yang optimal dan masih tergolong rendah. Kondisi ini terjadi karena adanya kelalaian penulis dalam Upaya memperkenalkan produk kepada masyarakat yang mana masih sangat terbatas karena kegiatan promosi yang jarang dilakukan, sehingga masyarakat belum banyak mengenal produk Cirenggo dan jangkauan pasar menjadi kurang luas dan pengelolaan media sosial yang belum maksimal, di mana ada kesalahan strategi dalam mengatur akun Instagram yang dimana seharusnya menjadi sarana promosi utama justru sering diatur dalam mode privat.

5.2 Saran

Berdasarkan kendala dan permasalahan yang ditemukan selama pelaksanaan usaha Cirenggo, Diperlukan perbaikan dalam manajemen keuangan dengan cara mencatat setiap pemasukan dan pengeluaran secara rinci sebelum memulai usaha. Kemudian, kegiatan promosi perlu ditingkatkan dan dilakukan secara rutin, baik melalui penyebaran informasi secara lisan dan pembagian brosur.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2008). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Heizer, Jay & Render, Barry. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keunggulan Bersaing*. (Edisi 9). Jakarta: Salemba Empat.
- Lembaga Penelitian Kuliner Indonesia. (2023). *Kajian Sejarah dan Perkembangan Makanan Tradisional Jawa Barat*. Jakarta: LPKI Press.
- Pratikno, Bambang. (2022). *Manajemen Strategi Bisnis UMKM di Era Digital*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Simamora, Henry. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Edisi 3). Yogyakarta: STIE YKPN.
- Suhartanto, Dwi. (2021). *Pemasaran Pariwisata dan Kuliner: Membangun Citra Merek Lokal*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu. (2008). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi). Yogyakarta: Liberty.

