



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014



Rencana Bisnis Es Krim Creams & Company di Jakarta

Skripsi

Oleh

Sharahita Dwi Hapsari

2012320193

Bandung

2017

No Kode	: AB HAP r / 17
Tanggal	: 12 Februari 2018
No. Ind.	: 7964 - FISIP / skp 35173
Divisi	:
Hadiah / Beli	:
Dari	: FISIP



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014



Rencana Bisnis Es Krim Creams & Company di Jakarta

Skripsi

Oleh

Sharahita Dwi Hapsari

2012320193

Pembimbing

Dr. Theresia Gunawan, S. Sos., M.M., M.Phil.

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Sarahita Dwi Hapsari
Nomor Pokok : 2012320193
Judul : Rencana Bisnis Es Krim Creams & Company di Jakarta

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 21 Juli 2017
Dan dinyatakan **LULUS**


Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
James Situmorang, Drs., M.M.

: 

Sekretaris
Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

: 

Anggota
Dr. M. Banowati Talim, M. Si.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



PERNYATAAN

Nama : Sharahita Dwi Hapsari
NPM : 2012320193
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul : Rencana Bisnis Es Krim Creams &
Company di Jakarta

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar Akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai kaidah penelitian ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, Juli 2017



Sharahita Dwi Hapsari



ABSTRAK

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Rencana Bisnis Es Krim Creams & Company di Jakarta

Nama : Sharahita Dwi Hapsari

NPM : 2012320193

Jakarta adalah salah satu kota yang menjadi tujuan wisata dan belanja. Ada banyak warga Jakarta maupun pengunjung dari berbagai daerah Indonesia. Hal ini merupakan suatu peluang bagi usaha kecil dan menengah dalam industri makanan dan minuman untuk bertumbuh, termasuk bisnis es krim. Es Krim sudah dikenal baik dan disukai oleh penduduk Jakarta dan dapat dikonsumsi oleh segala usia, dari anak kecil sampai lansia, sehingga dari segi pasar bisnis ini memiliki peluang yang besar.

Ketika akan mendirikan suatu usaha baru, selain pertimbangan dan analisis atas faktor-faktor lingkungan seperti kondisi persaingan, kondisi pasar, lingkungan bisnis, dan risiko yang harus dihadapi, pendiri perusahaan juga perlu memperhatikan kapabilitas sumber daya yang diperlukan seperti keuangan, teknologi, manusia, dan lain-lain serta strategi yang sesuai dengan perusahaan agar usaha tersebut dapat berjalan dengan baik. Hal ini diperlukan untuk memberi langkah-langkah dan panduan yang terstruktur dan jelas untuk implementasi usaha tersebut. Perencanaan seperti ini disebut dengan rencana bisnis (*business plan*).

Penelitian ini akan merumuskan perencanaan bisnis untuk membangun sebuah usaha es krim *fancy* unik berbahan dasar susu organik dengan *cone* donat yang bernama Creams & Company yang akan didirikan di Kota Jakarta. Penyusunan rencana bisnis ini menggunakan metode deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Penelitian kepustakaan dilakukan dengan membaca dan mempelajari literatur yang dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam menyusun rencana bisnis. Penelitian lapangan yang dilakukan melalui observasi dan wawancara. Data yang terkumpul kemudian digunakan sebagai dasar untuk melakukan analisis lingkungan bisnis, analisis *SWOT*, identifikasi risiko bisnis, serta sebagai dasar penyusunan rencana bisnis sehingga dapat memberi kesimpulan dan saran untuk implementasinya. Berdasarkan perencanaan bisnis yang dibuat terlihat bahwa usaha es krim *fancy* unik berbahan dasar susu organik dengan *cone* donat ini layak untuk dijalankan.

Kata kunci: Perencanaan Bisnis, SWOT, Analisis Lingkungan Bisnis, Analisis Kelayakan Bisnis



ABSTRACT

Study Program: Business Administration
Title : Business Plan Ice Creams Business of Creams &
Company in Jakarta
Name : Sharahita Dwi Hapsari
NPM : 2012320193

Jakarta is one of the city that became a tourism and shopping destination. There are domestic tourists from Jakarta as well as visitors from various regions from Indonesia. This condition becomes an opportunity for small and medium food and drink industries to grow, including ice cream industry. Ice cream has been well known by Jakarta's citizen and can be consumed by people of any age, from children to oldster, so that business has a big opportunity from the market side.

