



NUTRIWAN NUGGET

PT. NUTRIKENCANA

PLOSO, KEDIRI 64162

081 809 324 064

Proposal BISNIS

NUTRIWAN NUGGET

OLAHAN DARI BIJI NANGKA DAN TULANG IKAN



BUSINESS PLAN

TIM QUEEN AL FALAH PLOSO

**NUTRIWAN : Inovasi Pangan Berkelanjutan dari Tulang
Lele dan Biji Nangka untuk Mewujudkan SDGs dan
Kemandirian Santri**



Anggota Kelompok

1. Muhammad Ghazii Dzikra Ichwanto
2. Muhammad Zulyaden Pasha
3. Muhamad Richo Romadhan

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dalam era modern ini, tantangan global seperti ketahanan pangan, pengangguran, dan pengolahan limbah menjadi isu yang semakin mendesak untuk diatasi. Berdasarkan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya pada point SDG 2 (*Zero Hunger*), SDG 8 (*Decent Work and Economic Growth*) dan SDG 12 (*Responsible Consumption and Production*) dibutuhkan inovasi dalam sektor pangan yang tidak hanya meningkatkan nilai gizi tetapi juga memperdayakan masyarakat, termasuk kalangan santri sebagai agen perubahan. Pemanfaatan bahan baku lokal ini tidak hanya membantu mengurangi limbah organik dari hasil perikanan dan buah-buahan, tetapi juga menciptakan peluang wirausaha santri di lingkungan pesantren. Dengan mengembangkan produk NUTRIWAN, santri dapat belajar tentang produksi pangan berkelanjutan, manajemen usaha, dan kewirausahaan sosial yang selaras dengan prinsip *halalan thayyiban*.

Dari hal tersebut kami membuat inovasi untuk meningkatkan ekonomi dengan adanya produk halal yang ada di Kediri. Kami melihat sumber daya alam yang kaya di daerah Kediri salah satunya buah nangka dan ikan lele. Biji nangka mengandung protein sekitar 10-18%, karbohidrat, pati resisten serat, serta mineral penting seperti kalsium, magnesium, dan fosfor dari setiap berat kering biji nangka. Tulang lele yang banyak dibuang karena dianggap sebagai limbah ternyata mengandung kalsium yang mencapai sekitar 8.400 mg dalam 100 gram tepung tulang ikan lele. Selain itu, Bayam juga memiliki kandungan berbagai nutrisi penting, seperti protein 2,9g, zat besi 2,7 mg, vitamin C 28 mg, kalsium 99mg, serta serat 2,2 g per 100 gram bayam segar. Nutrisi yang terkandung pada bayam ini menjadikan bayam sangat ideal untuk di jadikan olahan makanan.

Bagi penderita diabetes, gluten yang terkandung dalam tepung terigu dapat berisiko meningkatkan gula darah. Alternatif yang bisa dipilih untuk mengatasi hal tersebut dapat menggunakan olahan makanan yang berbahan dari tepung biji nangka. Tepung biji nangka mengandung protein 10-18g dan serat 5-8 g per 100 gram. Sedangkan tepung terigu hanya memiliki protein 10-13g dan serat 2-3 g per 100 gram. Keunggulan lain yang dimiliki oleh biji nangka ialah biji nangka bebas dari gluten yang dapat mengurangi risiko meningkatnya gula darah. Nangka banyak diolah menjadi berbagai macam makanan ringan, minuman, bahkan di gunakan sebagai sayur untuk pelengkap makanan pokok. beberapa olahan dari biji nangka antara lain ialah gudeg, sayur lodeh nangka, keripik nangka, manisan nangka, dan es nangka susu. Sementara lele banyak diolah sebagai lauk pauk utama seperti abon lele, mangut lele, dan pecel

alele. Namun seringkali tulang ikan lele dan biji nanangka dibuang sebagai limbah, padahal keduanya memiliki kandungan gizi yang sangat melimpah.

