

BAB V

HASIL PENELITIAN

5.1 Analisis Faktor Eksternal dan Internal

Analisis rencana bisnis Bakso Ika Asgar akan dilakukan guna untuk memperhatikan faktor lingkungan eksternal dan internal secara umum khususnya di Kota Bandung.

5.1.1 Faktor Lingkungan Eksternal

Ada dua cara untuk melakukan analisis pada faktor lingkungan eksternal yaitu secara makro dan mikro.

5.1.1.1 Faktor Lingkungan Makro

Analisis lingkungan eksternal dilakukan guna mengetahui kondisi diluar perusahaan yang akan didirikan. Dalam analisis lingkungan makro dilakukan dengan cara pendekatan PEST yaitu Politik, Ekonomi, Sosial dan Budaya, Teknologi). Analisis PEST ini digunakan untuk mencari celah yang mempengaruhi terhadap restoran dilihat dari sudut pandang politik, ekonomi, sosial budaya, dan teknologi.

Tabel 5. 1 PEST

Aspek	Fenomena	Dampak Positif	Dampak Negatif
Politik dan hukum	Kebijakan politik dan hukum dalam pemerintah	Standarisasi aturan usaha Mengatur hak dan kewajiban pelaku usaha Melindungi Konsumen	Menambah ongkos produksi
	Peraturan perundang-undangan surat ijin pendiri usaha		
Ekonomi	Inflasi Meningkat	Pelaku bisnis menjadi lebih kreatif dalam melakukan program-program terobosan dan inovasi yang berkaitan dengan produk dan layanan	Harga bahan baku meningkat
	Suku bunga naik		Daya beli pelanggan menurun
			Potensi turunnya jumlah konsumen
			Porsi produk akan berkurang
			Laba berkurang
			Peningkatan harga jual produk
	Biaya pinjaman meningkat		
Penetapan harga pesaing	Peningkatan kualitas produk	Terjadi persaingan yang tidak sehat	
Sosial budaya	Gaya hidup masyarakat, asal daerah. Cita rasa nasional	Menciptakan usaha kuliner yang lebih kreatif dan inovatif Praktis, murah dan Enak	Permintaan konsumen semakin beragam

Teknologi	Teknologi yang semakin berkembang	Meningkat efektivitas dan efisiensi	Terjadi persaingan dengan usaha kuliner yang berjualan online Terjadi arus perubahan yang lebih cepat
		Meningkatkan potensi pasar	
		Mempercepat respon ke konsumen	
		Memunculkan paradig baru dalam bisnis	
		Memperlancar arus informasi terbaru kepada calon konsumen	
		Mempermudah konsumen untuk mendapatkan informasi	

Analisis PEST yang dilakukan sebagai berikut:

1. Politik dan Hukum

Lingkungan politik berkaitan dengan kebijakan pemerintah, masalah hukum, serta aturan formal dan informal lingkungan perusahaan didalam melakukan kegiatan di restoran. Lingkungan Politik dan Hukum yang akan terkait adalah undang-undang, peraturan, dan keputusan pemerintah yang mengatur kebijakan mengenai pajak restoran dan surat ijin pendirian usaha. Oleh karena itu, ada beberapa kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan rencana bisnis ini, misalnya :

1. Upah Minimum

Sesuai dengan ketentuan negara dari UU No. 13 Tahun 2003 yang isinya adalah “Pengusaha dilarang memberikan upah lebih rendah daripada upah minimum baik upah minimum regional (UMR) dan upah minimum sectoral (UMS). Rencana bisnis restoran Bakso Ika Asgar ini akan berada di Kota Bandung. Melalui keputusan Gubernur Jawa Barat Nomor : 561/Kep.1065-Yangbangsos/2017 tertanggal 21 November 2017 tentang UMK di Jawa Barat 2018 ditetapkan untuk gaji minimum wilayah Kota Bandung sebesar Rp.3.091.345. Maka pemilik usaha kuliner Bakso Ika Asgar akan memberikan gaji karyawan Rp.3.091.345.

2. Surat Ijin Usaha Perdagangan

Berdasarkan Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.87/HK.501/MKP/2010 tentang Tata Cara Pendaftaran Usaha Jasa Makanan dan Minuman menyatakan bahwa definisi restoran adalah usaha penyediaan makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan penyimpanan dan/atau penyajiannya, di dalam satu tempat yang tidak berpindah-pindah. Pemilik usaha restoran kuliner akan membuat dan mengurus surat ijin pendirian usaha restoran dengan cara dibawah ini :

- a. Mengisi dan menandatangani formulir pendaftaran
- b. Fotokopi KTP
- c. Fotokopi NPWP Restoran

- d. Fotokopi Surat Izin Tempat Usaha
- e. Neraca awal rencana bisnis restoran
- f. Berita awal pemeriksaan keuangan
- g. Pas foto restoran (4&6) 2 lembar dari berbagai sisi restoran (bagian depan, samping kanan, samping kiri, bagian belakang)

3. Kondisi Kerja

Jam kerja bagi karyawan restoran di sektor swasta diatur dalam Undang-Undang No. 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan khususnya pasal 77 sampai dengan 85 mewajibkan setiap pengusaha untuk melaksanakan ketentuan jam kerja.

- a. Tujuh jam kerja dalam sehari atau 40 jam kerja dalam 1 minggu untuk 6 hari kerja dalam 1 minggu, atau
- b. Delapan jam kerja dalam sehari atau 40 jam kerja dalam 1 minggu untuk 5 hari kerja dalam 1 minggu.

Pada kedua sistem kerja ini tersebut juga diberikan batasan jam kerja yaitu 40 jam kerja dalam satu minggu. Apabila melebihi dari ketentuan waktu kerja tersebut, maka waktu kerja tersebut bisa dianggap sebagai waktu kerja lembur sehingga pekerja berhak atau upah lembur. Waktu lembur hanya dapat dilakukan paling banyak tiga jam/hari dan 14 jam dalam satu minggu diluar istirahat mingguan atau hari libur resmi.

2. Ekonomi

Keadaan ekonomi di negara Indonesia akan mempengaruhi sebagian besar suatu usaha kuliner yang akan beroperasi di dalamnya. Pemilik usaha kuliner harus

selalu mengantisipasi variabel-variabel ekonomi yang akan mempengaruhi kelangsungan usaha ini seperti kecenderungan inflasi, tingkat suku bunga, dan harga-harga yang ditetapkan oleh pesaing. Inflasi disini dapat mempengaruhi peningkatan harga bahan baku untuk barang yang akan dijual ke konsumen. Potensi dampak dari inflasi yang ada pengusaha akan cenderung mengurangi porsi penjualan per mangkoknya atau berusaha meningkatkan penjualan yang ada. Suku bunga bank saat ini sekitar 6% jika tingkat suku bunga bank naik dan modal usaha didapatkan dari pinjaman bank, maka pemilik usaha kuliner ini harus mengembalikan pinjaman dari bank dengan nominal uang yang lebih besar dari yang seharusnya.

Harga yang telah ditetapkan pesaing juga berpotensi mempengaruhi usaha kuliner ini. Oleh karena itu strategi menetapkan harga jual yang tepat perlu dilakukan oleh pemilik restoran ini. Mengetahui kondisi pasar dan survei lokasi perlu dilakukan. Jika harga jual produk ini melampaui harga pesaing mahal berpotensi mempengaruhi jumlah penjualan. Jika penentuan harga jual terlalu murah juga akan terlihat tidak masuk akal, dan pemilik usaha ini tidak mendapatkan laba yang cukup dari produk yang akan dijual, resiko usaha tutup atau tidak bisa membayar biaya produksi/gaji karyawan.

Hal lain yang juga mempengaruhi usaha kuliner ini adalah kebijakan besaran *service tax* dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) untuk restoran. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung No. 28 tahun 2009 tentang pajak daerah restoran di Kota Bandung dengan PPN 10% yang akan dikenakan pada konsumen, dan *service tax* sebesar 5-10% untuk pajak pelayanan di restoran. Pemilik restoran ini

akan menaati pajak restoran yang ditetapkan oleh ketentuan Undang-Undang Pajak Daerah yang ada, dengan membayarkan pajak restoran kepada Dinas Pelayanan Pajak atas pajak yang telah dipungut dari konsumen yang datang ke restoran.

C. Sosial Budaya

Komponen social budaya yang mempengaruhi usaha restoran ini adalah gaya hidup dari masyarakat Kota Bandung sendiri yang menjadi konsumen Bakso Ikah Asgar. Kebanyakan orang di jaman yang serba *mobile* ini menginginkan makanan yang praktis, murah dan enak. Produk yang dijual pada restoran ini menghadirkan produk makanan dengan cita rasa nasional namun dikemas dengan praktis agar seluruh kalangan bisa menikmatinya selain di restoran.

