

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

A. Data Perusahaan

1. Nama Perusahaan
2. Bidang Usaha
3. Jenis Produk / Jasa
4. Alamat Perusahaan
5. Nomor Telepon
6. Nomor Alamat E-mail
7. Bentuk Badan Hukum
8. Mulai Berdiri

B. Pemilik Perusahaan



1. Nama
2. Jabatan
3. Tempat / Tanggal Lahir
4. Alamat Rumah
5. Nomor Telepon
6. Alamat E-mail
7. NIM
8. Program Studi



1. Nama

2. Jabatan

3. Tempat / Tanggal Lahir

4. Alamat Rumah

5. Nomor Telepon

6. Alamat E-mail

7. NIM

8. Program Studi



1. Nama

2. Jabatan

3. Tempat / Tanggal Lahir

4. Alamat Rumah

5. Nomor Telepon

6. Alamat E-mail

7. NIM

8. Program Studi

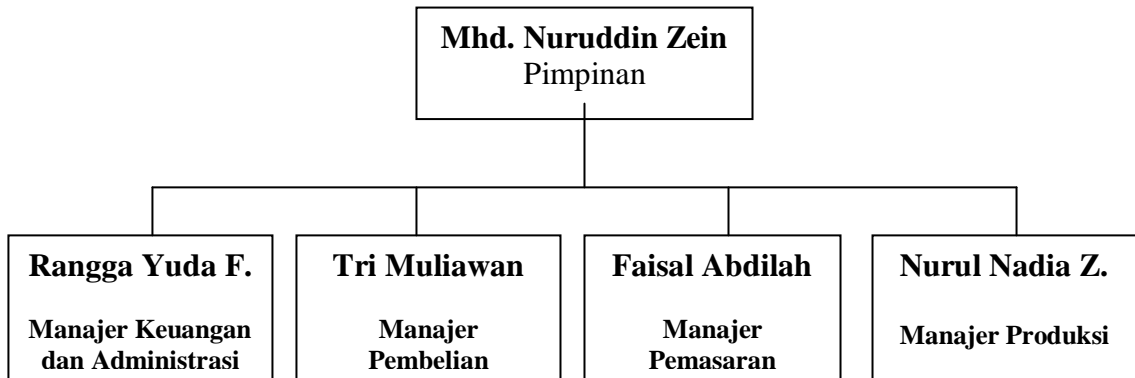


1. Nama
2. Jabatan
3. Tempat /Tanggal Lahir
4. Alamat Rumah
5. Nomor Telepon
6. Alamat E-mail
7. NIM
8. Program Studi



- 1 Nama
- 2 Jabatan
- 3 Tempat / Tanggal Lahir
- 4 Alamat Rumah
- 5 Nomor Telepon
- 6 Alamat E-mail
- 7 NIM
- 8 Program Studi

C. Struktur Organisasi



Gambar 2.1: Struktur Organisasi Usaha Donat Kentang

Struktur organisasi diperlukan untuk membedakan batas-batas wewenang dan tanggung jawab secara sistematis yang menunjukkan adanya hubungan/keterkaitan antara setiap bagian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Demi tercapainya tujuan umum suatu usaha diperlukan suatu wadah untuk mengatur seluruh aktivitas maupun kegiatan usaha tersebut. Wadah tersebut disusun dalam suatu struktur organisasi dalam usaha.

Melalui struktur organisasi yang baik, pengaturan pelaksanaan dapat diterapkan, sehingga efisiensi dan efektivitas kerja dapat diwujudkan melalui kerja sama dengan koordinasi yang baik sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai. Dalam melaksanakan pengorganisasian (*organizing*), ada dua kegiatan penting yang harus dilakukan, yaitu:

a. Menentukan bentuk/struktur organisasi perusahaan

Bentuk/struktur organisasi perusahaan harus disesuaikan dengan kegiatan yang dijalankan perusahaan. Pimpinan perusahaan harus menentukan struktur

organisasi yang terbaik untuk menjalankan kegiatan ke arah pencapaian tujuan yang telah ditentukan.

- b. Menentukan wewenang, tugas, dan tanggung jawab kepada setiap orang yang bekerja di perusahaan, terutama para manajernya (Hutagalung, dkk, 2010).

Perusahaan bakso goreng krenyeous tersebut menentukan bentuk/struktur organisasi perusahaan, yaitu:

Struktur organisasi sangat dibutuhkan dalam suatu organisasi. Karena dengan struktur organisasi kita dapat memahami bagian dan kerja masing-masing setiap anggota organisasi yang mana ini juga mencerminkan sikap profesionalisme suatu perusahaan atau organisasi.

Untuk saat ini dalam struktur organisasi kami hanya masih 5 orang termasuk penulis yang terlibat dalam pengelolaan rencana ini. Kedepannya akan lebih banyak lagi tenaga kerja yang akan diserap. Penulis yakin ketika usaha ini telah berjalan akan menjadi usaha yang berkembang dan menjadi perusahaan yang besar.