Melihat permasalahan tersebut, kami melihat sebuah peluang usaha dengan pasar yang luas dalam menciptakan brand untuk dapat menjadi solusi pada permasalahan limbah yang mengandung potensi gizi melimpah, menciptakan makanan bergizi tinggi, menarik, trend, dan dapat dikonsumsi oleh semua kalangan. Solusi inovatif tersebut kami tauangkan dalam NUTRIWAN, sebagai perusahaan yang berorientasi pada makanan halal. Salah satu produk yang dihasilkan oleh industri NUTRIKENCANA yaitu, produk NUTRIWAN (nugget berbahan dasar tepung biji nanangka, tepung tulang ikan lele,) **Kami yakin dengan adanya produk NUTRIWAN; Inovasi Pangan Berkelanjutan dari Tulang Lele dan Biji Nangka dapat Mewujudkan SDGs dan Kemandirian Santri**

B. Visi dan Misi

Visi:

Menjadi perusahaan yang menciptakan produk pangan halal berbahan limbah organik yang bergizi tinggi sehingga dapat menjadi produk unggulan dan meningkatkan perekonomian masyarakat Kediri

Misi:

- a) Memperkenalkan NUTRIWAN ke pasar
- b) Menjaga kebersihan dan kualitas produk mulai dari proses produksi hingga distribusi ke konsumen
- c) Melengkapi dokumen persyaratan sebagai pemenuhan legalitas
- d) Mengolah limbah biji nanangka dan tulang ikan lele menjadi produk unggulan di Kediri.
- e) Selalu berinovasi dalam mengembangkan teknologi pengolahan agar tidak merusak nutrisi dalam setiap produk kami

C. Prototype Bisnis

NUTRIWAN merupakan salah satu produk olahan pangan berbasis inovasi limbah bernutrisi tinggi yang menggunakan tepung biji nanangka, tepung tulang ikan. Produk ini diolah menjadi nugget sehat tanpa tambahan pengawet, pewarna buatan, maupun MSG, menggunakan metode produksi higienis dan standar mutu tinggi. Pada awal pembukaan usaha kami pasarkan melalui kantin di sekolah dan pondok pesantren. Untuk memperluas peredaran dan meningkatkan penjualan kami akan berinovasi untuk membuat *frozen food*. Dalam pemasaran online, semua layanan pemesanan dan marketing dilakukan menggunakan media sosial. Untuk kemasan frozen food kami kemas dengan kemasan 300g dengan isi 25 pcs dalam setiap kemasannya