D. Teknologi

Penerapan teknologi sudah banyak diterapkan di dunia bisnis kuliner yang sangat berkembang pesat saat ini. Dengan kemajuan teknologi yang cepat akan mempercepat pekerjaan dan pengambilan keputusan di dalam restoran ini. Semua restoran harus mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Pengaruh teknologi untuk usaha kuliner ini adalah pemakaian mesin transaksi pembayaran untuk pemilik usaha yang dapat memudahkan pembayaran apabila konsumen telah selesai menikmati restoran ini maka kasir akan dengan mudah menghitung produk makanan apa yang telah dibeli oleh konsumen lalu menjumlahkan berapa yang harus dibayar oleh konsumen tersebut. Selain itu ada teknologi yang digunakan pemilik usaha yang dapat memudahkan konsumen melukan pembayaran apa yang telah mereka konsumsi via pembayaran mesin *Electronic Data Capture* (EDC)

yaitu konsumen membayar makanan dengan menggesekkan kartu debit ke mesin yang telah disediakan oleh pihak restoran dan akan otomatis saldo dalam kartu debit konsumen akan berkurang.

Penggunaan teknologi pun berdampak untuk usaha kuliner yaitu pemilik usaha kuliner ini dapat melihat dari peluang pasar dari dunia teknologi informasi yang telah ada. Pemasaran produk dapat dilakukan melalui *website* atau iklan-iklan di social media untuk menyebarkan informasi agar masyarakat Bandung dapat mengetahui bahwa ada restoran baru yang menjual makanan di Jalan Jendral Ahmad Yani. Dengan memanfaatkan teknologi yang ada maka akan dengan cepat dapat merespon keinginan konsumen selama waktu jam operasional restoran dengan bantuan koneksi internet. Teknologi ini juga dapat membantu konsumen untuk mempermudah mencari restoran ini berada dimana, harga jual produk berapa, menu makanan yang dijual apa saja. Tetapi dengan perkembangan teknologi yang ada akan memunculkan dampak negatif untuk pelaku usaha adalah akan memunculkann persaingan pelaku usaha kuliner yang berjualan secara *online* dan yang memiliki toko (*non-online*).

5.1.1.2 Analisis Lingkungan Eksternal Mikro

Lingkungan eksternal mikro terdiri dari:

1. Pelanggan (*Customer*)

Pelanggan yang akan membeli produk kuliner ini adalah semua kalangan masyarakat yang berada di sekitar Jalan Jendral Ahmad Yani. Terutama di Jalan Ahmad Yani ini terdapat banyak perkantoran.

2. Pesaing (*Competitors*)

Peluang persaingan dalam mendirikan usaha kuliner dengan restoran yang berjualan di sekitar Jalan Jendral Ahmad Yani ini potensinya cukup besar. Peneliti sendiri telah berhasil melakukan beberapa wawancara ke pelaku usaha kuliner di Bandung, berdasarkan hasil beberapa wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa persaingan usaha kuliner di Bandung ini cukup tinggi dan sering kali terdapat pemain usaha restoran yang tidak mampu bersaing dengan pengusaha lainnya atau akan menutup usahanya. Untuk itu rencana usaha Bakso Ika Asgar perlu untuk memonitor kegiatan pesaing terutama pesaing langsung dan akan menerapkan saran strategi kunci bisnis dari Porter dan Keller yaitu berusaha menjaga harga yang layak (*cost leadership*), melakukan inovasi produk dan layanan (*differentiation*) dan fokus (*focus*).

3. Pemasok (*Suppliers*)

Pemasok dari rencana usaha kuliner ini terutama adalah perusahaan yang menyediakan makanan bahan baku makanan (yang berupa daging , sayuran , mie ,snack) dan kemasan. Pemilik akan membeli *supplier* daging dari agen daging yang terletak di Pasar Kosambi, Bandung. Pemilik restoran akan membeli kemasan untuk produk makanan dari toko Kemasan Bandung yang terletak di Pasar Sederhana. Semua *supplier* bahan baku makanan, daging, dan kemasan produk akan dipesan via telepon dan *supplier* akan mengirim barang yang sudah dipesan ke restoran Bakso Ika Asgar.

4. Masyarakat

Masyarakat Kota Bandung merupakan bagian penntinng untuk semua pelaku usaha. Suatu usaha/bisnis tidak akan pernah bisa terlepas dari masyarakat, terutama masyarakat sekitar ataupun yang berupa target pasar. Diperlukan usaha untuk mengetahui kondisi masyarakat sekitar ataupun pemangku kepentingan yang ada, dan diharapann bahwa usaha kuliner bisa menjadi pilihan *alternative* bagi masyarakat. Untuk mengetahui keinginan konsumen/target pasar dilakukan dengan cara mengadakan *food tasting* dengan cara mengundang food blogger Bandung dan juga konsumen yang benar-benar menyukai bakso. Hal ini dapat dilakukkann guna meningkatkan kualitas dari Bakso Ika Asgar kepada konsumen.

5.1.1.3 Analisis Menggunakan Five Forces Model

Menurut Porter dalam *Five Forces Model*, kita harus mengantisipasi lima kekuatan eksternal yang dapat menjadi ancaman yaitu :

1. Intensitas persaingan antar pemain yang ada saat ini (competitor)

Dalam usaha kuliner Bakso Ika Asgar harus memperhatikan ancaman dari kompetitor. Banyak restoran yang sudah berdiri di Jalan Jendral Ahmad Yani yang dapat menjadi kompetitor usaha ini. Pemilik usaha kuliner ini harus melakukan penentuan tinggi atau rendah nya kompetitor untuk dapat menganalisis strategi pasar yang digunakan.

2. Ancaman masuk pendatang baru.

Ketika pengusaha usaha baru memasuki ke industri yang tertentu maka akan membuat persaingan semakin meningkat. Pemilik usaha kuliner Bakso Ika Asgar tidak akan mengabaikan pendatang baru atau restoran atau kafe yang baru muncul di Bandung khususnya restoran yang menjual makanan dengan produk yang sama dengan produk yang dijual di restorannya nanti. Untuk mencegah formula ATM (amati, tiru dan modifikasi) saat ini perusahaan akan membuat kepemilikan paten produksinya agar tidak dapat ditiru oleh pendatang baru walaupun ada beberapa hal yang tidak dapat dipatenkan. Hal ini dilakukan agar tidak ada kuliner baru yang muncul untuk meniru produk ini di kemudian hari. Ancaman pendatang baru usaha kuliner di Bandung tinggi karena teknologi yang digunakan dalam industri ini masih rendah dan modal yang dibutuhkan relative tidak besar.

3. Kekuatan tawar menawar *supplier* (pemasok)

Kekuatan tawar menawar pemasok yang ada akan mempengaruhi dalam usaha kuliner. Untuk *supplier packaging* produk yang digunakan untuk pengemasan produk akan diambil dari Toko Kemasan Bandung Memorapak yang terletak di Jl. Murni I no. 48, Ciateul, Regol, Kota Bandung, Jawa Barat atau dibeli langsung dari toko kemasan di Pasar Sederhana. Semua pemasok ini merupakan pedagang besar dan ternama di Kota Bandung. Jika usaha kuliner hanya memiliki satu *supplier* saja bisa berpotensi tidak dapat memenuhi pasar, dan juga dapat mengganggu sistem produksi dan operasional. Kuliner ini juga harus memiliki lebih dari satu *supplier* sehingga *supplier* tersebut menaikkan harga bahan baku

masih bisa mencari alternatif sebagai pembanding dan bisa menjamin pasokan yang rutin dan tepat waktu.

4. Kekuatan tawar menawar pembeli

Ketika jumlah konsumen menjadi besar atau mereka membeli dalam jumlah besar, maka kekuatann tawar-menawar mereka bisa menjadi kekuatan utama yang mempengaruhi intensitas persaingan dalam suatu industri. Kekuatan tawar-menawar mereka bisa menjadi kekuatan utama yang mempengaruhi intensitas persaingan dalam suatu industri. Kekuatann tawar menawar pembeli dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan negosiasi tentang harga jual. Pembeli memiliki kekuatan besar, pembeli suatu saat dapat secara tiba-tiba *switching* (beralih) ke produk kompetitor dan meninggalkan suatu produk. Salah satu factor *switching* adalah kekecewaan pembeli terhadap suatu produk. Untuk itu, diperlukan layanan konsumen untuk mengantisipasi hal tersebut. Sehingga bisnis kuliner ini harus memberikan pelayanan yang maksimal dan pelayanan yang tepat. Dapat dikatakan bahwa daya tawar pembeli cukup tinggi karena *switching cost* lebih rendah untuk industri ini.

5. Ancaman produk substitusi (produk pengganti)

Usaha kuliner Bakso Ika Asgar ini memiliki harga yang lebih terjangkau dari penjual bakso lainnya dengan bahan baku yang berkualitas tinggi.

