Kegiatan Interaktif

Kelompokkan pernyataan kantin sekolah ke tahap STP yang tepat!

Siswa dengan uang jajan terbatas yang butuh makanan mengenyangkan

Memilih segmen paling potensial yang sesuai kapasitas usaha

Membagi konsumen berdasarkan usia, lokasi, gaya hidup, dan daya beli

Pembeli terdiri dari siswa, guru, dan orang tua yang menunggu

Menentukan posisi produk dibandingkan pesaing: sehat, premium, atau ekonomis

Makanan sehat, mengenyangkan, dan harganya terjangkau di sekolah

SEGMENTING	TARGETING	POSITIONING

LIVEWORKSHEETS

MATERI BAB 2

Value Proposition, Diferensiasi, Lokasi & Persaingan

Value Proposition

Nilai atau keunggulan unik yang ditawarkan produk dibanding pesaing. Bukan sekadar harga termurah, modal awal, atau lokasi, melainkan alasan spesifik konsumen memilihmu: rasa khas, kualitas bahan, kecepatan layanan, atau pengalaman makan yang unik.

Strategi Diferensiasi

Menciptakan keunikan rasa, kemasan, atau pelayanan yang membedakan produk dari kompetitor, bukan menjual produk yang persis sama atau meniru strategi pesaing.

Pemilihan Lokasi

Pertimbangkan tingkat keramaian, aksesibilitas, dan kesesuaian dengan target pasar, bukan sekadar jarak dari rumah pemilik usaha.

Menghadapi Persaingan

Saat muncul kompetitor baru: lakukan inovasi produk, tingkatkan kualitas layanan, dan perkuat branding. Jangan menutup usaha atau mengabaikan kompetitor.

Studi kasus: Katering A memakai harga premium dengan layanan tinggi, katering B memakai harga murah dengan porsi besar pada segmen yang sama. Keduanya bukan pasti gagal atau pasti unggul: strategi positioning berbeda sesuai segmen dan value proposition masing-masing.

LIVEWORKSHEETS

MATERI BAB 2

Struktur Biaya, Food Cost & BEP

Biaya Tetap
Tidak berubah walau volume produksi berubah. Contoh: sewa tempat, gaji tetap, penyusutan peralatan.

Biaya Variabel
Berubah sesuai volume produksi. Contoh: bahan baku dan kemasan.

Food cost adalah persentase biaya bahan baku terhadap harga jual. Contoh: food cost 40% dari harga jual Rp20.000, maka biaya bahan baku = 40% x Rp20.000 = **Rp8.000**.

Rumus Break Even Point (BEP)
BEP (unit) = Biaya Tetap : (Harga Jual per Unit - Biaya Variabel per Unit)
BEP (rupiah) = BEP (unit) x Harga Jual per Unit
BEP: titik saat total pendapatan = total biaya (tidak untung, tidak rugi).

Contoh: kafe
Biaya tetap Rp3.000.000/bulan, biaya variabel Rp5.000/produk, harga jual Rp15.000/produk.
BEP (unit) = 3.000.000 : (15.000 - 5.000) = 300 unit
BEP (rupiah) = 300 x 15.000 = Rp4.500.000 per bulan

LIVEWORKSHEETS

Kegiatan Interaktif

Hitung dan isi jawabanmu!

1. Usaha es teh: biaya tetap Rp1.500.000/bulan, biaya variabel Rp3.000/gelas, harga jual Rp8.000/gelas. Hitung BEP-nya.

BEP (unit) = _____ gelas

BEP (rupiah) = Rp _____

2. Harga jual produk Rp25.000 dengan food cost 40%. Berapa biaya bahan bakunya?

Rp _____

3. Kantin sekolah: biaya tetap Rp2.000.000/bulan, biaya variabel Rp7.000/porsi, harga jual Rp15.000/porsi, buka 25 hari/bulan.

BEP (unit) per bulan: _____ porsi

Target penjualan per hari: _____ porsi

Laba jika terjual 15 porsi/hari: Rp _____

LIVEWORKSHEETS

Kegiatan Interaktif

Lengkapi kalimat berikut!

pendapatan	biaya	tetap	variabel
bahan baku	harga jual	Segmenting	harga termurah

1. BEP adalah titik di mana total [ ] sama dengan total [ ], sehingga usaha tidak untung dan tidak rugi.

2. Biaya [ ] tidak berubah walau produksi berubah (contoh: sewa), sedangkan biaya [ ] berubah sesuai volume (contoh: bahan baku).