To build a new business or company, in addition to consideration and analysis of business environment such as competition, market, other business environment, and risks might be faced, the founders are also should notice the resource capabilities which are needed such as financial resources, technology, human resources, etc. and also the strategy which appropriate with company condition so that business could run well. These considerations are needed to give a structured and clear guidance for the business implementation. This kind of plan is called a business plan.

This research develops (formulates) the business plan to establish the fancy unique ice cream made from organic milk with donut cone business, which is named Creams & Company in the city of Jakarta. This business plan uses descriptive analytic method. The data collection method used is library research and field research. Library research was done by reading and learning literature which could be used as reference to make this business plan. Field research was done by observation and interview. The data gathered was used as a base for analyzing business environment, SWOT, and making business plan, which could give conclusion and recommendation for the implementation. From the business plan which has been made, the fancy unique ice cream made from organic milk with donut cone by Creams & Company is feasible to run and has a good prospect.

Keywords: Business Plan, SWOT, Business Environment Analysis, Business Feasibility Study.



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari bahwa selesainya tugas akhir ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dorongan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis hendak mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang selalu memberi jalan dan kemudahan dalam mengerjakan skripsi ini
2. Orang tua, dan keluarga penulis: almarhum papa, mama, dan ka vora, untuk semua dukungan baik moril dan materil
3. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., M.M., M. Phil. selaku pembimbing yang selalu menyediakan waktu serta memberikan bimbingan dan masukan yang berarti dalam penulisan skripsi ini
4. Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan

5. Dr. Margaretha Banowati Talim selaku Ketua Program Studi
6. Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan
7. Adella Sera Girsang S.H., Chikita Anindya S.AB., Fitria Noviandini S.AB., Nugrahini Husnia Rabbani S.AB., Karmelita Andina S.IP., Vera Veronica S.AB., Gita Puspa Rani S.AB., sahabat-sahabat satu angkatan yang selalu bersama saya selama ini, memberi semangat, membantu pengumpulan data, dan memberi masukan dalam pengerjaan skripsi.
8. Sri Agustina Devianti, Mendy, Vanessa Febriani, Stella Chandra, Gorbinata dan teman-teman seperjuangan skripsi yang telah memberi masukan dan semangat dalam pengerjaan skripsi.
9. Sahabat-sahabat saya dari SMP dan SMA, dan masih bertahan sampai sekarang, Cathrine Simanjutak S.I.Kom., Fanny Febriani S.I.Kom., Bernadeth Brenda S.Psi., Genoveva Priscarini Kharinza, Ryzka Prasetyo, Jill Nathania Pairunan S.Ked., Tesa Hutapea S.Ak., Raymond Adam, Anastasia Yovita S.I.Kom., dan Steven Brethoniere S.E., yang telah menghibur, memberi support dan mendoakan.
10. Bayu Segara Putra S.T., yang selalu menghibur, memberi support dan doa, memberi masukan, serta membantu dalam pengerjaan skripsi.



DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Penelitian	5
1.6 Kerangka Pemikiran	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kuliner.....	11

2.2	Rencana Bisnis	13
2.3	Analisis Lingkungan Bisnis	14
2.3.1	Analisis Lingkungan Eksternal	14
2.3.2	Analisis Lingkungan Internal.....	24
2.4	Analisis SWOT	26
2.5	Strategi Kompetitif Porter	28
2.6	Penyusunan Rencana Bisnis.....	29
2.6.1	Rencana Pemasaran	29
2.6.2	Segmenting, Targeting, Positioning.....	30
2.6.3	Bauran Pemasaran Produk	33
2.6.4	Rencana Operasi	40
2.6.5	Rencana Sumber Daya Manusia	45
2.6.6	Rencana Keuangan.....	46
BAB III METODE PENYUSUNAN RENCANA BISNIS		52
3.1	Metode Penyusunan Rencana Bisnis.....	52
3.1.1	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.1.2	Sistematika Pembahasan Rencana Bisnis	54
3.1.3	Teknik Pengolahan Data.....	56
3.2	Objek Rencana Bisnis	60
3.2.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	60