5.1.2 Analisis Faktor Lingkungan Internal

Analisis faktor internal ini akan ditinjau dari aspek sumber daya manusia, pemasaran dan keuangan.

5.1.2.1 Aspek Sumber Daya Manusia

Tugas manajemen SDM yaitu untuk mengelola manusia seefektif mungkin agar diperoleh SDM kompeten dan berdedikasi. Rencana yang akan dilakukan pada tahap awal usaha kuliner Bakso Ika Asgar ini berbagai fungsi dan peran manajemen SDM akan dilakukan oleh pemilik. Dengan berkembangnya bisnis yang diharapkan di masa yang akan datang, peran ini dapat ditinjau ulang. Berbagai macam fungsi dan peran manajemen SDM yang akan dilakukan dapat diterangkan lebih lanjut di bawah ini.

1. Fungsi Manajerial

a. Perencanaan

Pemilik usaha kuliner Bakso Ika Asgar ini akan merencanakan sumber daya yang dibutuhkan oleh usaha kuliner ini adalah sebanyak lima orang yang terdiri dari juru masak, kasir, dan tiga pelayan. Syarat kualifikasi untuk juru masak adalah lulusan SMK/SMA yang berasal dari jurusan tata boga dengan mengambil jurusan khusus *culinary*, diutamakan memiliki kemampuan pengalaman memasak minimal satu tahun atau setidaknya pernah bekerja di sebuah restoran. Syarat kualifikasi untuk pelayan/pramusaji yang bekerja di restoran ini adalah ramah, serta sopan terhadap konsumen yang datang, cekatan, teliti, berpenampilan rapi, menguasai pengetahuan tentang makanan sehat, teknik penyajian makanan yang baik dan menerangkan dengan jelas proses pembuatan makanan dan bahan-bahan yang digunakan. Kualifikasi untuk seorang kasir adalah mampu mengoperasikan mesin kasir dengan baik, pendidikan minimal SMA/SMK, pernah bekerja minimal satu tahun di bidang staf kasir restoran.

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Pemilik usaha Bakso Ika Asgar akan mengatur pembagian kerja masing-masing karyawan yang ada sesuai dengan *job description* yang ditentukan. Seorang juru masak wajib memasak produk yang dijual dengan berkualitas sesuai dengan resep yang telah diberikan oleh pemilik usaha ini. Seorang kasir bertugas juga untuk melayani konsumen, menjaga kebersihan, melakukan transaksi dengan benar dan baik, memberikan struk pembayaran kepada konsumen sesuai dengan produk yang dibeli. Seorang pelayan bertugas untuk melayani konsumen yang datang ke restoran dengan ramah dan mempersilahkan konsumen tersebut untuk duduk di kursi yang kosong atau kursi yang telah disediakan untuk konsumen, menjaga kebersihan, membersihkan peralatan. Selain itu pemilik usaha ini menentukan pembagian relasi antar karyawan untuk restoran dengan mengantar ke meja kosong, lalu menanyakan terkait pemesanannya. Setelah konsumen memilih makanan apa yang ingin dibeli, pelayan tersebut mencatat apa yang dipesan oleh konsumen tersebut di sebuah kertas menu makanan kosong yang telah dibuat oleh pemilik usaha ini. Menu makanan yang telah dipesan oleh diberikan pada juru masak untuk langsung diolah dan diproses menjadi makanan yang siap saji. Ketika makanan yang telah dimasak oleh juru masak dan siap disajikan oleh pelayan restoran ke konsumen yang memesan produk makanan restoran ini. Ketika konsumenn telah selesai menyantap semua pesanan produk makanan, konsumen akan melakukan pembayarann di kasir yang telah disediakan sesuai dengan struk pembayaran yang diberikan. Selain itu, semua pekerjaan yang

dilakukan oleh pelayan, juru masak, dan kasir akan diatur dan dikontrol oleh pemilik usaha ini.

c. Pengarahan (*directing*)

Pemilik usaha Bakso Ika Asgar mengarahkan setiap SDM yang telah dimiliki untuk melaksanakan pekerjaannya sesuai *Standard Operational Procedure* (SOP) yang telah dibuat. Sebagaimana SOP yang telah dibuat, koki bertugas memasak produk yang akan dijual, pelayan bertugas untuk melayani konsumen yang datang ke restoran, kasir bertugas untuk menangani bagian keuangan restoran ini.

d. Pengendalian (*controlling*)

Dalam restoran Bakso Ika Asgar ini akan dibuat standar rasa, ukuran dan kualitas penyajian produk untuk sampai ke tangan konsumen. Standar yang akan dibuat oleh pemilik usaha ini adalah SOP untuk membuat standar yang sama dalam restoran ini sesuai dengan ketentuan yang ada. SOP ini dibuat pemilik usaha untuk dapat mengontrol dan standarisasi semua pekerjaan yang dilakukan oleh masing-masing karyawan.

4. Fungsi Operasional

a. Pengadaan sumber daya manusia (SDM)

Memperoleh jumlah dan jenis karyawan yang dibutuhkan sebanyak lima karyawan untuk mencapai tujuan rencana awal restoran ini terutama hal yang berkaitan tentang kebutuhan tenaga kerja dan perekrutan, seleksi dan penempatan

SDM sesuai dengan bidangnya. Pengadaan SDM akan dilakukan dengan cara pemberian pengumuman bahwa restoran ini mencari tenaga kerja untuk karyawan di restoran ini sesuai dengan kualifikasi yang telah disebutkan di awal pembahasan tersebut, juga akan dilakukan dengan cara mencari kandidat dari *networking*.

b. Pengembangan

Pada prinsipnya karyawan yang direkrut diharapkan sudah mempunyai minimum kompetensi yang sesuai. Pengembangan yang akan dilakukan pemilik usaha Bakso Ika Asgar lebih ke arah standarisasi yang harus dilakukan dalam hal memasak sesuai resep dan juga SOP. Pengembangan formal yang akan dilakukan adalah memberikan pelatihan sesuai dengan pekerjaan dengan pekerjaan apa yang akan dilakukan oleh masing-masing karyawan seperti pelatihan masak untuk juru masak, pelatihan untuk menggunakan teknologi (mesin kasir dan EDC) untuk kasir, memberikan cara untuk melayani konsumen dengan baik dan ramah untuk pelayanan restoran. Pengembangan formal ini dilakukan untuk peningkatan karir karyawan restoran. Tetapi di samping itu, karyawan juga harus mengembangkan diri secara informal yaitu karyawan harus memiliki keinginan dan usaha untuk melatih dan mengembangkan dirinya sendiri dengan cara mempelajari informasi yang berkaitan dengan pekerjaan atau jabatan yang dimilikinya. Pengembangan informal ini dilakukan agar bahwa karyawan berkeinginan keras untuk maju dengan cara meningkatkan kemampuan kerjanya.

c. Kompensasi

Selain gaji pokok, karyawan juga akan mendapatkan kompensasi. Hal ini diharapkan bisa menjadi karyawan lebih disiplin dan bertanggung jawab. Kompensasi yang akan diberikan oleh pemilik restoran Bakso Ika Asgar terdiri dari uang makan, uang transportasi, premi kehadiran karyawan, dan iuran BPJS Kesehatan. Biaya kompensasi uang makan, uang transportasi dan premi kehadiran diberikan berdasarkan kehadiran karyawan. Apabila bekerja secara penuh, maka akan mendapatkan kompensasi uang makan, uang transportasi dan premi kehadiran sebesar Rp. 960.000/bulan

Iuran BPJS kesehatan memiliki pilihan kelas 1, 2 atau 3, dimana masing-masing kelas memiliki perbedaan iuran bulanan yang harus dibayar. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Presiden Nomor 12 Tahun 2013 tentang Jaminan Kesehatan. Peserta BPJS mandiri atau peserta BPJS pekerja bukan penerima upah (PBPU) untuk kelas 2 yang harus dibayarkan adalah Rp.51.000/bulan Iuran BPJS untuk karyawan Bakso Ika Asgar akan dimasukkan ke kelas 2, biaya ini akan dibayarkan oleh pemilik restoran sebagai bagian dari kompensasi

Tabel 5. 2 Kompensasi Karyawan

Kompensasi	Besaran	Catatan
Uang Makan	Rp. 20.000	Per kedatangan
Uang Transport	Rp. 20.000	Per kedatangan
Premi kehadiran	Rp. 20.000	Per kedatangan
BPJS Kesehatan	Rp. 51.000	Per bulan

d. Pengintegrasian

Usaha restoran ini merupakan unit kerja yang terintegrasi, menjalankan SOP secara besar dan konsistenn, diharapkn semuanya mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk kepuasan pelanggan. Semua kegiatan yang dilakukan harus berdasarkan pada kebutuhan pelanggan.

e. Pemeliharaan

Mempertahankan dan meningkatkan kondisi yang telah ada dengan memelihara kondisi fisik dari para karyawan, menjaga sikap, selalu menerapkan nilai-nilai perusahaan.

f. Pemutusan hubungan kerja (PHK)

Berdasarkan peraturan yang ada sudah dibuat dan dikomunikasikan sebelumnya, pemilik Bakso Ika Asgar akan melakukan peraturan secara tegas dan berimbang. Pemutusan hubungan kerja hanya akan dilakukan jika karyawan melakukan kesalahan yang mendasar, yang menyangkut prinsip integritas dan tindak pidana antara lain melakukan pencurian barang restoran atau barang konsumen, melakukan kekerasan lain, dan tindakan pemalsuan.