NUTRIWAN

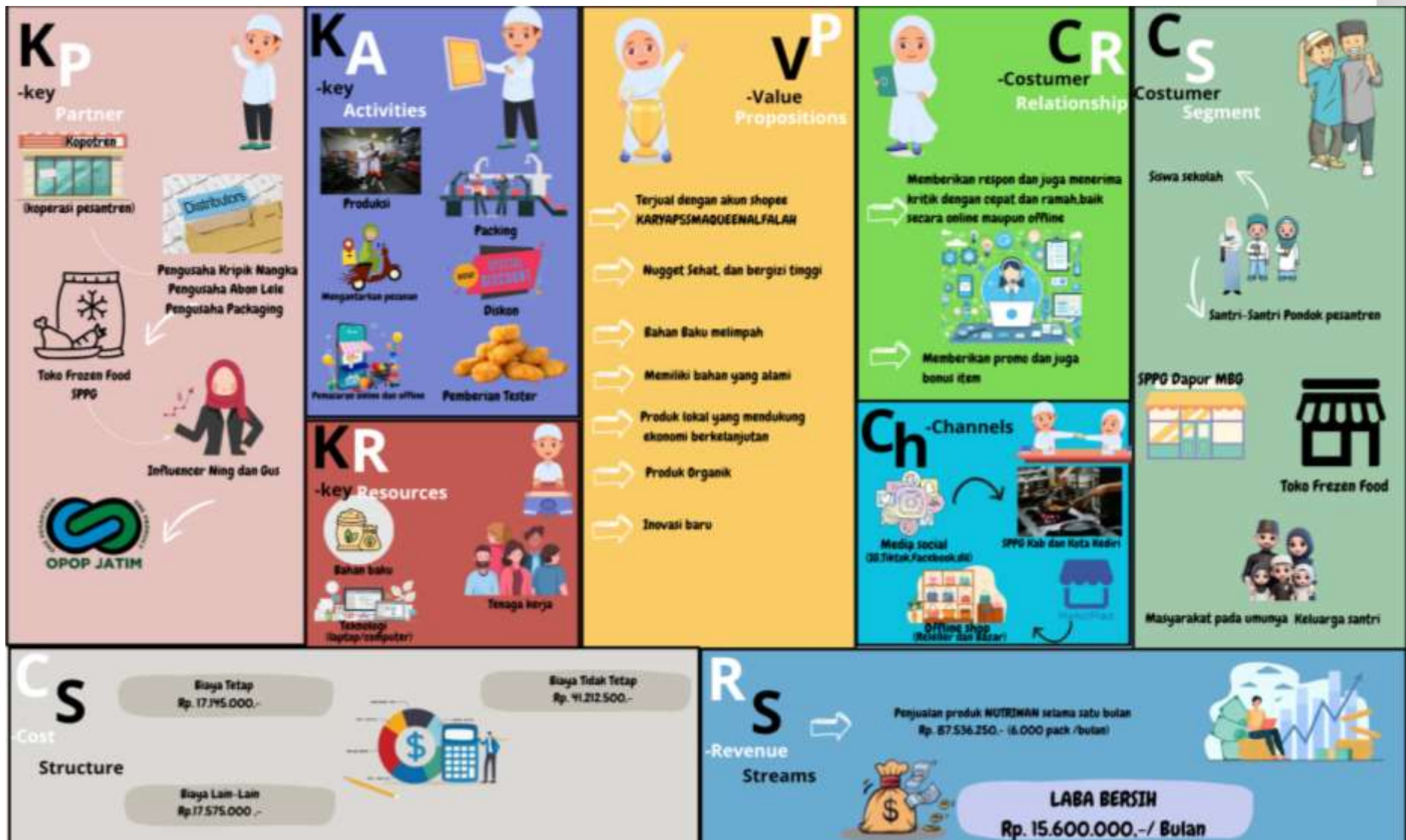


Kata “Nutri” berasal dari kata *nutrition* (gizi) melambangkan kesehatan, kekuatan dan keseimbangan hidup, sedangkan “Wan” terinspirasi dari kata awan (tinggi, luas, dan menyeluruh), serta kata santriwan yang mencerminkan kemandirian dan keilmuan santri. Sehingga dari makna filosofisnya “NUTRIWAN” melambangkan cita-cita menghadirkan pangan bergizi tinggi hasil inovasi santri untuk membangun bangsa yang sehat, mandiri, dan berdaya saing tanpa meninggalkan nilai-nilai syariah dan keberlanjutan lingkungan

NUTRI KENCANA



Kata “Nutri” berarti gizi dan “Kencana” berarti emas atau kemuliaan. Secara filosofis, NUTRIKENCANA berarti “Gizi yang Mulia” menggambarkan cita-cita untuk menghadirkan pangan bergizi tinggi, bernilai ekonomi, dan bernilai ibadah. Makna filosofisnya lahir dari pesantren, tumbuh dengan semangat keberlanjutan dan berkiprah untuk mencetak generasi emas yang sehat jasmani, rohani, serta mandiri ekonomi



BAB II

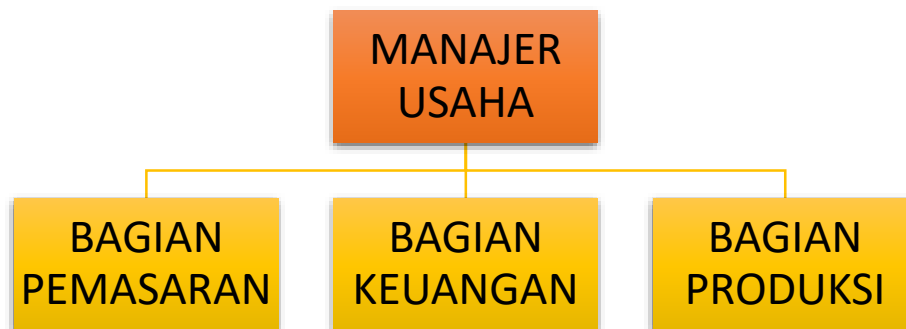
ASPEK PERENCANAAN

A. Rencana Operasional Usaha

1. Struktur Organisasi NUTRIWAN

Sumber daya manusia dalam perusahaan sangatlah penting untuk proses atau keberlangsungan perusahaan. Dalam usaha NUTRIWAN ini mulai dari produksi hingga pengembangan usaha dilakukan oleh mahasiswa sendiri. Hal ini dilakukan untuk pengimplementasian dari ilmu yang telah didapat selama pembelajaran secara formal. Dengan adanya pendampingan dari orang yang lebih berpengalaman dalam bidang wirausaha. NUTRIWAN ini di kelola 4 orang yang terdiri dari 1 manajer usaha, 1 orang sebagai penanggung jawab produksi, 1 orang sebagai penanggung jawab pemasaran, serta 1 orang sebagai penanggung jawab bagian keuangan.