1. Uraian tugas

Berikut ini adalah uraian tugas dari setiap unit yang terdiri dari :

a. Pimpinan

Bertanggung jawab atas perencanaan, pengkoordinasian, pengarahan, dan pengawasan, serta peningkatan mutu.

Job description :

- 1) Memimpin dan mengendalikan semua kegiatan usaha Donat Kentang
- 2) Merencanakan dan menyusun program kerja

- 3) Membina karyawan cabang
 - 4) Mengurus dan mengelola kekayaan perusahaan cabang
 - 5) Mewakili perusahaan cabang baik di dalam maupun di luar pengadilan
- Kualifikasi: Minimal sedang berkuliah, usia minimal 19 tahun, mutu pribadi, disiplin, motivasi kerja tinggi, perhatian, mandiri, mampu mempengaruhi orang lain, mampu membuat keputusan, bersikap adil dan bertanggung jawab.

b. Manajer keuangan dan administrasi

Job description:

- 1) Mengendalikan kegiatan-kegiatan bidang keuangan
 - 2) Mengendalikan program dan pendapatan pengeluaran keuangan
 - 3) Merencanakan dan mengendalikan sumber-sumber pendapatan serta pembelanjaan dan kekayaan perusahaan
 - 4) Mencatat setiap transaksi dan tugas administrasi lainnya
 - 5) Melaksanakan tugas sesuai perintah
 - 6) Dalam menjalankan tugasnya bertanggung jawab pada pimpinan
- Kualifikasi: Telah berpengalaman di bidangnya, mutu pribadi; perhatian, disiplin, motivasi tinggi, mampu bekerja sama, mandiri, berorientasi pada pelanggan, teliti.

c. Manajer pembelian

Job description:

- 1) Mengelola pemasukan, kualitas dan harga tepat

- 2) Melakukan pembelian bahan-bahan agar rencana operasi dapat dipenuhi dengan pembelian bahan-bahan dan peralatan tersebut pada tingkat di mana perusahaan akan mampu bersaing dalam memasarkan produknya
- 3) Mengikuti perkembangan bahan-bahan baru yang dapat menguntungkan dalam proses produksi, perkembangan dalam desain, harga dan factor - faktor lain yang dapat mempengaruhi produk perusahaan, harga serta desainnya
- 4) Menurunkan investasi atau meningkatkan perputaran bahan, yaitu dengan penentuan skedul arus bahan ke dalam perusahaan dalam jumlah yang cukup untuk memenuhi kebutuhan produksi
- 5) Bertanggung jawab atas kegiatan pembelian, mengetahui dan menentukan supplier serta memeriksa kapasitas supplier dalam penyediaan bahan
- 6) Memelihara bahan dan peralatan yang dibeli dan bertanggung jawab atas pengawasan persediaan

Kualifikasi: Usia minimal 20 tahun, mutu pribadi; perhatian pada detail, disiplin dan memiliki motivasi yang tinggi, mampu bekerja sama, mandiri, derorientasi pada pelanggan.

d. Manajer produksi

Job description:

- 1) Bekerja sama dengan manajer keuangan dan administrasi dalam penyusunan rencana dan jadwal produksi

- 2) Mengkoordinir dan mengawasi serta memberikan pengarahan kerja kepada setiap karyawan untuk menjamin kesinambungan dalam produksi
- 3) Memonitor pelaksanaan rencana produksi
- 4) Bertanggung jawab atas pengendalian bahan baku dan efisiensi penggunaan tenaga kerja, peralatan, dan mesin
- 5) Selalu berusaha untuk meningkatkan keterampilan setiap karyawan

e. Manajer Pemasaran

Job Description:

- 1) Mengumpulkan, mengolah, menganalisis, dan menyajikan data dan informasi
- 2) Mengendalikan pelaksanaan program pemasaran donat kentang, meliputi : pembuatan dan stock usaha, penetapan dan pengendalian harga, pemasaran, serta aspek lain yang berkaitan dengan pemasaran
- 3) Menentukan pasar sasaran
- 4) Memahami kebutuhan konsumen/calon konsumen serta memberikan jalan keluar
- 5) Memonitor kepuasan konsumen, mengevaluasi persaingan, serta mengidentifikasi kecenderungan dan peluang pasar

Kualifikasi: Usia minimal 20 tahun, mutu pribadi; perhatian, disiplin, motivasi kerja tinggi, mampu bekerja sama, mandiri, berorientasi pada pelanggan, loyal.

D. Aspek Pasar

1. Produk yang dihasilkan

Produk yang akan dibahas dalam deretan lini product dari bauran

Produk Donut Kentang

a. Konsep dasar dari produk

Inti produk (core product): manfaat yang diberikan dari Donat Kentang ini adalah makanan ringan yang mengenyangkan, enak dan bisa sebagai penunda lapar.