5.1.2.2 Rencana Pemasaran

Rencana pemasaran bisnis ini menggunakan 2 metode analisis yaitu 8P dan analisis *segmenting, targeting, dan positioning*.

5.1.2.2.1 Segmenting, Targeting, Positioning

1. Segmenting

Segmenting dilakukan proses membagi pasar menjadi segmen-segmen berdasarkan karakteristik yang ditentukan terlebih dahulu. Segmentasi pasar ini dibagi menjadi empat bagian:

A. Segmen geografis

Peneliti melakukan observasi ke beberapa lokasi di Kota Bandung antara lain di Jalan Dago, Jalan Riau, dan Jalan Jendral Ahmad Yani. Pada akhirnya peneliti memilih Jalan Jendral Ahmad Yani sebagai lokasi usaha restoran yang dibangunnya nanti.

B. Segmen demografis

Peneliti melakukan segmentasi usia dan juga gender untuk restoran ini. Karena peneliti berniat untuk menjual makanan yaitu bakso. Karena segmentasi pada makanan terutama bakso, mencakup keseluruhan terhadap usia, tetapi pada gender, peneliti lebih cenderung melakukan segmentasi kepada wanita usia 16-60, terutama wanita dan ibu rumah tangga.

C. Segmen psikografis

Masyarakat memiliki minat terhadap makanan kearifan lokal, terutama bakso yang memiliki harga yang murah, enak dan memilih makanan yang sudah memiliki nama (*branded minded*)

2. *Targeting* (Target Pasar)

Setelah melakukan segmentasi pasar, selanjutnya melakukan *targeting*, *targeting* adalah proses untuk menempatkan pasar dengan tepat ke dalam segmen *target market* yang telah ditentukan sebelumnya. Target utama dari usaha restoran Bakso Ikah Asgar adalah seluruh masyarakat kota Bandung dan konsumen di sekitar

Jalan Jendral Ahmad Yani. Targeting dari rencana bisnis ini adalah konsumen yang bekerja di daerah Jendal Ahmad Yani.

3. *Positioning*

Tahap selanjutnya yang dilakukan adalah *positioning*. Tahap ini penting dilakukan oleh bisnis kuliner ini untuk memahami keinginan konsumen dari produk yang dipasarkan sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen. *Positioning* rencana bisnis ini adalah konsumen yang menyukai makanan enak dan murah, terutama bakso.

5.1.2.2.2 Analisis 8P

Dalam Kotler dan Keller (2014:25-26), McCarthy mengklasifikasi berbagai kegiatan pemasaran menjadi bauran pemasaran berupa empat pemasaran yaitu *product, price, place, dan promotion*, yang kemudian dalam pemasaran modern ditambahkan *people, processes, programs dan performance*.

Adapun pengertian diri masing-masing bauran pemasaran di atas adalah :

1. *Product* (produk) yaitu produk makanan yang akan dijual yaitu bakso dengan berisi mie/soun/bihun, sayur, toge, dan bermacam-macam pilihan bakso seperti bakso bawang, bakso polos, bakso aci dan bakso tahu.
2. *Price* (harga), satu porsi produk yang dijual dengan harga Rp. 25.000 (menu paket Bakso Ika Tetelan dan Bakso Ika Aci yang di dalam porsinya terdiri dari mie/soun/bihun, sayur, toge, bakso bawang, bakso polos, bakso tahu, tetelan / bakso aci), juga menerima pesanan untuk acara dan juga arisan.

Berikut ini merupakan harga menu makanan beserta rincian setiap produk Bakso Ika Asgar :

1. Paket Bakso Ika Tetelan (Mie/soun/bihun, sayur, toge, bakso bawang, bakso polos, bakso tahu dan tetelan) : Rp. 25.000
2. Paket Bakso Ika Aci (Mie/soun/bihun, sayur, toge, bakso bawang, bakso polos, bakso tahu dan bakso aci) : Rp. 25.000
3. Bakso Pedas : Rp. 10.000

3. *Place* (tempat), restoran ini akan berlokasi di jalan Jendral Ahmad Yani, Bandung. Lokasi ini dikelilingi oleh beberapa perkantoran dengan jumlah pegawai ratusan, yang merupakan pasar yang potensial.

4. *Promotion* (promosi), untuk mempromosikan produk ini akan dilakukan dengan cara membuat brosur yang akan dibagikan ke target pasar perkantoran yang bekerja di jalan Jendral Ahmad Yani, membuat *website* khusus untuk restoran ini dan promosi via beberapa akun sosial media *food blogger* agar konsumen yang ingin mencari produk dan tempat ini tidak mengalami kesulitan.

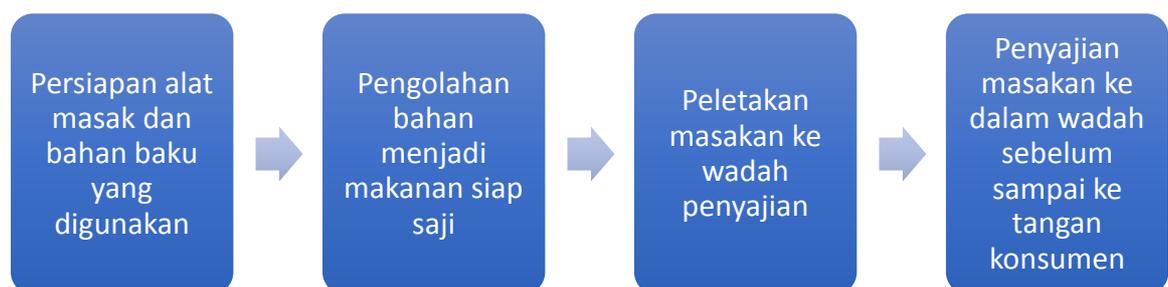
5. *People* (orang) adalah seluruh orang-orang yang akan terlibat dalam restoran ini adalah pemilik restoran ini dan seluruh karyawan yang akan bekerja di dalamnya serta konsumen yang akan membeli produk ini.

6. *Programs* adalah program yang merefleksikan kegiatan dalam restoran ini yang ditujukan ke konsumen, misalnya pelayanan yang cepat, pelayanan yang baik, pengembangan kompetensi karyawan untuk memuaskan pelanggan.

7. *Process* yaitu sistem penyajiannya atas operasi produk ke tangan konsumen mulai dari penerimaan barang dari *supplier* daging/sayur/mie serta kemasan produk, hingga makanan siap disajikan ke tangan konsumen.

Proses Produksi Bakso Ika Asgar :

- a) Menyiapkan peralatan masak yang digunakan, bumbu serta bahan mentah yang akan dimasak.
- b) Mengolah bahan baku menjadi makanan siap dikonsumsi.
- c) Meletakkan makanan yang telah diolah di tempat penyajian.
- d) Penyajian dan pengemasan produk makanan sesuai dengan pesanan konsumen.



Gambar 5.1 Proses Produksi Bakso Ika Asgar

8. *Performance* adalah menentukan kinerja dalam pemasaran holistik untuk menangkap semua hasil yang memungkinkan, diukur dengan implikasi finansial dan non finansial. Dalam hal ini, rencana usaha kuliner ini mempunyai target porsi yang akan berapa porsi yang akan dijual, pelayanan pelanggan yang prima

(*target zero complaint*), mencari karyawan dari masyarakat sekitar, mentaati semua peraturan yang ada.

5.2 Model Bisnis Kanvas

Model bisnis kanvas ini meliputi *key partnership*, *key activities*, *key resources*, *value propositions*, *customer relationships* dan *customer segment*, *cost structure*, *revenue stream*, *channels*. Pada tabel 5.3 merupakan desain model bisnis kanvas dari usaha kuliner Bakso Ika Asgar.