Struktur operasinya NUTRIWAN adalah sebagai berikut:



2. Pembagian *jobdesc*

Adapun pembagian tugas di masing masing bagiannya, yaitu :

Tabel 1. Struktur Organisasi Perusahaan (4 Posisi)

Bagian	Tugas Utama
Manajer Usaha	- Mengkoordinasi seluruh kegiatan perusahaan - Menentukan kebijakan dan strategi usaha - Mengawasi serta mengevaluasi kinerja tiap bagian - Menjadi pengambil keputusan utama
Penanggung Jawab Produksi	- Mengatur jalannya proses produksi - Menjaga kualitas produk sesuai standar

	- Mengawasi persediaan bahan baku dan peralatan - Melaporkan hasil produksi kepada manajer
Penanggung Jawab Pemasaran	- Menyusun strategi promosi dan penjualan - Menjalin hubungan dengan pelanggan dan mitra usaha - Melakukan riset pasar untuk meningkatkan daya saing - Membuat laporan penjualan kepada manajer
Penanggung Jawab Keuangan	- Mengatur arus kas masuk dan keluar - Membuat laporan keuangan berkala - Menyusun anggaran perusahaan - Mengawasi penggunaan dana agar efisien

3. Analisa Pasar

Dalam memaksimalkan pemasaran bisnis NUTRIWAN, kami menganalisis sasaran pasar untuk produk kami ini. Analisis pasar di lingkungan NUTRIWAN adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Segmentasi Pasar

Segmentasi	Keterangan
Konsumen	Konsumen NUTRIWAN yang menjadi segmentasi adalah Anak-anak sekolah terutama di Kediri, toko frozen food, Anak Kost yang menempuh pendidikan di Kediri, Anak Pondok, SPPG kota dan kabupaten Kediri, dan Masyarakat luas di seluruh Indonesia
Pendapatan	Kondisi ekonomi para konsumen sangat beragam. Mulai dari ekonomi menengah kebawah hingga menengah keatas.
Wilayah	Wilayah yang dijadikan pemasaran adalah seluruh daerah Jawa Timur, terutama Kediri.

4. Target pasar

1) Warga Yayasan Al-Muttaqien

No	Kategori	Jumlah
1	Guru	50
3	Orang Tua	1000
4	Warga yayasan Al-Muttaqien	1000
Total		2050

2) SPPG Daerah Kediri

No	Kategori	Jumlah	Total
1	SPPG PELAS KRAS	1	200
2	SPPG BANYAKAN	1	200
3	SPPG BANJARAN	1	200
4	SPPG KAWI	1	200
5	SPPG PAPAR	1	200
6	SPPG DHOHO	1	200
7	SPPG DAPUR GROMPOL	1	200
8	SPPG WONOSARI	1	200
9	SPPG KEPUHREJO	1	200
10	SPPG SELONDONO	1	200
11	SPPG YPI SUNAN AMPEL	1	200
12	SPPG KUNJANG	1	200
13	SPPG PETUK WONOREJO	1	200
14	SPPG MOJOROTO	1	200
15	SPPG KAYEN KIDUL	1	200
16	SPPG DHOHO BANDAR KIDUL	1	200
Total		16	3200

3) Toko *frozen food* Daerah Kediri

No	Kategori	Jumlah	Sirkulasi P
1	Markaz Frozen	1	50
2	Toko Lepi lepi Nuget Sosis	1	50
3	NR frozen	1	50
4	Ocha Frozen Food	1	50
5	Sosis lestari frozen food	1	50
6	Rumah sosis	1	50
7	Banaran Frozen Food	1	50
8	Barokah frozen food	1	50
9	Golden frozen food	1	50
10	Keisya frozen food	1	50
11	lasasa frozen food	1	50

12	Elsha Frozen food	1	50
13	Dunia sosis	1	50
14	Arsyad Frozen Food	1	50
15	Dons meat gudang frozen kediri	1	50
	Total	15	750

Proses Pengirim Jika dari Kosumen secara Langsung



Bagan Mitra PT Nutrikencana



5. Strategi Pricing Penjualan dan Pemasaran

Strategi Pricing yang kami gunakan ada dua yaitu Cost-Plus Pricing Method dan Price Sensitivity Meter (PSM). Cost-Pricing Method yaitu penetapan harga jual per-unit berdasarkan jumlah biaya per-unit ditambah jumlah tertentu sebagai laba atau margin ($\text{harga jual} = \text{biaya total} + \text{laba}$). Sedangkan untuk Price Sensitivity Meter (PSM) yakni strategi penetapan harga yang dilakukan dengan tujuan untuk melakukan pendekatan terhadap kebutuhan permintaan konsumen. Sehingga ditetapkan harga jual dengan didasari persepsi konsumen terhadap nilai/value produk yang diterima, apakah sebanding atau tidak. Adapun rencana pemasaran yang akan dilakukan sebagai berikut :