Wujud parодук (tangible product): karakteristik yang dimiliki Donat Kentang ini yaitu mutunya yang dijamin halal dan bentuknya yang unik yang dapat menarik perhatian konsumen.

b. Klasifikasi produk

Donat Kentang mempunyai sifat tahan lama dari makanan-makanan yang akan diproduksi dasar yang digunakan dalam pembuatan adalah 500gr tepung terigu protein tinggi, 50 gr susu bubuk, 11 gr ragi instant, 200 gr kentang yang di haluskan, 100 gr gula pasir, 75 gr mentega $\frac{1}{2}$ sdt garam, 4 btr kuning telur, 100 ml air dingin

c. Strategi desain produk

Strategi desain dari Donat Kentang disesuaikan dengan nama produk yang dihasilkan. Bentuknya yang bulat dan unit yang memiliki beberapa varian rasa seperti Pinku Love, King Red, Blue Mint, Green Mellon, Yellow Chessy. Donat Kentang ini disajikan mengikuti kemajuan dari produk-produk makanan yang sekarang lagi banyak disenangi oleh

konsumen. Ciri-ciri desain dari Donat Kentang ini sangat lah mudah dikenal karena bentuknya yang menarik dan sangat *colorful*.



Gambar 2.2: Donat Kentang Topping dan Original

d. Kemasan produk

Kemasan dari Donut Kentang dikemas secara higienis, untuk menghindari dari kuman-kuman. Kemasan ini berupa Kantong kertas yang dimana kertas merupakan sampah yang mudah terurai. Jadi, ketika kantong itu pun tidak terpakai lagi, kantong kertas tersebut pun mudah terurai sehingga dukungan terhadap pengurangan pemanasan global.

2. Keunggulan produk

Keunggulan kompetitif produk kami antara lain :

- a. Donat Kentang ini memiliki keunikan dari desain Topping yang unik sesuai rasanya

- b. Rasanya yang enak dan lembut membuat setiap orang memakannya tidak akan lupa akan donat ini.
- c. Sekarang jangkauan pemasarannya sudah dapat ditemukan didaerah-daerah tempat pengecer mendistribusikannya.
- d. Harga yang bisa dijangkau oleh semua lapisan masyarakat
- e. Kemasan yang ramah lingkungan alam.
- f. Pengecer mendapatkan keuntungan sesuai usaha yang telah dilakukan
- g. Proses penjualan yang cepat.

3. Gambaran pasar

Bisnis makanan cukup menjanjikan selama menjalankan bisnis makanan ini dengan serius, maka akan menghasilkan keuntungan yang besar. Saat ini banyak para pedagang yang menjual berbagai macam jenis makanan, yang modern seperti steak, spaghetti, kfc, burger dan lain-lain. Hal menjadi peluang potensial bagi saya untuk membuka bisnis makanan yang bernuansa tradisional. karena setiap orang memiliki selera yang berbeda-beda.

Para pesaing banyak menyediakan beberapa makanan yang berbeda-beda, namun untuk menghasilkan makanan yang cocok dengan selera konsumen sangatlah sedikit, karena kebanyakan pedagang hanya mengandalkan harga yang murah saja, tanpa memikirkan cita rasa keaslian dari makanan tersebut.

Bisnis yang saya rencanakan ini akan membuat konsumen tidak hanya puas dengan harga yang relative murah, namun konsumen juga akan puas dengan cita rasa yang lezat dari makanan tersebut. Sehingga konsumen akan menjadi loyal, hal ini akan di pantau dengan selalu mempertahankan cita rasa yang alami, lezat dan disukai para konsumen. Dan kami akan selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, baik dari segi kualitas makanan, serta kualitas karyawan dalam melayani keinginan konsumen, maupun dalam hal menciptakan tempat makan yang bersih, sehat, dan nyaman untuk di gunakan. Penambahan fasilitas juga menjadi pilihan bagi konsumen yang datang, dimana di sediakan juga washtapel, toilet yang bersih, tempat shalat dan tempat bermain untuk anak-anak.

Agar terciptanya suasana yang bersih, nyaman dan menyenangkan hati para konsumen. Saat ini kami akan terus memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen, untuk terus meningkatkan penjualan dengan tujuan akan mendapatkan laba yang di inginkan.

4. Segmen pasar

Segmentasi donat kentang terdiri dari beberapa kelompok pelanggan yang memiliki seperangkat keinginan yang sama. Segmentasi yang akan dibahas pada produk bakso goreng krenyeous adalah *segmentasi berdasarkan demografis*.

Dalam segmentasi demografis, dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan variable usia, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama,

jenis kelamin dan kelas sosial lainnya. Disini akan dibahas beberapa variabel dari segmentasi demografis:

a. Jenis kelamin

Pria dan wanita cenderung memiliki sikap dan perilaku yang berbeda tapi dalam hal mengkonsumsi donat kentang ini tidak ada perbedaan, karena Donat Kentang ini dikonsumsi untuk semua jenis kelamin.

b. Penghasilan

Segmentasi Donat Kentang menurut penghasilan merupakan praktik lain yang bertahan lama. Karena penghasilan tidak selalu menjadi sasaran utama bagi konsumsian Donat Kentang tersebut.