BAB IV OBJEK RENCANA BISNIS	62
4.1 Deskripsi Perusahaan	62
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	63
4.1.2 Tujuan Perusahaan.....	64
4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	64
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
5.1 Ruang Lingkup dan Tujuan Pembahasan.....	68
5.2 Analisis Perkembangan Pasar Bisnis Es Krim Saat Ini.....	69
5.3 Analisis Lingkungan Eksternal	72
5.3.1 Analisis PEST	72
5.3.2 Analisis Industri.....	75
5.3.3 Analisis Peluang dan Ancaman	83
5.4 Analisis Lingkungan Internal	85
5.4.1 Faktor Kunci Sukses Perusahaan.....	86
5.4.2 Analisis Kekuatan dan Kelemahan	87
5.5 Analisis SWOT	89
5.6 Rencana Bisnis	93
5.6.1 Rencana Pemasaran	93
5.6.2 Segmenting, Targeting, dan Positioning.....	94
5.6.3 Bauran Pemasaran.....	95

5.6.4	Rencana Operasi	101
5.6.5	Rencana Manajemen Sumber Daya Manusia	105
5.6.6	Analisis dan Rencana Keuangan.....	110
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		132
6.1	Kesimpulan.....	132
6.1.1	Faktor Lingkungan Eksternal.....	132
6.1.2	Faktor Lingkungan Internal	134
6.1.3	Perencanaan Bisnis Es Krim Fancy Creams & Company	134
6.2	Saran.....	140
DAFTAR PUSTAKA		142
LAMPIRAN.....		146

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Es Krim Donat	63
Gambar 5.1 Proyeksi Pertumbuhan CAGR Beberapa Jenis Makanan dan Minuman 2013-2017.....	69
Gambar 5.2 Oven Khusus untuk Cone Donat.....	105

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Faktor-faktor yang berpengaruh pada lingkungan eksternal	15
Bagan 2.2 Model Lima Kekuatan Porter	19
Bagan 3.1 Tahapan Penelitian.....	55
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Creams & Company	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 External Factor Analysis Summary (EFAS).....	24
Tabel 2.2 Internal Factor Analysis Summary (IFAS).....	26
Tabel 2.3 Tabel Matriks SWOT.....	28
Tabel 2.4 Porter's Generic Competitive Strategies.....	29
Tabel 5.1 Analisis PEST.....	72
Tabel 5.2 Produk Gelato Ron's Lab.....	77
Tabel 5.3 Produk Ice Cream Wafer Stick Frozen Ben.....	79
Tabel 5.4 External Factor Analysis Summary (EFAS) Creams & Company.....	84
Tabel 5.5 Internal Factor Analysis Summary (IFAS) Creams & Company.....	88
Tabel 5.6 Tabel SWOT Creams & Company.....	89
Tabel 5.7 Analisis Strategi Kompetitif Generik untuk Penentuan Strategi Perusahaan.....	92
Tabel 5.8 Target Volume Penjualan (dalam cone).....	98
Tabel 5.9 Target Penjualan Tahunan Pesimis (dalam Rupiah).....	99
Tabel 5.10 Penjualan Tahunan Paling Memungkinkan (dalam Rupiah).....	99
Tabel 5.11 Target Penjualan Tahunan Optimis (dalam Rupiah).....	100
Tabel 5.12 Deskripsi Pekerjaan SDM Creams & Company.....	107
Tabel 5.13 Persyaratan dan Kriteria Pelamar.....	109
Tabel 5.14 Rencana Gaji Pegawai.....	110
Tabel 5.15 Aset Lancar Creams & Company.....	110