No	Media	Jangka Waktu	Rincian
1	Media Sosial (Facebook, Instagram, whatsapp)	Setiap hari	Membuat akun media sosial yang digunakan sebagai media promosi produk.
2	Pengajuan MoU dengan rumah produksi pengolahan nangka dan rumah produksi abon lele	sesuai kontrak	Melakukan perjanjian kerjasama dengan rumah produksi pengolahahn nangka
3	Poster dan pamflet	Sebulan sekali	Membuat poster dan pamfletlet di lingkungan pondok pesantren yang tidak bisa mengakses media sosial.

6. Business competitor

Competitor yang ada dipasaran sementara ini untuk produk NUTRIWAN saat ini masih belum ada competitor yang sejenis, hanya semua nugget pada umumnya

7. Kelebihan Bisnis

Ada 5 kelebihan bisnis yang kami tawarkan dibandingkan dengan competitor,
antara lain :

✓ **Berkelanjutan**

Menggunakan limbah tulang ikan dan hasil samping pertanian lokal

🍷 **Bergizi Tinggi**

Kaya protein, kalsium, dan serat untuk mencegah stunting

🌱 **Ramah Lingkungan**

Mendukung prinsip *zero waste* dan *green economy*

👤 **Pemberdayaan Santri**

Diproduksi dalam lingkungan pesantren untuk melatih kewirausahaan santri

📦 **Kemasan Modern dan Praktis**

Dikemas dalam ukuran 300 Gram dengan kemasan menarik dan aman .

B. Analisis SWOT

Strengths

- **Inovasi unik dan Berkelanjutan**, menggunakan bahan lokal seperti tulang ikan lele dan biji nangka yang terbuang sehingga bernilai tambah tinggi dan ramah lingkungan
- **kandungan gizi yang tinggi**, produk kaya protein, kalsium, dan serat alami relevan untuk mencegah stunting terutama pada anak dan santri
- **produksi berbasis pesantren**, memberi citra positif dan nilai sosial tinggi karena mendukung serta pemberdayaan ekonomi umat
- **harga kompetitif dan mudah di dapat**, tulang ikan lele dan biji nangka murah dan melimpah sehingga biayanya rendah
- **citra produk halal dan sehat**, diproduksi dengan prinsip syariah dan tanpa bahan pengawet, sehingga menarik pasar

Weakness

- **Kesadaran pasar masih rendah**, produk yang berbahan limbah ikan seperti tulang lele bisa menimbulkan persepsi negatif pada konsumen baru
- **kapasitas produksi terbatas**, karena masih berbasis pesantren, tergantung pada alat semi-manual dan tenaga santri terbatas
- **Kesadaran modal dan distribusi**, pengembangan pasar dan promosi masih bergantung pada dukungan lembaga dan mitra eksternal
- **Daya tahan produk relatif masih pendek**, tanpa bahan pengawet sintesis, produk perlu freezer yang dapat menambah biaya logistik

Opportunities

- **Adanya tren makanan sehat dan ramah lingkungan**
- **Program nasional penanganan stunting**, Pemerintah menargetkan penurunan stunting menjadi rendah dengan membuka peluang kemitraan dengan dinas kesehatan dan pesantren
- **Pasar halal dan UMKM syariah yang berkembang pesat**, Indonesia memiliki potensi besar dalam ekonomi halal yang terus tumbuh setiap tahun
- **Potensi ekspor produk olahan ikan**, produk berbasis ikan Indonesia digemari di pasar luar negeri, terutama jika dikemas dengan nilai inovatif dan bergizi
- **Dukungan Program SDGs dan kewirausahaan santri**, banyak lembaga pemerintah dan donor mendukung inisiatif sosial berbasis pesantren

Threats

- **Persaingan dengan merek besar**
- **Fluktuasi harga bahan baku dan energi**
- **kendala perizinan dan standar mutu**
- **Perubahan selera konsumen**, konsumen urban lebih memilih produk siap saji dibanding produk lokal berbasis edukasi gizi
- **Ketergantungan pada dukungan lembaga pesantren**, jika dukungan SDM santri menurun, produksi bisa terhambat