Karena harganya yang bisa dijangkau dari penghasilan terendah sampai penghasilan tertinggi sekalipun.

c. Generasi

Setiap generasi sangat dipengaruhi oleh lingkungan tempat tinggal. Jadi dalam hal ini setiap generasi bebas mengkonsumsi donat kentang tersebut.

5. Trend perkembangan pasar

Masyarakat Indonesia sangat mengikuti trend suatu produk di pasar saat ini. Penulis sangat yakin ketika usaha ini telah berjalan akan menjadi perusahaan yang dapat berkembang cepat. Hal ini dapat dilihat dari kondisi perekonomian Indonesia yang cukup baik dan selera masyarakat untuk mencoba suatu produk yang unik.

Dari analisis perkembangan pasar yang penulis lakukan pertumbuhan ekonomi, inflasi dan tingkat suku bunga mempengaruhi dari trend perkembangan pasar ini. Dari segi pertumbuhan ekonomi dapat dilihat bahwa tingkat pertumbuhan ekonomi di Indonesia sedang membaik dan ini sangat mempengaruhi tingkat pendapatan masyarakat. Hal ini mempengaruhi karena dengan tingkat pendapatan yang baik maka masyarakat akan tinggi pula untuk mengkonsumsi suatu produk. Keinginan masyarakat untuk mengkonsumsi suatu produk maka akan tinggi pula hasrat masyarakat untuk mengkonsumsi produk dari usaha penulis.

Dari segi inflasi, faktor ini mempengaruhi dalam perkembangan usaha penulis. Dikarenakan ketika inflasi tinggi maka akan berimbas pada bahan baku penolong usaha ini. Dengan tingginya inflasi maka tinggi pula harga bahan baku penolong yang akan berimbas pada harga produk usaha penulis. Namun, ketika inflasi turun maka bahan baku penolong juga akan turun sehingga berimbas pula pada harga produk usaha penulis.

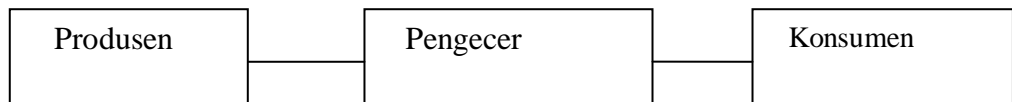
Dari segi tingkat suku bunga, factor ini juga mempengaruhi akan perkembangan usaha ini. Namun, dapat dilihat bahwa tingkat bunga mempengaruhi ketika usaha yang dijalankan mendapat pinjaman dari pihak ketiga yakni bank. Dalam usaha ini, modal untuk pendirian usaha ini merupakan usaha dari modal sendiri dan usaha ini tidak akan terpengaruh akan naik atau turunnya tingkat suku bunga.

6. Strategi pemasaran

Strategi yang unggul akan menghasilkan keunggulan dalam berbisnis. Bisnis makanan ini akan dipromosikan melalui internet, media cetak, dan juga promosi dari mulut ke mulut. Perkembangan Internet yang sangat pesat, membuat kita harus sigap untuk memasarkan barang dagangan kita melalui media online kita seperti Facebook, Twitter, dan lain – lain. Karena cakupan pasar dari media online sangat luas jadi kita barang dagangan kita bisa berkesempatan untuk bisa dikenal oleh seluruh di wilayah Indonesia. Begitu juga, promosi dari mulut ke mulut lebih besar pengaruhnya dari pada media cetak. Dan kebanyakan orang akan lebih percaya apabila seseorang telah membuktikan kelezatannya, maka akan lebih banyak konsumen lainnya yang penasaran akan rasa Donut Kentang, dan konsumen pasti akan datang untuk mencicipi kelezatan Donut tersebut.

Harga mencerminkan kualitas dari suatu produk, tetapi tidak semua harga yang tinggi berkualitas bagus dan sebaliknya, harga yang murah berkualitas buruk. Penetapan harga untuk Donut Kentang ini termasuk harga yang mampu dijangkau oleh semua kalangan. Namun dengan harga yang terjangkau bisa mendapatkan rasa yang tidak kalah enak dengan makanan yang menetapkan harga yang tinggi. Memasarkan Donat Kentang ini juga membutuhkan strategi pemasaran. Untuk meningkatkan kekuatan menarik pelanggan, donat kentang sering kali tidak mampu menangani penyebaran donat kentang secara sendiri, namun menggunakan tangan-tangan saluran pemasaran

Untuk bisa bekerja sama untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal sesuai target. Ini bisa kita gambarkan dengan bagan seperti dibawah ini



Gambar 2.3: Saluran Pemasaran

Donat Kentang memakai saluran-saluran pemasaran atau yang disebut pengecer untuk mendistribusikan Donat kami dari berbagai kalangan.