Tabel 5.16 Biaya Perlengkapan Produksi Creams & Company	111
Tabel 5.17 Biaya Tetap Creams & Company	111
Tabel 5.18 Biaya Bahan Baku	113
Tabel 5.19 Rincian Biaya Es Krim Creams & Company	114
Tabel 5.20 Rincian Biaya Es Krim Creams & Company	115
Tabel 5.21 Harga Pokok Penjualan (HPP).....	116
Tabel 5.22 Proforma Laporan Laba Rugi Pesimis.....	117
Tabel 5.23 Proforma Laporan Laba Rugi Paling Memungkinkan.....	117
Tabel 5.24 Proforma Laporan Laba Rugi Optimis	118
Tabel 5.25 Proforma Neraca Pesimis.....	120
Tabel 5.26 Proforma Neraca Paling Memungkinkan	120
Tabel 5.27 Proforma Neraca Optimis	121
Tabel 5.28 Proforma Arus Kas Pesimis.....	122
Tabel 5.29 Proforma Arus Kas Paling Memungkinkan.....	123
Tabel 5.30 Proforma Arus Kas Optimis	123
Tabel 5.31 Periode Pengembalian Pesimis	125
Tabel 5.32 Periode Pengembalian Paling Memungkinkan.....	125
Tabel 5.33 Periode Pengembalian Optimis.....	125
Tabel 5.34 Free Cash Flow Creams & Company	127
Tabel 5.35 NPV Creams & Company.....	127
Tabel 5.36 IRR Creams & Company.....	128
Tabel 5.37 Biaya Variabel	130
Tabel 6.1 Hasil Analisis Kelayakan Bisnis.....	137

Tabel 6.2 Hasil Analisis Proforma Laporan Laba Rugi.....	138
Tabel 6.3 Hasil Analisis Proforma Neraca	139
Tabel 6.4 Hasil Analisis Proforma Arus Kas.....	139



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan manusia terhadap makanan tidak dapat dihindarkan lagi. Kebutuhan akan makanan selalu menjadi kebutuhan prioritas dari semua manusia. Tetapi manusia menginginkan makan makanan yang berbeda setiap harinya, oleh karena itu kita cenderung mencari makanan pengganti lainnya, sebagai pengganti dari makanan pokok, untuk sekedar mencegah kebosanan dari rutinitas makanan yang dimakan setiap hari. Beberapa orang bahkan cenderung mencari makanan pengganti bukan sekedar memenuhi kebutuhan sehari-harinya lagi, melainkan untuk memenuhi perkembangan gaya hidup di masyarakat saat ini, keinginan menunjukkan kelas sosialnya, sebagai ekspresi dari kehidupannya, dan motivasi-motivasi lain yang beragam.

Berbagai macam makanan pengganti sudah banyak ditawarkan dimana-mana. Berdasarkan pengamatan, salah satu makanan pengganti yang saat ini paling banyak peminatnya adalah es krim. Orang menikmati es krim sebagai makanan penutup atau makanan pendamping, dan makanan kecil pada saat lapar dan juga haus di siang atau malam hari, es krim menjadi makanan alternatif yang ada karena sifatnya yang dapat dinikmati sendiri atau dipadukan dengan makanan lainnya. Bahkan kecenderungan orang sekarang membeli es krim bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata, melainkan untuk menunjukkan tingkat

sosialnya. Orang yang memiliki tingkat penghasilan menengah ke atas cenderung membeli es krim di tempat yang menawarkan hidangan es krim yang berkelas pula.

Bisa dilihat ke belakang, perkembangan es krim sebagai makanan memang sudah dikenal oleh banyak orang sejak dulu kala. Contohnya di Jakarta ada toko Ragusa, Baltic Ice Cream, Tjanang, dan lain-lain. Es krim yang ditawarkan pada saat itu merupakan es krim yang sederhana, baik dari bentuk, rasa, ukuran, maupun harganya. Hal ini menyebabkan usaha es krim kurang berkembang. Orang hanya membeli es krim pada saat tertentu saja, karena jenis es krim yang ditawarkan rata-rata hampir sama di tiap penjual, sehingga lama kelamaan menimbulkan kebosanan bagi konsumennya. Di saat usaha es krim seperti jalan di tempat, tiba-tiba bermunculan toko es krim yang menawarkan variasi bentuk dan rasa yang baru dari yang sebelumnya dengan harga yang relatif mahal. Hal ini menyebabkan banyak toko es krim yang tidak mampu bersaing dan akhirnya gulung tikar, atau ada yang masih bertahan sampai sekarang, tetapi hanya sebagai ukuran nostalgia atau kenangan bagi sebagian orang.