C. Marketing Mix

Product

- produk yang di tawarkan adalah makanan bernutrisi yang diinovasi dari biji nangka dan tulang ikan

Price

- Nutrikencana menetapkan harga yang proporsional dan bersaing. Kami menetapkan produk NUTRIWAN dengan harga Rp.15.000,- per pack

Promotion

- Strategi promosi yang akan dilakukan oleh Nutrikencana adalah:
 - a.Pemberian tester kepada calon customer yang memberi secara langsung dengan syarat atau ketentuan yang berlaku
 - b.Diskon pada jumlah pembelian tertentu
 - c.Melakukan promosi melalui media sosial

Place

- Tempat yang digunakan untuk produksi adalah rumah pemilik yang berlokasi strategis dekat dengan jalan raya.Kami juga mendistribusikan produk ke toko frozen food,kantin pondok, kantin sekolah di Kediri dan masyarakat sekitar

BAB III ASPEK FINANSIAL

A. Kebutuhan Investasi dan Modal Kerja Awal

1. Biaya Tetap

No	Nama Barang	Harga Beli (Rp)	Residu (Rp)	Pemakaian (bln)	Total (Rp)
1	Tabung Gas	150,000	100,000	12	4,167
2	Kompor	600,000	150,000	12	37,500
3	Blender	800,000	250,000	12	37,500
4	Baskom	50,000	-	12	8,333
5	Sendok	50,000	-	12	4,167
6	Spatula	35,000	-	12	2,917
7	Mesin Perekat Plastik	200,000	80,000	12	10,000
8	Cetakan Nugget	160,000	-	12	13,333
9	Oven	3,000,000	200000	12	233,333
10	Frezer	6,000,000	5000000	12	83,333
11	Panci	100,000	-	12	8,333
12	Komputer & HP	6,000,000	2,000,000	12	333,333
Subtotal Biaya Tetap					776,250

2. Biaya Tidak Tetap

No	Nama Bahan/Keperluan	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Tepung Nangka	10 kg	10,000	100,000
2	Tepung Terigu	5 kg	12,000	60,000
3	Tepung Roti	10 kg	15,000	150,000
4	Tulang Ikan Lele	15 kg	10,000	150,000
5	Telur	12 kg	25,000	300,000
6	Daging ikan lele	7,5kg	25,000	187,500
7	Bumbu & Rempah	20 pack	15,000	300,000
8	Minyak Goreng	10 liter	20,000	200,000
9	Gas LPG	2 tabung	20,000	40,000
10	Tepung maizena	3kg	12,000	36,000
11	Plastik Kemasan	250pcs	500	125,000
Subtotal Biaya Tidak Tetap (Dalam Sekali Produksi				1,648,500
Subtotal Biaya Tidak Tetap (Dalam 1 Bulan=25 kali produksi				41,212,500

3. Biaya Lain-lain

No	Keterangan	Kuantitas	Harga Satuan	Per Bulan
1	Gaji Manager	1	Rp2,500,000	Rp2,500,000
2	gaji pegawai	5	Rp1,875,000	Rp9,375,000
jumlah				Rp11,875,000
4	biaya promosi			Rp200,000
5	biaya listrik dan air			Rp700,000
6	biaya transportasi			Rp300,000
7	biaya sewa			Rp500,000
sub total				Rp1,700,000
total				Rp13,575,000

B. Proyeksi Perhitungan Laba Rugi

margin yang diinginkan				
1	total modal			58,357,500
2	produk yang dihasilkan	150.000 pcs	6000 pack	
3	harga pokok	58,357,500	: 6,000	9726.25
4	margin yang diinginkan	50%	* 9726.25	4863.125
5	harga jual	121600	+ 4863.125	14589.375
6	harga pembulatan			15000

NUTRIWAN				
proyeksi perhitungan laba rugi				
bulan				
penjualan			87536250	
beban pokok penjualan			58357500	
laba kotor			29178750	
beban beban				
a. beban promosi		Rp200,000		
b. beban listrik dan air		Rp700,000		
c. beban transportasi		Rp300,000		
d. baban gaji		Rp11,875,000		
e. beban sewa		Rp500,000		
total beban			Rp13,575,000	
laba bersih			Rp15,603,750	