7. Analisis pesaing

Tingkat persaingan donut kentang di lingkungan sekitar cukup rendah. Apalagi dengan Karena dilingkungan masyarakat sekitar ini juga banyak usaha makanan, café, dan restoran yang berbeda – beda. Jadi, hal ini tidak adanya saling menjatuhkan antara produsen yang satu sama produsen yang lainnya, justru saling mendukung satu sama lainnya. Sehingga peluang untuk mendapatkan keuntungan dari target-target yang telah disusun, bisa berjalan sesuai keinginan.

8. Proyeksi penjualan

Perencanaan kapasitas produksi dilakukan untuk semua mesin, peralatan, dan faktor produksi lainnya sesuai dengan rencana jumlah produk akhir yang akan dihasilkan. Dengan sendirinya, kapasitas produksi sampai dengan tingkatan yang rinci semuanya akan mengacu pada hasil dari perhitungan peluang pasar atas produk yang bersangkutan. Kapasitas produksi biasa dinyatakan dalam unit per periode waktu tertentu (tahun,

bulan, minggu, hari, atau jam). Untuk perencanaan strategis, proyeksi kapasitas permintaan dan penjualan dilakukan dalam jangka minimal 5 tahun ke depan, sesuai dengan rencana produksinya.

Tahun	Proyeksi Permintaan	
	Topping	Original
2011	36.000	18.000
2012	39.600	19.800
2013	43.560	21.780
2014	47.916	23.958
2015	52.707	26.353

Tabel 2.1 Perkiraan Permintaan

Ket	Perkiraan Penjualan (per tahun)				Jlh. Pendapatan
	Topping	Jlh. Pendapatan (Rp. 5000/buah)	Original	Jlh. Pendapatan (Rp.2000/buah)	
2011	36.000	180.000.000	18.000	36.000.000	216.000.000
2012	39.600	198.000.000	19.800	39.600.000	237.600.000
2013	43.560	217.800.000	21.780	43.560.000	261.360.000
2014	47.916	239.580.000	23.958	47.916.000	287.496.000
2015	52.707	263.534.000	26.353	52.706.000	316.240.000

Tabel 2.2 Perkiraan Penjualan

E. Aspek Produksi

1. Bahan baku dan bahan penolong

Perencanaan bahan baku dan bahan pembantu merupakan bagian utama untuk perhitungan kebutuhan modal kerja. Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah supplier, kuantitas, harga beli, persyaratan pembelian, ketersediaan, dan persediaan. Bahan baku yang digunakan untuk memproduksi adonan donat kentang adalah 250gr tepung terigu, 200 gr kentang, 2 kuning telur, ½ bungkus fermipan, 2 sdm susu bubuk, 3 sdm gula pasir, 5 sdm air, 75gr mentega (dihitung berdasarkan kebutuhan per hari):

a. Bahan baku

No.	Uraian	Kebutuhan Perhari	Biaya	Jumlah Harga (Rupiah)
1	Kentang	2 kg	6000	12.000
2	Susu Bubuk (200 gr)	1 kotak	14.500	14.500
3	Mentega (200 gr)	4 bungkus	25.000	100.000
4	Telur	24 telur	800	19.200
5	Air Dingin	1 liter	3500	3.500
6	Fermipan	5 bungkus	3.000	15.000
7	Gula	½ kg	5000	5000
8	Tepung Terigu	2.5 kg	13500	33.750
	Total			202.950

Tabel 2.3: Bahan Baku

b. Bahan penolong

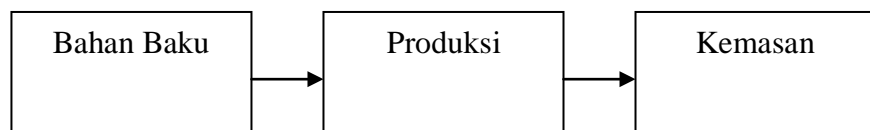
No	Bahan Penolong	Kebutuhan Perhari	Biaya Satuan	Jumlah
1	Coklat Batangan	5 batang	10.000	50.000
2	Minyak Goreng	2 liter	24.000	24.000
3	Keju	2 batang	5000	10.000
				84.000

Tabel 2.4: Bahan Penolong

2. Proses produksi

Perencanaan proses produksi pada dasarnya menjelaskan tahapan-tahapan proses yang diperlukan untuk menghasilkan produk atau output yang dimaksud. Bentuk proses biasa digambarkan dalam

Lembaran skema atau diagram alur yang disertai dengan keterangan deskriptif.



Gambar 2.4: Proses Produksi

Berikut ini cara pembuatan Donat Kentang:

1. Dalam wadah, campur tepung terigu, gula, susu bubuk, fermipan, aduk rata, masukkan kentang halus ,tuang telur dan air dingin, uleni hingga rata dan setengah kalis.