Tabel 5.3 *Business Model Canvas*

<i>Key Partnership</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propotions</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
1. Supplier kemasan 2. Supplier daging 3. Pedagang sayuran, mie dan bumbu	1. Pembelian bahan baku 2. Pengelohan bahan baku 3. Pengemasan dan penyajian produk 4. Pelayanan kepada konsumen	Menjual makanan yang berkualitas dan harga kompetitif. Produk tanpa bahan pengawet.	Membangun hubungan dengan pelanggan denngan cara menerima kritik, masukan. Program promo Menyediakan nomor kontak untuk melayani umpan balik ataupun keluhan konsumen	Konsumen yang bekerja di sekitar Jalan Jendral Ahmad Yani (berusia 16-60 tahun)
	<i>Key Resources</i>		<i>Channels</i>	
	Tempat dan bangunan SDM Peralatan dapur Bahan baku, kemasan		Restoran di Jl. Jendral Ahmad Yani, website, sosial media	
<i>Cost Structure</i>		<i>Revenue Streams</i>		
Modal awal, biaya operasional		Rata-rata penjualan produk		

Key Partnerships yang akan dikembangkan adalah:

1. *Supplier* bahan plastik untuk *packaging* yang akan diambil dari Pasar Sederhana dan Memorapak

2. *Supplier* daging di Pasar Kosambi
3. *Supplier* sayuran, mie dan bumbu yang diambil dari Pasar Sederhana.

Key Activities meliputi:

1. Produksi:

- a. Pembelian bahan baku daging dan sayur yang akan dibeli oleh pegawai setiap hari dari pedagang grosir di Pasar Kosambi Jalan Jendral Ahmad Yani no. 60, Bandung.
- b. Pembelian wadah plastic dari *supplier* Memorapak dan Pasar Sederhana.
- c. Menyiapkan bahan yang akan dimasak.

Bahan baku yang akan digunakan di restoran ini adalah daging sapi, tetelan, tahu, bawang daun serta bumbu-bumbu masakan yang akan digunakan (ebi, bawang putih, lada, minyak, garam, penyedap, gula, bumbu jadi, aci kawung, dll)

- d. Pengolahan bahan-bahan yang telah disiapkan menjadi makanan yang telah diolah (bakso polos, bakso bawang, bakso aci, dan bakso tahu)
- e. Jika ada konsumen yang ingin membeli produk ini untuk dibawa pulang, juru masak akan langsung mengemas bakso, mie, dan bumbu dalam wadah plastic dan diberi sendok untuk memudahkan konsumen mengkonsumsi dimanapun karena wadah makanan ini praktis.

Key Resources:

- a. Tempat dan bangunan usaha kuliner Bakso Ika Asgar

- b. Sumber daya manusia yang diberdayakan di usaha kuliner memiliki lima orang karyawan.
- c. Peralatan dan perlengkapan yang akan digunakan untuk mengolah bahan yang ada yaitu : wajan, kompor, panci, tabung gas, spatula, baskom, pisau, alas pemotong.

Value Propotions:

Menjual makanan yang berkualitas dan harga kompetitif.

Customer Segments:

1. Konsumen yang bekerja di Jalan Jendral Ahmad Yani
2. Usia yang akan membeli produk ini dari usia 16 tahun hingga usia 60 tahun.
3. Masyarakat yang berada di sekitar Jalan Jendral Ahmad Yani.

Customer Relationships:

1. Membangun hubungan dengan pelanggan dengan cara menerima kritik dan saran.
2. Menyediakan program promo
3. Menyediakan nomor kontak untuk melayani umpan balik ataupun keluhan konsumen.

Channels:

1. Menggunakan *website* restoran Bakso Ika Asgar.
2. Menggunakan nomor *telephone* yang dipasang di restoran untuk pemesanan makanan jika ingin memesan produk *by request* atau pemesanan banyak untuk acara dan arisan.

3. Menggunakan Instagram, Twitter, dan Facebook untuk media sosial promosi restoran Bakso Ika Asgar.

Cost Structure:

1. Modal awal untuk membangun sebuah restoran
2. Gaji karyawan
3. Biaya bahan baku dan kemasan
4. Biaya Operasional
5. Biaya Promosi

Revenue Stream:

Pendapatan restoran ini berasal dari perkiraan rata-rata penjualan dengan harga jual untuk satu unit makanan dijual dengan harga Rp. 25.000.

5.3 Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang Dan Ancaman

Strength (kekuatan):

1. Menjual bakso khas asli Garut
2. Melayani konsumen dengan waktu yang cepat
3. Menjual bakso tanpa bahan pengawet
4. Pengemasan makanan dengan bahan *food grade* agar bahan yang dijual aman dan sehat (tidak memakai styrofoam/yang tidak ramah lingkungan)

Weakness (kelemahan):

1. Jika makanan tidak habis, harus dibuang (tidak untuk stok hari berikutnya)

2. Memiliki fluktuasi rasa, hal tersebut dapat disebabkan karena pemakaian bahan baku yang tidak memenuhi standar/tidak segar, penambahan bumbu kurang sesuai resep, cara pengolahan bervariasi.

Opportunity (peluang):

1. Dengan semakin meningkatnya populasi masyarakat dan pendatang di Kota Bandung dapat meningkatkan potensi penjualan.
2. Dapat menjual sistem untuk arisan dan nikahan atau segala jenis acara untuk meningkatkan omset.

Threat: Ancaman yang akan peneliti terima dalam usaha ini adalah

1. Terdapat banyak kompetitor usaha kuliner lainnya.
2. Harga bahan baku sewaktu-waktu dapat berubah sesuai harga pasaran.

Tabel 5. 3 Matriks SWOT

<p>Faktor Eksternal/ Faktor Internal</p>	<p>Kekuatan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menu bakso khas asli Garut 2. Pelayanan cepat 3. Menjual bakso tanpa bahan pengawet 4. Kemasan <i>food grade</i> 	<p>Kelemahan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jika makanan tidak habis, makanan harus dibuang 2. Potensi fluktuasi rasa
<p>Peluang:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemandang baru 2. Terbuka untuk melayani berbagai acara 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjual bakso dengan pelayanan yang cepat (estimasi waktu 5 ke tangan konsumen) 2. Menjual bakso tanpa pengawet, kemasan praktis dan menarik untuk <i>take away</i> 3. Menggunakan kemasan khusus untuk makanan 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat sistem stok opname dan <i>sales forecasting</i> 2. Menjaga kompetensi juru masak
<p>Ancaman:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetitor usaha kuliner yang lain 2. Harga bahan baku sewaktu-waktu berubah 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inovasi produk 2. Memiliki alternatif pemasok bahan baku 3. Membuat kontrak kerja dengan pemasok bahan 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mencatat dan melakukan analisis tren pembeli 2. Membuat standar kerja melalui SOP dan diperbarui berdasarkan kejadian yang terjadi

Strategi S-O:

Matriks tabel SO di atas menjelaskan bahwa mendapatkan kekuatan dan peluang dari rencana bisnis Bakso Ika Asgar dengan menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan internal bisnis untuk memanfaatkan peluang bisnis.

Strategi yang dapat dibuat:

1. Menjual bakso dengan memberikan pelayanan yang cepat ke konsumen dengan estimasi waktu 5 menit.
2. Menjual makanan tanpa pengawet dengan kemasan praktis dan menarik untuk *take away*.
3. Menggunakan kemasan khusus untuk makanan (*food grade*)

Strategi W-O:

Matriks tabel W-O di atas menjelaskan bahwa mendapatkan kelemahan dan peluang dari rencana bisnis Bakso Ika Asgar dengan menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan internal bisnis untuk memanfaatkan peluang bisnis.

Strategi yang dapat dibuat:

1. Membuat sistem stok opname dan *sales forecasting* untuk mengurangi/menghindari stok makanan yang dibuang ketika tidak bisa digunakan.
2. Menjaga kompetensi juru masak, dengan menerapkan dan memperbarui SOP dan pemberian *training* yang cukup.
3. Menjaga kesegaran dan kualitas bahan, menjaga mutu pasokan bahan baku.

Strategi S-T:

Matriks tabel S-T di atas menjelaskan bahwa mendapatkan kekuatan bisnis ini dan ancaman dari rencana bisnis Bakso Ika Asgar dengan menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan internal bisnis untuk memanfaatkan ancaman bisnis yang akan datang.

Strategi yang dapat dibuat:

1. Membuat inovasi produk baru dengan varian makanan lainnya
2. Memiliki alternatif pemasok untuk bahan baku, secara rutin perlu dilakukan pengecekan ke pasar atau membuka *networking*.
3. Membuat kontrak kerja dengan pemasok bahan.

Strategi W-T:

Matriks tabel W-T di atas menjelaskan bahwa mendapatkan kelemahan bisnis ini dan ancaman dari rencana bisnis Bakso Ika Asgar dengan menciptakan strategi yang menggunakan kelemahan internal bisnis untuk mengurangi ancaman bisnis yang akan datang. Strategi yang dapat dibuat adalah:

1. Mencatat dan melakukan analisis tren berdasarkan kejadian yang terjadi yang berarti bahwa pemilik usaha ini dapat melakukan perkiraan penjualan dan perkiraan konsumen yang datang di restoran untuk waktu-waktu tertentu (misalnya: hari besar dapat meningkatkan penjualan makanan di restoran)
2. Membuat standar kerja melalui SOP dan diperbarui berdasarkan kejadian/pengalaman yang terjadi.