Berbada pada saat ini, es krim yang ditawarkan sudah semakin berkelas dan mewah, seperti yang ditawarkan oleh Lin Ice Cream, Shirokuma, dan toko es krim lainnya. Pilihannya sudah beraneka macam baik bentuk, rasa, ukuran, dan cara pengolahannya. Walaupun harga yang ditawarkan jauh lebih mahal dari es krim sebelumnya, tetapi konsumen sekarang cenderung memilih toko es krim tersebut karena konsepnya yang lebih modern dan mengikuti tren. Berawal dari hal tersebut, menyebabkan banyaknya permintaan akan es krim dan penjualan

semakin meningkat dari hari ke harinya. Hal tersebut menyebabkan usaha pembuatan es krim menjamur dimana saja baik usaha skala kecil sampai skala besar. Semuanya menawarkan variasi rasa dan bentuk yang unik. Dan sekarang orang membeli es krim sebagai makanan penutup setelah memakan makanan utama setiap harinya.

Berdasarkan peluang yang ada, maka penulis tertarik untuk membuat rencana bisnis es krim *fancy* berbahan dasar susu organik di kota Jakarta dengan nama Creams & Company. Creams & Company, merupakan bisnis yang akan bergerak di sektor makanan khususnya dalam bidang pembuatan dan penjualan es krim. Produk yang ditawarkan adalah es krim berbahan dasar susu organik dengan varian rasa es krim yang terasa ringan dan juga menggunakan donat sebagai *cone* es krimnya. Creams & Company menawarkan delapan varian rasa, yaitu Vanilla, Chocolate, Strawberry, Mango, Ube, Peach, Salted Caramel, Mint Chocolate Chip. Bisnis ini akan dijalankan oleh pemimpin perusahaannya bersama lima orang pekerja. bisnis ini mampu menjangkau semua lapisan masyarakat, dengan segmen pasar utamanya adalah golongan menengah ke bawah dengan rentang usia 7 – 50 tahun yang menyukai es krim. Secara geografis, mayoritas konsumen toko es krim ini berasal dari daerah Jakarta Selatan, khususnya daerah Sudirman dan sekitarnya, mengingat lokasi toko tersebut terletak di daerah ini. Dari penjabaran di atas, peneliti akan mengkaji lebih lanjut mengenai rencana bisnis es krim Creams & Company.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari apa yang dikemukakan di latar belakang, maka dapat ditentukan rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana situasi faktor lingkungan eksternal dan faktor lingkungan internal dalam penyusunan rencana bisnis es krim *fancy* unik berbahan dasar susu organik dengan *cone* donat?
2. Bagaimana penyusunan rencana bisnis es krim *fancy* unik berbahan dasar susu organik dengan *cone* donat, mulai dari rencana pemasaran, operasional, sumber daya manusia, dan rencana keuangan?
3. Apakah bisnis ini layak dilaksanakan mempertimbangkan kelayakan investasi baik dari nilai *BEP*, *IRR*, dan *Payback Period*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penyusunan rencana bisnis ini adalah:

1. Untuk mengetahui situasi lingkungan eksternal dan faktor lingkungan internal dalam perencanaan bisnis es krim Creams & Company.
2. Untuk mengetahui perencanaan bisnis es krim Creams & Company mulai dari rencana pemasaran, sumber daya manusia, dan rencana keuangan.
3. Untuk mengetahui prospek dan kelayakan perencanaan bisnis es krim Creams & Company bila dilaksanakan mempertimbangkan kelayakan investasi baik dari nilai *BEP*, *NPV*, *IRR*, dan *Payback Period*.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penyusunan rencana ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. *Entrepreneur*, diharapkan studi ini dapat memberikan wawasan baru bagaimana sebuah bisnis es krim *fancy* unik berbahan dasar susu organik dengan *cone* donat secara profesional dan dapat memberikan penghasilan yang menjanjikan.
2. Akademisi, diharapkan studi ini dapat memberikan gambaran bagaimana menjalankan suatu rencana bisnis, dan kemudian menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya, terutama penelitian yang berkaitan dengan industri kuliner.
3. Masyarakat, diharapkan studi ini dapat membuka wawasan pada usaha kecil menengah bahwa peluang bekerja di industri kuliner cukup menjanjikan ke depannya.

1.5 Batasan Penelitian

Ada beberapa batasan yang digunakan dalam pembuatan rencana bisnis ini, sehingga batasan-batasan ini akan dikemukakan di bagian awal, sehingga diharapkan ada persamaan persepsi dengan pembaca studi ini.