2. Beri mentega dan garam, uleni terus hingga kalis elastis. Istirahatkan 15 menit.
3. Bagi adonan, masing-masing 50 gr, bulatkan. Diamkan 20 menit, hingga mengembang.
4. Lubangi tengahnya, menjadi bentuk donat, segera goreng sampai kuning kecoklatan.
5. Angkat, tiriskan. Taburi gula donat, atau hias dengan coklat

3. Peralatan yang dibutuhkan

Baik untuk skenario pembelian ataupun sewa, daftar mesin dan peralatan juga harus dirinci sedetail mungkin proyeksinya. Perencanaan ini tetap selalu berkaitan dengan kapasitas dan kompetensi teknis wirausahawan. Berikut Perlengkapan dan Peralatan yang dibutuhkan di dalam memproduksi Donat Kentang:

a. Perlengkapan

Perlengkapan yang dibutuhkan untuk memproduksi donat kentang yaitu kertas kemasan untuk para konsumen yang ingin membawa pulang donat kentang ini. kami mengasumsikan bahwa jika 1 orang pelanggan membeli 3 sampai 6 buah donat dalam satu kertas kemasan dengan produksi sekitar 150 donat. kami memperkirakan bahwa kami membutuhkan sekitar 40 kertas kemasan perhari.

Nama Barang	Jumlah Unit	Harga	Jumlah Harga
Kertas kemasan	40	1000	40.000
Pulpen	1	15000	15.000
Kertas	1	28000	28.000
Gas Elpigi 15kg	2	75000	150.000
Jumlah Perlengkapan			233.000

Tabel 2.5: Perlengkapan

b. Peralatan

Nama Peralatan	Jumlah Unit	Harga	Jumlah Harga
1. Kompor Gas	2	300.000	1.200.000
2. Nampan	10	15.000	300.000
3. Sumpit	2	5000	10.000
4. Kualiti	4	30.000	320.000
5. Baskom	10	10.000	100.000
6. Codet	8	10.000	80.000
7. Piring, Gelas, Sendok	1	120.000	120.000
8. Meja, Kursi	2	1.000.000	2.000.000
Total Pembelian Peralatan			4.130.000

Tabel 2.6: Peralatan

4. Sarana Penunjang

Instalasi sarana penunjang berkaitan dengan tata letak (*lay-out*) yang termasuk dalam anggaran investasi. Pemasangan sarana penunjang ini meliputi listrik, air, telepon, internet, dan lain-lain. Sarana penunjang juga menjadi salah satu faktor penting dalam menjalankan suatu usaha.

Jenis Biaya	Jumlah Biaya/bulan
1. Listrik	Rp 100.000,-
2. Air	Rp 100.000,-
3. Telepon	Rp 120.000,-
Total Biaya Sarana Penunjang	Rp 320.000,-

Tabel 2.7: Sarana Penunjang

F. Analisis SDM

Usaha Donat Kentang ini membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki ketrampilan / *skill* yang berkualitas. Kami tidak hanya membutuhkan karyawan yang tamatan D3 atau SMA, SMP, SD tetapi kami juga membutuhkan karyawan yang punya dedikasi tinggi di dalam pekerjaannya.

Dalam penerapan strategi organisasi, SDM juga sangat diperhatikan karena organisasi dan SDM mempengaruhi berkembangnya usaha ini. Strategi yang diterapkan adalah dengan memberikan motivasi dan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi serta jujur dan rajin bekerja.

Jika produk kue ini mengalami peningkatan dalam produksi dan penjualannya, maka perusahaan akan memberikan bonus kepada para pegawai. Bonus tersebut diberikan sebagai tanda terima kasih dari perusahaan terhadap kinerja pegawainya. Selain itu, para pegawai akan mendapatkan bantuan berupa jaminan kesehatan. Para pegawai juga akan diberikan tunjangan hari raya (THR) yang akan diberikan perusahaan setiap tahunnya. Jam kerja yang diberlakukan untuk para pegawai adalah delapan jam untuk setiap harinya. Jika para pegawai lembur, maka perusahaan akan memberikan tambahan gaji kepada pegawai. Dengan adanya fasilitas-fasilitas yang diberikan perusahaan, diharapkan dapat menjadi motivasi kepada para pegawai untuk memajukan usaha ini.

G. Rencana Pengembangan Pasar

1. Strategi produksi

Dalam strategi produksi, pemilik akan meningkatkan kualitas dan kuantitas dari produk yang dihasilkan. Namun, akan tetap menstabilkan harga dari produksi tersebut. Hal ini direncanakan untuk lebih mengembangkan dan mengekspansi usaha ini untuk lebih berkembang.

Produk yang ditawarkan perusahaan ini pasti memiliki kendala dalam berubahnya selera pasar. Hal ini menjadi sorotan penting untuk terus berinovasi agar mempertahankan eksistensi dari produk yang dihasilkan.