5.4 Analisis Keuangan

Aspek analisis terakhir yang tidak kalah pentingnya adalah aspek keuangan. Aspek keuangan mencakup modal awal, biaya tetap, biaya variabel, perkiraan harga bahan baku/kemasan, penetapan harga dan perkiraan pendapatan. Analisis keuangan yang akan digunakan adalah *break event point*, *payback period* dan IRR, yang pada akhirnya akan berguna untuk menentukan kelayakan rencana bisnis kuliner Bakso Ika Asgar ini.

Berikut ini merupakan rincian perkiraan biaya dari kebutuhan rencana pendirian usaha kuliner Bakso Ika Asgar yang terdiri dari modal awal sebesar Rp 33.684.000 dengan perincian yang ada di tabel 5.5, yang dilengkapi dengan perincian detail biaya peralatan sebesar Rp 28.818.000 pada tabel 5.6 dan biaya detail untuk membuat dekor ruangan sebesar Rp 1.460.000 pada tabel 5.7

Tabel 5. 4 Modal Awal

Nama item	Kuantitas	Harga	Total harga
Perlengkapan *			28.818.000
Dekor ruang *			1.460.000
Mesin Kasir	1	2.850.000	2.850.000
Meja kasir	1	500.000	500.000
Buku menu	8	7.000	56.000
Biaya sewa	12	4.000.000	48.000.000
TOTAL			81.684.000

Tabel 5. 5 Perkiraan Harga Peralatan*

Nama Item	Kuantitas	Harga	Total Harga
Kulkas	1	4.500.000	4.500.000
Wajan	2	100.000	200.000
Alas Pemotong	2	30.000	60.000
Pisau (set)	3	75.000	225.000
Kompor (2 tungku)	2	450.000	900.000
Penyaring	5	10.000	50.000
Timbangan dapur digital	1	75.000	75.000
Nampan	6	50.000	300.000
Baskom	5	30.000	150.000
Tabung gas (3kg)	3	80.000	240.000
Kain lap (serbet)	6	3.000	18.000
Kipas angin	1	150.000	150.000
Exhaust stove	1	1.000.000	1.000.000
Panci	4	50.000	200.000
Buleng	2	2.500.000	5.000.000
Toples besar	5	14.000	70.000
Meja	8	850.000	6.800.000
Kursi	32	270.000	8.640.000
Kursi Plastik	8	30.000	240.000
TOTAL			28.818.000

Tabel 5. 6 Perkiraan Harga Dekor Ruang*

Nama Item	Kuantitas	Harga	Total Harga
Cat	2	145.000	290.000
Hiasan dinding	8	50.000	400.000
Rak	1	200.000	200.000
Lampu	6	95.000	570.000
TOTAL			1.460.000

Tabel 5.8 di bawah ini berisikan perhitungan nilai depresiasi dari mulai rencana usaha sampai tahun kelima. Nilai depresiasi disesuaikan dengan umur barang, jika dalam waktu dua tahun sudah rusak maka diawal tahun ketiga harus membeli lagi. Sebagai contoh nilai depresiasi tahun pertama sebesar Rp 4.771.750 Nilai depresiasi perlu diketahui sebagai salah satu faktor biaya produksi, yang nantinya perlu untuk menentukan harga jual produk.

Tabel 5. 7 Nilai Depresiasi Lima Tahun

Nama item	Qyt	Harga	Total harga	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Perlengkapan *			28.818.000	5.763.600	5.763.600	5.763.600	5.763.600	5.763.600
Mesin Kasir	1	2.850.000	2.850.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000
Meja kasir	1	500.000	500.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
TOTAL			32.168.000	6.433.600	6.433.600	6.433.600	6.433.600	6.433.600

Tabel 5.9 menjelaskan tentang biaya promosi yang diperlukan untuk memberi informasi keberadaan dan program dari Bakso Ika Asgar. Biaya promosi tahun pertama sebesar Rp 6.056.000. , dimana merupakan biaya tertinggi dari tahun pertama sampai tahun kelima, hal ini diperlukan untuk mendukung usaha bisnis yang baru. Rencana promosi yang akan dilakukan berupa pemasangan spanduk,

pembagian brosur, pembuatan website dan promosi melalui media sosial. Tabel 5.10 menjelaskan tentang perincian perkiraan biaya operasional yang berguna untuk menjalankan unit usaha sendiri, seperti biaya retribusi keamanan dan kebersihan, pulsa, gas, air, listrik.

Tabel 5. 8 Biaya Promosi (tidak ada patokan)

Nama item	Qyt	Harga	Total harga
Spanduk	10	250000	2.500.000
Brosur	500	300	150000
Website	1	2.850.000	2.850.000
Social Media	1	500.000	500.000
Endorsement	8	7.000	56.000
TOTAL			6.056.000

Pada tabel 5.11 dijelaskan terkait perincian biaya penggajian karyawan yang terdiri dari gaji pokok dan kompensasi (termasuk biaya lembur dengan asumsi Rp500.000 per bulan per karyawan), karyawan terdiri dari lima orang dengan posisi kasir, juru masak dan pelayan. Besaran gaji pokok ditentukan berdasarkan tingkat kompetensi yang dibutuhkan. Besaran kenaikan gaji diasumsikan sebesar 10% per tahun.

Tabel 5. 10 Gaji dan Kompensasi Karyawan

							Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
							Asumsi Kenaikan				
							10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%
Jabatan	Jumlah Karyawan	Kompensasi				Total Gaji (Tahunan)	Gaji bulanan				
		Gaji Pokok	Uang makan	Uang Transport	Premi kehadiran						
Kasir	1	1.800.000	20.000	10.000	10.000	41.532.000	3.311.000	3.491.000	3.689.000	3.906.800	4.146.380
Juru masak	1	1.900.000	20.000	10.000	10.000	42832000	3.411.000	3.601.000	3.810.000	4.039.900	4.292.790
Pelayan	3	1.700.000	20.000	10.000	10.000	40232000	3.211.000	3.381.000	3.568.000	3.773.700	3.999.970
						124.596.000	9.933.000	10.473.000	11.067.000	11.720.400	12.439.140
Total rencana penjualan per bulan:						Gaji per bulan+THR	10.428.000	10.968.000	11.611.500	12.319.350	13.097.985
						Porsi	2.080	2080	2.080	2.080	2.080
						Rate gaji per porsi	5013	5273	5582	5923	6297

Pada tabel 5.11 dapat dilihat bahwa untuk gaji setiap porsinya membutuhkan biaya bahan baku Rp 15.000, bahan kemasan Rp 2.500 , variabel (merupakan biaya operasional seperti listrik, gas, air) Rp 12.005.000 sebulan dan Rp 150.116.000 selama setahun, sehingga biaya per porsi memerlukan Rp 17.500. dan harga jual per porsi sebesar Rp 25.000. sehingga laba bersih sesudah pajak di tahun pertama sebesar Rp 373.413.000. Dan di asumsikan kenaikan 10% pertahun.

Tabel 5. 11 Biaya Tetap, Variabel dan Depresiasi

paket aci		paket tetelan	
	harga		harga
tahu	1500	tahu	1500
kaldu	1200	kaldu	1200
mie	2400	mie	2400
baso polos	2300	baso polos	2300
sayur	1500	sayur	1500
baso bawang	3600	baso bawang	3600
bumbu	500	bumbu	500
aci	2000	tetelan	2000
total HPP	15000	total HPP	15000

biaya operasional		
deskripsi	harga (bulan)	harga (tahun)
gaji	9000000	108000000
gas	680000	8160000
kebersihan/keamanan	500000	6000000
promosi		6056000
Pulsa	750000	9000000
Listrik	135000	1620000
Air	100000	1200000
tissue,sabun,dll	740000	8880000
total biaya operasional	11905000	148916000

skenario mendekati real						
deskripsi		tahun 1	tahun 2	tahun 3	tahun4	tahun 5
pemasukan	paket tetelan	1035000000	1138500000	1252350000	1377585000	1515343500
	paket aci	828000000	910800000	1001880000	1102068000	1212274800
total pemasukan		1863000000	2049300000	2254230000	2479653000	2727618300
pengeluaran	paket tetelan	621000000	683100000	751410000	826551000	909206100
	paket aci	496800000	546480000	601128000	661240800	727364880
total pengeluaran		1117800000	1229580000	1352538000	1487791800	1636570980
biaya operasional		150116000	165127600	181640360	199804396	219784836
laba sebelum bunga dan pajak		595084000	654592400	720051640	792056804	871262484
pajak		148771000	163648100	180012910	198014201	217815621
laba bersih sesudah pajak		446313000	490944300	540038730	594042603	653446863

		skenario optimis				
deskripsi		tahun 1	tahun 2	tahun 3	tahun4	tahun 5
pemasukan	paket tetelan	1080000000	1188000000	1306800000	1437480000	1581228000
	paket aci	864000000	950400000	1045440000	1149984000	1264982400
total pemasukan		1944000000	2138400000	2352240000	2587464000	2846210400
pengeluaran	paket tetelan	648000000	712800000	784080000	862488000	948736800
	paket aci	518400000	570240000	627264000	689990400	758989440
total pengeluaran		1166400000	1283040000	1411344000	1552478400	1707726240
biaya operasional		150116000	165127600	181640360	199804396	219784835.6
laba sebelum bunga dan pajak		627484000	690232400	759255640	835181204	918699324.4
pajak		156871000	172558100	189813910	208795301	229674831.1
laba bersih sesudah pajak		470613000	517674300	569441730	626385903	689024493.3