1. Analisis bisnis ini berlaku dengan situasi dan kondisi sesuai analisis.
2. Dalam studi ini hanya menganalisis peluang usaha es krim *fancy* unik berbahan dasar susu organik dengan *cone* donat tanpa makanan dan minuman pendukung lainnya.
3. Risiko yang akan diidentifikasi adalah hanya risiko-risiko yang secara umum terkait dengan kelangsungan bisnis es krim *fancy* secara keseluruhan karena keterbatasan waktu dan sumber daya.
4. Periode yang dicakup dalam rencana bisnis ini adalah tiga tahun.

1.6 Kerangka Pemikiran

Suatu kegiatan bisnis pada dasarnya didirikan dengan maksud dan tujuan tertentu yang dituangkan ke dalam visi, misi, dan tujuan perusahaan dalam rangka memaksimalkan *value* perusahaan. Setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya selalu berhubungan dengan lingkungan, yaitu lingkungan eksternal dan lingkungan internal yang dapat menjadi peluang dan ancaman serta kekuatan maupun kelemahan bagi perusahaan tersebut. Maka dari itu dibutuhkan analisis mengenai dinamika lingkungan dan pasar yang akan dimasuki, untuk mengetahui tingkat ketertarikan dari pasar dan industri yang dimasuki.

Ketika akan mendirikan suatu perusahaan baru, selain pertimbangan dan analisis atas faktor-faktor lingkungan tersebut, diperlukan pula suatu rencana mengenai apa saja yang dibutuhkan sebelum usaha tersebut dapat berjalan, baik dari segi sumber daya seperti keuangan, teknologi, manusia, dan lain-lain, maupun strategi untuk usaha tersebut. Hal ini diperlukan untuk member langkah-langkah dan panduan yang terstruktur dan jelas untuk implementasi usaha tersebut. Perencanaan seperti ini disebut dengan rencana bisnis (*business plan*).

Menurut Wheelen dan Hunger (2008:84), lingkungan intern merupakan lingkungan yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, misalnya struktur (alur komunikasi, otoritas, arus kerja, dan lain-lain), budaya perusahaan, dan sumber daya yang dimiliki perusahaan (aset, kompetensi, keterampilan, pengetahuan, dan lain-lain yang dapat dikendalikan perusahaan). Lingkungan ekstern merupakan lingkungan yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan. Lingkungan ekstern terdiri dari *societal environment*, misalnya kondisi sosial budaya, ekonomi, politik,

hukum, serta *task environment*, misalnya pemasok, pesaing, pelanggan, pegawai, pemegang saham, dan lain-lain.

Penyusunan rencana bisnis ini membutuhkan studi pendahuluan tentang industri dan pasar es krim di Jakarta. Setelah informasi-informasi tersebut diperoleh, maka kelayakan bisnis dan prospeknya dapat dianalisis serta rencana kebutuhan sumber daya dan strategi usaha dapat disusun.

Pembahasan rencana bisnis ini berfokus pada analisis faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Analisis faktor lingkungan eksternal meliputi analisis pasar yang dilakukan dengan survei pasar dan analisis lingkungan bisnis makro dan mikro. Analisis faktor lingkungan internal meliputi analisis terhadap kondisi internal perusahaan terkait dengan visi, misi, *key success*, dan sumber daya yang dimiliki.

Dalam menganalisis lingkungan tempat perusahaan akan melakukan kegiatannya menurut Ward dan Peppard (2002:70-72), menggunakan analisis PEST yaitu analisis terhadap faktor dan lingkungan eksternal bisnis yang meliputi bidang politik, ekonomi, sosial, dan teknologi, PEST digunakan untuk menilai pasar dari suatu unit bisnis atau unit organisasi. Arah analisis PEST adalah kerangka untuk menilai sebuah situasi dan menilai strategi atau posisi, arah perusahaan, rencana pemasaran atau ide. Dimana analisis ini dapat diambil suatu peluang atau ancaman baru bagi perusahaan. Analisis PEST terdiri dari:

1. Faktor Politik. Berkaitan dengan kondisi politik, hukum, dan peraturan yang mempengaruhi industri.

2. Faktor Ekonomi. Faktor ekonomi meliputi semua faktor yang mempengaruhi daya beli dari pelanggan dan mempengaruhi iklim dari bisnis suatu perusahaan.
3. Faktor Sosial. Faktor sosial meliputi semua faktor yang dapat mempengaruhi kebutuhan dari pelanggan dan mempengaruhi ukuran dari besarnya pangsa pasar yang ada.
4. Faktor Teknologi. Faktor teknologi meliputi semua hal yang dapat membantu dalam menghadapi tantangan bisnis dan mendukung efisiensi proses bisnis.