2. Strategi Organisasi

Dalam penerapan strategi organisasi dan SDM juga sangat diperhatikan karena organisasi dan SDM mempengaruhi berkembangnya usaha ini. Strategi yang diterapkan adalah dengan memberikan motivasi dan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi.

Meningkatkan prestasi kerja dapat dilakukan dengan memotivasi dan melibatkan karyawan dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produk. Namun, yang menjadi perhatian adalah motivasi bukan dilihat dari seberapa banyak intensif yang diberikan melainkan sejauh mana karyawan dilibatkan dalam perusahaan.

3. Strategi marketing

Marketing juga mempengaruhi berkembangnya usaha ini. Strategi yang marketing yang akan dilakukan adalah dengan lebih memasarkan usaha ini dengan membuat brosur, poster dan flyer yang akan lebih dipasarkan kepada masyarakat umum. Marketing menjadi salah satu strategi yang dapat meningkatkan, mengembangkan dan ekspansi perusahaan. Dalam memasarkan produk ini dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan fasilitas media internet yang lagi banyak di kunjungi saat ini seperti : facebook, twitter, blog, myspace dan media online lainnya yang mendukung pemasaraan ini. Adapun strategi strategi pemasaran yang kami gunakan adalah:

a. **Promotion direct selling (penjualan langsung).** Sesuai dengan sifat usaha kami yang berbentuk system counter, kami menjual langsung produk kami dimana konsumen dapat menikmati donut ditempat yang telah kami sediakan Selain itu konsumen dapat membawa pulang produk yang telah dibeli.

b. **Advertising (iklan).** Promosi dengan cara memasang spanduk di tempat produksi, menempel iklan pada pohon di jalanan dan menyebarkan brosur di tempat – tempat keramaian.

c. **Publication.** Untuk memperkenalkan usaha kami dan jenis produk yang dipasarkan dilakukan dengan cara publikasi media cetak dan elektronik

4. Strategi keuangan

Dalam mengembangkan usaha, pemilik akan menambah armada untuk mengembangkan usaha dengan modal sendiri yang telah didapat dari keuntungan yang selama ini didapat.

Dengan pemanfaatan kas secara baik, akan meningkatkan perkembangan dan berekspansi dalam bidang usaha industri makanan ini.

H. Resiko Usaha

Resiko yang timbul sering kali diakibatkan Karena tidak adanya kepastian. Ketidakpastian ini diakibatkan karena adanya keraguan terhadap suatu hal dimasa depan atau kelemahan sebuah organisasi atau usaha dalam memprediksi masa depan usaha/ bisnis.

Ketidakpastian ekonomi dimasa yang akan datang menjadi salah satu factor penting yang dapat mempengaruhi proses berjalannya sebuah usaha/ bisnis. Seperti krisis ekonomi yang berkepanjangan dan kenaikan harga BBM, akan sangat mempengaruhi perilaku konsumen terhadap suatu organisasi/ bisnis.

Sebuah organisasi/ bisnis harus mewaspadaai pengelolaan bisnis resiko operasional, yaitu resiko yang disebabkan kurangnya informasi atau system pengawasan internal yang bisa merugikan setiap organisasi/ bisnis. Resiko ini bisa terjadi disebabkan kesalahan manusiawi (human error), ketidakcukupan prosedur dan control serta pengawasan internal pada setiap organisasi/ bisnis. Yang sering kali membuat suatu organisasi/ bisnis rugi dan hancur. Resiko yang dihadapi ketika perekonomian tidak stabil adalah akan terganggunya produktivitas yang akan dihasilkan.

1. Dari segi keamanan, masih banyaknya ancaman-ancaman dari pihak tertentu yang mengambil keuntungan dari usaha ini.
2. Ketidakpastian alam yang tidak kita ketahui akan datangnya suatu bencana alam seperti gempa dan banjir.
3. Perubahan selera pasar yang kemungkinan akan terjadi.
4. Kebijakan pemerintah yang sewaktu-waktu akan berubah.
5. Ketidaktersediaannya bahan baku dan bahan penolong untuk menghasilkan produk usaha.