Tahapan berikutnya adalah melakukan analisis keuangan untuk rencana usaha kuliner Bakso Ika Asgar berdasarkan *break event point*, *payback period*, dan *Internal Rate of Return/IRR*.

5.4.1 Break Event Point

Break Even Point adalah keadaan dimana suatu usaha tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi, jika jumlah pendapatan (*revenue*) sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan, atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja.

Analisis rencana usaha Bakso Ika Asgar:

Total biaya tetap dihitung dari gaji karyawan, sewa tempat, promosi pembelian penggantian alat, diperlukan Rp 216.826.000 per tahun (termasuk biaya depresiasi)

AVC = *Average Variable Cost*, dihitung dari kebutuhan biaya bahan baku, kemasan dan biaya variabel yang lain seperti listrik, kebutuhan gas, air. AVC dihitung biaya bahan baku (Rp 15.000/porsi), kemasan (Rp 2.500 /porosi), jadi total AVC = Rp 17.500

Sedangkan harga jual yaitu Rp 25.000/porosi.

Jadi *break even point* untuk rencana usaha Bakso Ika Asgar adalah 28910 porsi (harus bisa menjual sejumlah porsi tersebut untuk mencapai titik impas), jika dalam rupiah sebesar Rp 722.753.333.

Tabel 5. 9 Break Even Point Pesimis, Average dan Most Likely

	Penjualan porsi per hari	Harga jual	Total investasi	AVC	BEP
Pesimis	180	25000	74018000	17500	12390
Mendekati Real	207	25000	74018000	15000	28910
Optimis	216	25000	74018000	14000	15847

Pada tabel 5.13 di atas menjelaskan bahwa untuk scenario penjualan pesimis sebanyak 180 unit per hari titik impas/BEP akan tercapai saat penjualan sebanyak 12390 Sedangkan untuk skenario penjualan optimis sebanyak 216 Unit per hari titik impas akan tercapai saat penjualan 15847 unit.

5.4.2 Payback Period (Pengembalian Investasi)

Salah satu analisis keuangan yang akan dipakai berikutnya adalah *payback period*, yang ini sejalan dengan apa yang disampaikan (DeMarzo, 2014), bahwa *payback period* bisa sebagai salah satu alternatif pengambilan keputusan untuk suatu rencana/proyek. Aturan investasi *payback* menyatakan bahwa anda hanya menerima sebuah proyek jika *cash flow* bisa membayarkan kembali investasi awal dalam jangka waktu tertentu. Pada rencana usaha Bakso Ika Asgar, total investasi yang diperlukan Rp 40.000.000 , sedangkan *net cash flow* Rp 31.117.750 per bulan.

Payback period = Total investasi : *Net cash flow* (laba selama sebulan x 12 bulan)

Disampaikan oleh (DeMarzo, 2014) bahwa tidak ada aturan pasti berapa besaran *payback period*. Dari perhitungan diatas *payback period* rencana usaha Bakso Ika Asgar memberi *payback period* 0,1Tahun, jadi dari analisis keuangan *payback period* rencana usaha ini layak untuk dilaksanakan.

Tabel 5. 10 *Payback Period* Pesimis, Average dan Most Likely

	Penjualan porsi per hari	Harga jual	Total investasi	Net cash flow/thn	PP (tahun)
Pesimis	180	25000	118018000	373413000	1,5 bulan
Mendekati Real	207	25000	118018000	446313000	1 bulan
Optimis	216	25000	118018000	470613000	15 hari

5.4.3 IRR (Internal Return of Rate)

Analisis keuntungan yang lain yang akan dipakai untuk mengambil keputusan tentang rencana usaha kuliner Bakso Ika Asgar adalah IRR. IRR didefinisikan sebagai suatu nilai dimana *Net Present Value*/NPV dari investasi sama dengan nol. NPV adalah nilai moneter hari ini untuk pembayaran masa depan dipotong dengan angka bunga tahunan atau merupakan pengembalian rata-rata yang diperoleh dengan mengambil peluang investasi. Jika lebih besar nilai IRR nya maka bisnis tersebut memiliki peluang keuntungan bisnis/investasi.

Net cash flow/ arus kas bersih = *cash in* (arus masuk) – *cash out* (arus keluar) = total keuntungan. Sedangkan tingkat suku bunga bank yang digunakan adalah 6% pertahun.

Tabel 5. 11 Perhitungan IRR

net cash flow		cash flow	6%	npv
Y0	0	-118018000		-118018000
Y1	1	374313000		353125472
Y3	3	452918730		380279299
Y4	4	498210603		394629462
Y5	5	548031663.3		409521139
				1419537372
				334%

Jadi rencana usaha Bakso Ika Asgar untuk penjualan 207 porsi per hari akan memberi nilai IRR pada tahun kelima sebesar 334%, dan nilai ini lebih besar dibanding dengan jika disimpan di bank, sehingga dapat disampaikan bahwa rencana usaha kuliner Bakso Ika Asgar dapat diteruskan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Business Plan dapat menggambarkan persiapan dan calon pelaku usaha yang akan terjun langsung dalam dunia bisnis. Seberapa jauh persiapan calon pelaku bisnis yang dilakukan untuk mempersiapkan usaha yang akan di bangun kedepannya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Lingkungan Eksternal dan Internal

Analisis situasi lingkungan eksternal dalam usaha Bakso Ika Asgar ini mengacu pada teori PEST (politik, ekonomi, sosial budaya, dan politik). Sedangkan lingkungan internal dilakukan menggunakan metode SWOT (*strength, weakness, opportunity, dan threats*). Hal tersebut dapat ditunjukkan bahwa dengan hasil analisis PEST dan matriks SWOT dibahas secara mendalam pada bab sebelumnya. Dari hasil pembahasan tersebut, kelemahan pada usaha kuliner ini adalah kemungkinan untuk membuang makanan yang tidak terjual karena tidak memakai nya bahan pengawet sehingga diperlukan kemampuan atau sistem untuk bisa melakukan stock opname, *sales forecasting* dan hubungan dengan pemasok bahan baku yang baik. Cara pengemasan juga perlu dilakukan dengan baik dan benar sehingga tidak membuat resiko produk tumpah saat diterima atau akan dikonsumsi.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT didapatkan dari matriks internal dan eksternal perusahaan:

Strategi S-O (*Strength-Opportunity*)

Dari strategi ini memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada dari perusahaan. Beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan adalah menjual makanan yaitu bakso asli dari Garut dengan pelayanan yang cepat layaknya pelayanan *fast food*, pelayanan yang cepat ini dilakukan agar konsumen merasa senang dan tidak merasa terbuang waktu saat membeli makanan. Usaha kuliner ini juga menjual makanan tanpa bahan pengawet dan dikemas dengan bahan *food grade* (tidak memakai sterofoam yang tidak ramah lingkungan)

Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*)

Berdasarkan strategi ini, peneliti dapat melihat kelemahan dan peluang yang ada dari usaha ini. Strategi yang dapat digunakan adalah membuat bakso yang dibuat oleh juru masak yang handal dan terlatih, standarisasi rasa dalam memasak makanan sehari-hari dengan bumbu masakan sesuai standar resep dan cara pengolahan sesuai SOP, menyediakan produk makanan sesuai dengan jumlah penjualan yang telah dihitung dalam *sales forecasting* agar stok makanan yang dibuat tidak berlebih dan akhirnya terbuang.