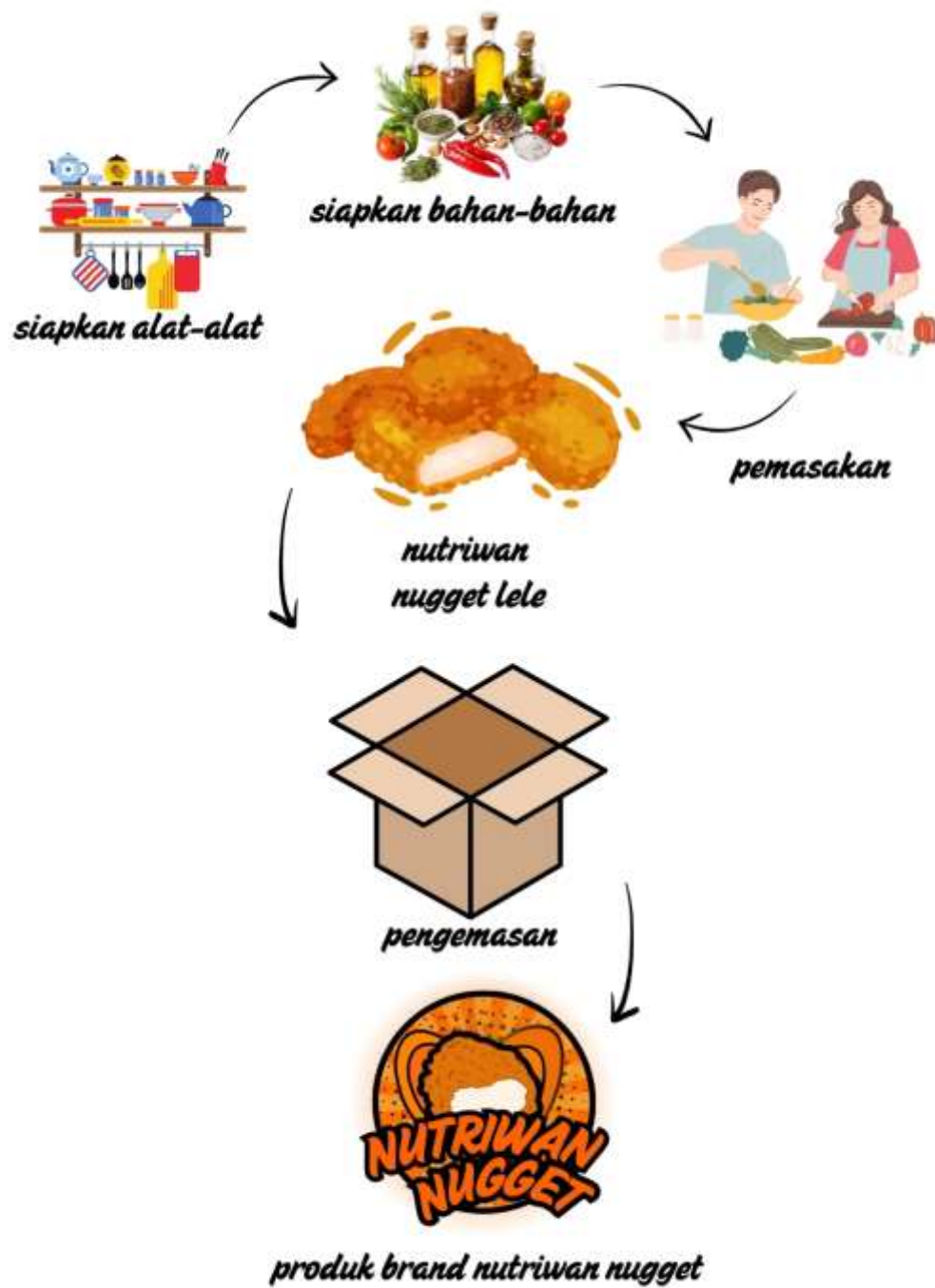
C. PProyeksi Kelayakan Usaha

proyeksi kelayakan usaha

FC=	30,720,000
VC unit=	4,863
P=	15,000

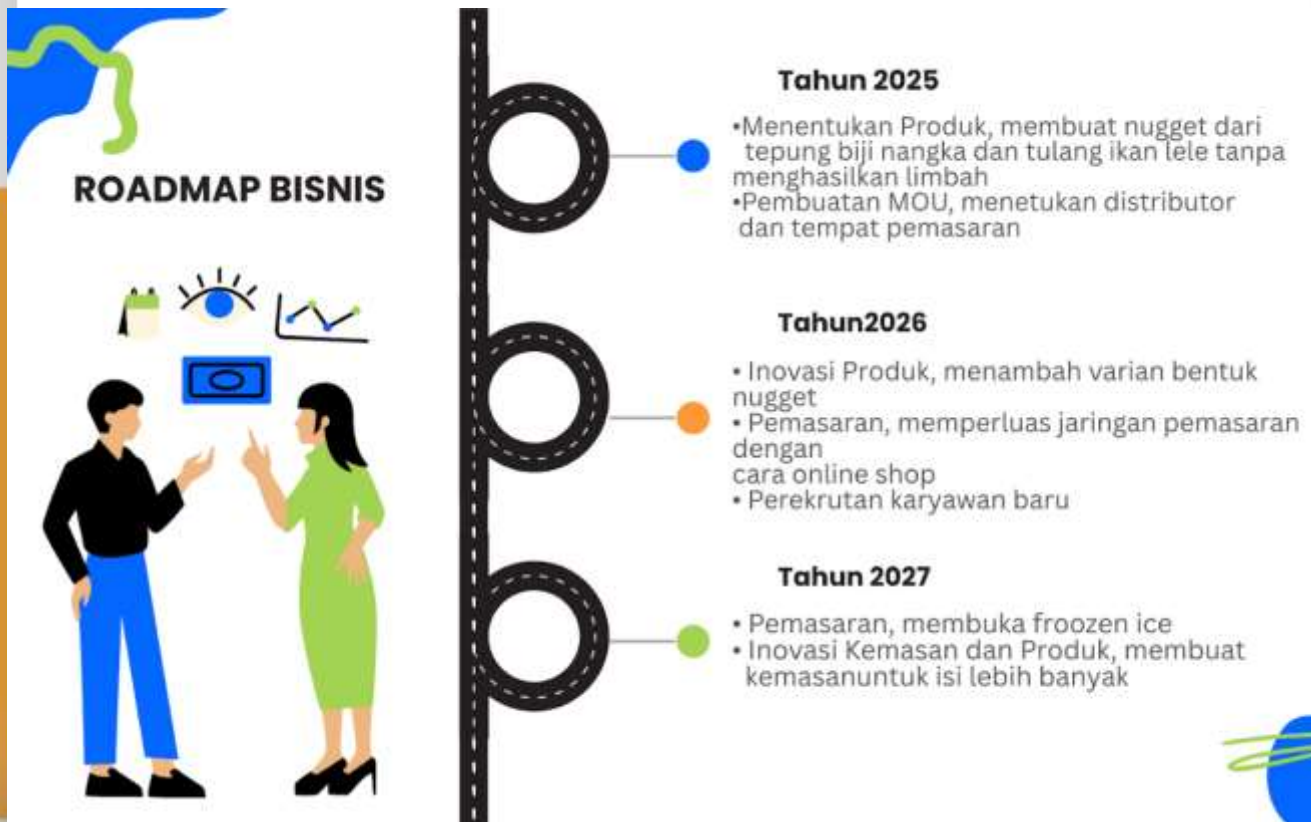
1	BEP produk =	FC	/	(P-VC)
		30,720,000	/	(15000-4,863)
		5,895,000	/	10,137
		581.5473401		=582
2	BEP rupiah =	BEP produk	*	harga jual
		582		15,000
		8730000		

Proses Produksi



BAB IV ROADMAP BISNIS

A. Rincian Roadmap



B. Keymetric

1. key performance indicator bidang produksi

No	Key Performance Indicators	Unit Pengukuran	Target (ilustrasi)
1	Kapasitas produksi per minggu	unit/minggu	360
2	Durasi kerja karyawan	jam/minggu	10
3	% jumlah produksi yang dapat dipenuhi sesuai jadwal	%	50%

2. Key performance indicator bidang keuangan

No	Key Performance Indicators	Unit Pengukuran	Target (ilustrasi)
1	Operating Cost Ratio	%	50%
2	Rata rata cost of fund	%	10%

3. Key Performance Bidang Marketing

No	Key Performance Indicators	Unit Pengukuran	Target (ilustrasi)
----	----------------------------	-----------------	--------------------

1	Skor kepuasan pelanggan (skala 1-5)	angka	5
2	% pertumbuhan penjualan dibanding tahun sebelumnya	%	50%
3	Ketersediaan produk di pasaran	%	100%

LAMPIRAN