Lingkungan industri merupakan lingkungan persaingan perusahaan. Perusahaan yang bergerak dalam suatu industri akan mendapatkan tantangan dari para pelaku industri, termasuk di dalamnya adalah pesaing, pemasok, dan pelanggan. Porter (2008:16) menyebutkan bahwa industri didefinisikan sebagai kelompok perusahaan yang menghasilkan produk yang dapat saling menggantikan (*close substitution*). Sifat dan derajat persaingan dalam industri bergantung pada lima kekuatan atau faktor yaitu ancaman pendatang baru, daya tawar menawar pembeli (pelanggan), daya tawar menawar pemasok, ancaman produk atau jasa substitusi dan pertarungan di antara para anggota industri. Untuk merumuskan strategi yang tepat menghadapi kekuatan-kekuatan ini, suatu perusahaan harus memahami bagaimana pengaruh kelima kekuatan tersebut bagi perusahaan dalam suatu situasi tertentu. Lima kekuatan persaingan di atas mencerminkan kenyataan bahwa persaingan di dalam suatu industri tidak terbatas pada para pemain yang ada. Pelanggan, pemasok, produk pengganti, dan pendatang baru potensial

merupakan “pesaing” bagi perusahaan di dalam suatu kondisi. Kelima kekuatan persaingan tersebut secara bersama-sama menentukan intensitas persaingan dan kemampulabaan dalam industri. Kekuatan-kekuatan yang paling besar akan menentukan dan menjadi sangat penting dari sudut pandang strategi.

Berdasarkan hasil analisis lingkungan tersebut diperoleh beberapa kondisi baik yang mendukung maupun yang tidak mendukung suatu perusahaan untuk masuk atau membuka usahanya di suatu industri. Hasil tersebut menjadi data awal bagi pemetaan peluang dan ancaman perusahaan. Selain mengetahui peluang menarik di lingkungan dan ancaman yang ada, perlu juga memiliki keahlian yang dibutuhkan untuk akses dalam peluang itu, dan mengurangi risiko ancaman yang ada, oleh karena itu setiap unit bisnis perlu menilai kekuatan dan kelemahan secara periodik (Porter, 2008), Pearce dan Robinson (2005:125) memberikan langkah-langkah dalam menganalisis lingkungan internal yang nantinya akan menghasilkan profil perusahaan. Analisis internal merupakan suatu sarana yang berfungsi untuk mengidentifikasi kekuatan serta kelemahan yang dimiliki suatu perusahaan. Dalam melakukan analisis internal, perusahaan menggunakan analisis fungsional. Dalam rangka mengelola dan menganalisis lingkungan eksternal dan internal, maupun kelemahan dan kekuatan perusahaan, dibutuhkan suatu perencanaan bisnis yang mencakup seluruh strategi, langkah-langkah, dan panduan yang terstruktur dan jelas dalam rangka pengimplementasian usaha tersebut atau yang dikenal dengan perencanaan bisnis (*business plan*). Tujuan dan manfaat pengembangan rencana bisnis ini adalah untuk memperoleh gambaran secara lengkap mengenai lingkup usaha yang dijalankan. Selain itu, dengan

perencanaan bisnis diharapkan dapat mengetahui mekanisme pengelolaan usaha dari setiap fungsi manajemen yang terlibat yaitu manajemen keuangan, manajemen pemasaran, manajemen operasional, dan manajemen sumber daya manusia. Tujuan dan manfaat yang lain adalah sebagai dasar acuan dalam menilai kelayakan pengembangan bisnis yang dijalankan baik dari segi finansial yang diukur melalui penghitungan *BEP*, *NPV*, *IRR*, dan *Payback Period*.