Strategi S-T (*Strength-Threats*)

Strategi ini adalah berdasarkan dari kekuatan dan ancaman yang ada. Strategi yang digunakan adalah membuat inovasi dalam produk yang memenuhi selera target konsumen, mengembangkan alternatif pemasok untuk bahan baku dan kemasan. Hal ini diperlukan untuk mengantisipasi jika pemasok yang tidak dapat

mengirimkan barang yang kita inginkan atau terjadi kenaikan harga sehingga pemilik usaha ini dapat memilih pemasok lain dengan harga yang terjangkau dan kestabilan pengiriman.

Strategi W-T(*Weakness-Threats*)

Berdasarkan strategi kelemahan dan ancaman yang akan terjadi. Strategi yang dapat dilakukan adalah menganalisis tren pembeli untuk menjadi masukan rencana aksi yang diperlukan, membuat SOP serta membuat pembaharuan berkala kejadian yang terjadi untuk menjaga kualitas produk.

Analisis Rencana Pemasaran

Analisis Rencana Pemasaran dilakukan dengan *segmenting, targeting, positioning* dan bauran pemasaran. Pada analisis ini, usaha kuliner ini mempunyai target konsumen yaitu seluruh masyarakat di Kota Bandung, khususnya pekerja yang berada di sekitar Jalan Jendral Ahmad Yani dan secara umum untuk masyarakat yang tinggal di kawasan tersebut.

Analisis Sumber Daya Manusia

Berdasarkan analisis sumber daya manusia, rencana usaha Bakso Ika Asgar ini mempunyai *set-up* dengan kebutuhan lima karyawan untuk posisi juru masak, kasir dan tiga pelayan. Rencana dalam perekrutan karyawan akan dicari melalui pengumuman dan *networking* dengan kualifikasi yang sudah ditentukan sebelumnya oleh pemilik usaha. *Training* pun akan diberikan untuk memahami SOP yang telah dibuat, penanaman nilai-nilai usaha Bakso Ika Asgar. Gaji dan kompensasi karyawan ditentukan berdasarkan posisi atau kontribusi mereka terhadap usaha sehingga diharapkan dapat menjaga motivasi dan tingkat disiplin.

Tugas manajemen SDM akan dipegang oleh pemilik usaha sendiri, focus untuk menghasilkan karyawan yang kompeten dan juga berdedikasi tinggi.

Analisis *Business Model Canvas*

Berdasarkan analisis metode *business model canvas* meliputi *key activities*, *key partnership*, *key resources*, *value propotions*, *channels*, *customer relationships*, *cost structure*, *revenue stream* dan *customer segments*. Dalam penelitian ini untuk mendukung berjalannya proses usaha Bakso Ika Asgar, berikut adalah *Business Model Canvas* :

<i>Key Partnership</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propotions</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
1. Supplier kemasan 2. Supplier daging 3. Pedagang sayuran, mie dan bumbu	1. Pembelian bahan baku 2. Pengelohan bahan baku 3. Pengemasan dan penyajian produk 4. Pelayanan kepada konsumen	Menjual makanan yang berkualitas dan harga kompetitif	Membangun hubungan dengan pelanggan denngan cara menerima kritik, masukan. Program promo Menyediakan nomor kontak untuk melayani umpan balik ataupun keluhan konsumen	Konsumen yang bekerja di sekitar Jalan Jendral Ahmad Yani (berusia 16-60 tahun)
	<i>Key Resources</i>		<i>Channels</i>	
	Tempat dan bangunan SDM Peralatan dapur Bahan baku, kemasan		Restoran di Jl. Jendral Ahmad Yani, website, sosial media	
<i>Cost Structure</i>		<i>Revenue Streams</i>		
Modal awal, biaya operasional		Rata-rata penjualan produk		

Analisis Keuangan

Analisis keuangan untuk kelayakan pembuatan perusahaan usaha kuliner Bakso Ika Asgar ini berbasis *break event point*, *payback period* dan *internal rate of returns*. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan dengan rencana target penjualan sebanyak 216 unit per hari, dapat diketahui bahwa titik impas dari rencana usaha ini adalah 28910 unit atau Rp 722.753.333 (dengan rencana harga jual Rp. 25.000 per unit). Sedangkan dari perhitungan *payback period* dihasilkan nilai dua tahun dan tiga bulan, berarti rencana usaha ini akan bisa membayar kembali investasi awal dalam jangka waktu 1 bulan. Untuk perhitungan *internal rate of returns* menghasilkan nilai 334%, yang menunjukkan angka yang lebih tinggi dari tingkat suku bunga bank. Dengan menggunakan analisis keuangan berbasis BEP, PP, dan IRR, dapat disimpulkan bahwa rencana usaha kuliner Bakso Ika Asgar ini layak untuk diterapkan.

- a. BEP pada penjualan 28910 Unit (dengan harga jual Rp. 25.000 per unit)
- b. Untuk *payback period* akan mendapatkan waktu 1 bulan, dengan catatan Dengan nilai PP yang lebih besar dari tiga tahun ini maka untuk skenario pesimis (penjualan sebanyak 216 porsi per hari), maka berdasarkan analisis PP disarankan rencana usaha ini tidak dilakukan.
- c. Nilai *Internal Rate of Return/IRR* yang didapat adalah 334% dengan catatan harga jual Rp. 25.000 per porsi di tahun pertama.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan, dapat disampaikan bahwa rencana usaha kuliner Bakso Ika Asgar ini memberikan kesimpulan positif atau layak dilaksanakan. Dari hasil kesimpulan tersebut, investor dapat menanamkan modal untuk mengembangkan bisnis ini dan dapat mengambil keuntungan dari bisnis ini. Berikut ini merupakan saran yang dapat dilakukan untuk pemilik usaha Bakso Ika Asgar ini adalah:

1. Tetap memegang tiga prinsip dasar strategi bisnis yang dianjurkan (Kotler & Keller, 2014), yaitu *innovation*. Hal ini perlu diperhatikan karena sesudah usaha berjalan, kompetisi akan berjalan semakin ketat, lebih susah untuk menjaga usaha dibanding mendirikan, pemilik usaha cenderung untuk melakukan banyak hal atau variasi usaha yang lain atau pun banyak gangguan yang lain.
2. Secara berkala rutin untuk melakukan *environmental scanning* menggunakan PEST dan SWOT.
3. Secara konsisten mencari peluang baru atau alternative dalam pemasaran. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menggunakan teknologi informasi, melakukan program promo, mengajukan proposal ke institusi.
4. Bisnis ini harus dapat memberikan inovasi produk dengan cara mengembangkan menu-menu yang baru dan sesuai dengan minat mahasiswa sebagai *customer segment* restoran ini.
5. Memperbarui SOP yang ada berdasarkan kejadian yang sudah dan akan terjadi.

6. Menjaga hubungan baik dengan pemasok kunci bahan baku dan kemasan, walaupun demikian tetap mencari alternative pemasok yang terbaik dari sisi harga dan kontinuitas.
7. Mengembangkan sistem *sales forecasting* yang lebih baik berdasarkan data yang ada.
8. Melakukan *review* jumlah pada karyawan, gaji/kompensasi dan kompetensi SDM berdasarkan tingkat kemajuan usaha.

Daftar Pustaka

- Alwi, S. (1994). *Alat-alat Analisis Dalam Pembelajaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Anthony, R. N. (2006). *Net Present Value and Internal Rate of Return: Accounting for Time*. USA, Boston: Harvard Business School Press.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2016). *Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk di Kota Bandung 2011 - 2016* . Retrieved from Badan Pusat Statistik Kota Bandung:
<https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/08/29/106/-jumlah-penduduk-dan-laju-pertumbuhan-penduduk-di-kota-bandung-2011---2016-.html>
- Brown, R. D., & Petrello, G. J. (1976). *Introduction to Business, An Integration Approach*. California: Glen Coe Press.
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategi. Buku 1, Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Salemba Empat.
- DeMarzo, P. (2014). *Corporate Finance*. Stanford: Pearson.
- Ford, B. R., Bornnstein, J. M., & Pruitt, P. T. (2008). *Business Plan - Panduan Rencana Usaha Anda, The Ernst and Young, Cetakan ke-1*. Jakarta: Ufukpress.
- Handoko, H. (1999). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFÉ.
- Hariandja, M. T. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Grasindo.

- Hasibuan, M. S. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hisrich, P. (1995). *Entrepreneurship*. New York, USA: Mc Graw Hill inc.
- Jogiyanto. (2005). *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kalahi, L. (n.d.). *Makanan Yang Menjadi Sumber Energi Bagi Tubuh*. Retrieved from Info Kesehatan:
<https://manfaatnyasehat.blogspot.com/2014/03/makanan-yang-menjadi-sumber-energi.html>
- Kotler, P., & Keller, K. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- McCharty, J. (2009). *Pemasaran Dasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. (1997). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Yogyakarta: STIE-YKPN.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*.
- Pride, & Ferrel. (1995). *Pemasaran: Teori dan Praktek Sehari-Hari*. Jakarta: Binapura Aksara.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis dan Business Plan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.