3. Food cost adalah persentase biaya [ ] terhadap [ ] produk.

4. Langkah pertama dalam STP adalah [ ].

5. Value proposition bukan sekadar [ ], tetapi alasan spesifik konsumen memilih produk.

LIVEWORKSHEETS

MATERI BAB 3

Faktor Pendukung & Penghambat (SWOT)

Faktor internal berasal dari dalam usaha/pemilik (Strength dan Weakness), sedangkan **faktor eksternal** berasal dari luar usaha (Opportunity dan Threat). Keduanya dipetakan dengan analisis SWOT.

STRENGTH (Kekuatan)

- Kompetensi SDM baik
- Modal cukup
- Motivasi tinggi

WEAKNESS (Kelemahan)

- Kurang kompetensi manajemen keuangan
- Kurang motivasi pemilik

OPPORTUNITY (Peluang)

- Lokasi strategis
- Kemitraan dengan pemasok
- Tren pasar mendukung

THREAT (Ancaman)

- Kenaikan harga bahan baku (inflasi)
- Perubahan kebijakan perizinan
- Munculnya pesaing baru

Strategi Penting

- **Modal terbatas:** susun proposal usaha matang untuk KUR, investor, atau kemitraan.
- **Harga bahan baku naik:** kontrak jangka panjang dengan pemasok + menu alternatif musiman.
- **Tren berubah:** riset pasar berkala, berinovasi, dan adaptif terhadap selera konsumen.

LIVEWORKSHEETS

VIDEO BAB 3

Tonton: Analisis SWOT Usaha Kuliner

HALOO, TEKAN AKU!!!

Analisis SWOT untuk Usaha Kuliner



Setelah menonton, tulis jawabanmu:

1. Sebutkan satu kekuatan dan satu kelemahan usahamu.

2. Sebutkan satu peluang dan satu ancaman di sekitarmu.

3. Bagaimana cara mengubah kelemahan menjadi kekuatan?

LIVEWORKSHEETS

Kegiatan Interaktif

Kelompokkan ke Strength, Weakness, Opportunity, atau Threat!

Kemitraan dengan pemasok	Motivasi tinggi	Harga cabai naik
Kurang kompetensi manajemen keuangan	Peralatan masih terbatas	Koki berpengalaman
Modal usaha cukup	Munculnya pesaing baru	Motivasi pemilik rendah
Perubahan kebijakan perizinan	Banyak perumahan baru dekat lokasi usaha	Tren pasar mendukung

STRENGTH	WEAKNESS

OPPORTUNITY	THREAT

LIVEWORKSHEETS

Kegiatan Interaktif

Tentukan pernyataan Benar atau Salah!

	BENAR	SALAH
1. Kurangnya motivasi pemilik adalah contoh penghambat faktor internal	○	○
2. Lokasi strategis adalah contoh penghambat faktor eksternal	○	○
3. Munculnya pesaing baru adalah contoh pendukung faktor internal	○	○
4. Modal yang cukup adalah contoh pendukung faktor internal	○	○
5. Motivasi tinggi adalah contoh pendukung faktor internal	○	○
6. Usaha bermodal cukup dan lokasi strategis pasti untung walau pemilik tidak bisa mengelola keuangan	○	○

LIVEWORKSHEETS

Kegiatan Interaktif

Cocokkan masalah usaha dengan strategi penyelesaiannya!

Keterbatasan modal	Jejaring kemitraan pemasok, peningkatan kualitas SDM, dan pemasaran digital
Harga bahan baku berfluktuasi	Menyusun proposal usaha matang untuk KUR, investor, atau program kemitraan
Tren pasar berubah	Mengurus SLHS atau PIRT dan sertifikat halal agar klaim terbukti
Persaingan usaha tinggi	Kontrak kerja sama jangka panjang dengan pemasok dan menu alternatif musiman
Klaim higienis tanpa bukti resmi	Riset pasar berkala, berinovasi, dan adaptif terhadap selera konsumen



LIVEWORKSHEETS