I. Analisis Keuangan

Aspek finansial dari bisnis Donat Kentang dapat memperlihatkan potensi dana yang dimiliki, kebutuhan dana eksternal, perhitungan kelayakan usaha, termasuk di dalamnya 3 performa laporan keuangan: neraca, rugi-laba, dan *cash flow*. Secara ringkas, dapat diberikan format sederhana perhitungan kelayakan usaha secara finansial sebagai berikut:

1. Proyeksi penjualan

Donat Kentang Go Gokai

PROYEKSI PENJUALAN

(dalam unit)

Tabel 2.8: Anggaran Penjualan

Jenis	Bulan	Bulan	Bulan	Triwln.	Triwln.	Sem.	Sems.	Tahun
Donat	1	2	3	1	2	1	2	1
Topping	3000	3000	3000	9000	9000	18000	18000	36000
Original	1500	1500	1500	4500	4500	9000	9000	18000

2. Proyeksi produksi

Donat Kentang Go Gokai

PROYEKSI PRODUKSI

(dalam unit)

Tabel 2.9 Anggaran Produksi

Keterangan	Triwulan 1		Triwulan 2		Semester 1		Semester 2		Tahun 1	
	T	O	T	O	T	O	T	O	T	O
Penjualan	9000	4500	9000	4500	18000	9000	18000	9000	36000	18000
Pers. Brg. Jadi Akhir (+)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Produk siap dijual	9000	4500	9000	4500	18000	9000	18000	9000	36000	18000
Pers. Brg. Jadi Awal (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Produksi	9000	4500	9000	4500	18000	9000	18000	9000	36000	18000

3. Proyeksi pembelian bahan baku

Donat Kentang Go Gokai

PROYEKSI PEMBELIAN BAHAN BAKU

(dalam ribuan rupiah)

Tabel 2.10: Proyeksi Pembelian Bahan Baku

Ket.	Bln. 1	Bln. 2	Bln. 3	Triwln 1	Triwln 2	Sem 1	Sem 2	Tahun 1
Biaya Bhn. Baku	6125	6125	6125	18.375	18.375	36.750	36.750	73.500
Pers Bhn. Baku Awal (+)	0	36.5	73	0	109.5	0	219	0
Biaya. Bhn. Tersedia	6125	6161.5	6198	18.375	18.484.5	36.750	36969	73.500
Pers. Bhn Baku Akhir (-)	36.5	73	109.5	109.5	219	219	438	438
Pembelian Bhn. Baku	6.088.5	6.088.5	6.088.5	18.265.5	18.265.5	36.531	36.531	73.062

4. Proyeksi biaya tenaga kerja langsung

Donat Kentang Go Gokai

PROYEKSI BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG

Tabel 2.11: Proyeksi Biaya Tenaga Kerja Langsung

	Jumlah Tenaga Kerja	Topping	Original	Total
Bulan 1	1	500.000	250.000	1.500.000
	2	500.000	250.000	
Bulan 2	1	500.000	250.000	1.500.000
	2	500.000	250.000	
Bulan 3	1	500.000	250.000	1.500.000
	2	500.000	250.000	
Triwulan 1	1	1.500.000	750.000	4.500.000
	2	1.500.000	750.000	
Triwulan 2	1	1.500.000	750.000	4.500.000
	2	1.500.000	250.000	
Semester 1	1	3.000.000	1.400.000	9.000.000
	2	3.000.000	1.400.000	
Semester 2	1	3.000.000	1.400.000	9.000.000
	2	3.000.000	1.400.000	
Setahun	1	6.000.000	3.000.000	18.000.000
	2	6.000.000	3.000.000	

5. Proyeksi overhead pabrik

Donat Kentang Go Gokai

PROYEKSI OVERHEAD PABRIK

(dalam ribuan rupiah)

Tabel 2.12: Proyeksi Overhead Pabrik

Keterangan	Bln 1	Bln 2	Bln 3	Triwln 1	Triwln 2	Sem 1	Sem 2	Thn 1
Bahan Penolong	2.520	2520	2520	7.560	7.650	15.120	15.120	30.240
Perlengkapan	383	383	383	1149	1149	2298	2298	4596
Biaya Listrik, Air, dan Telepon	320	320	320	960	960	1920	1920	3840
Total	3.223	3.223	3.223	9.669	9.669	19.338	19.338	38.676

6. Proyeksi beban operasi

Donat Kentang Go Gokai

PROYEKSI BEBAN OPERASI

(dalam ribuan rupiah)

Tabel 2.13: Proyeksi Beban Operasi

	Triwulan 1	Triwulan 2	Semester 1	Semester 2	Tahun 1
1. Biaya Pemasaran					
Biaya Sewa Tempat	2.500.000	2.500.000	5.000.000	5.000.000	10.000.000
Biaya Iklan	62.500	62.500	125.000	125.000	250.000
Jumlah	2.562.500	2.562.500	5.125.000	5.125.000	10.250.000
2. Biaya Administrasi					
Biaya peralatan	4.130.000	-	4.130.000	-	4.130.000
Biaya Gaji pimpinan/staf	5.000.000	5.000.000	10.000.000	10.000.000	20.000.000
Jumlah	9.130.000	5.000.000	14.130.000	10.000.000	24.130.000
Beban Usaha (1+2)	11.692.500	7.562.500	19.225.000	15.125.000	34.380.000

7. Proyeksi Laporan Laba/Rugi

Donat Kentang Go Gokai

Proyeksi Laporan Laba/rugi

(dalam ribuan rupiah)

Tabel 2.14: Anggaran Laporan Laba/rugi

Keterangan	Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3	Triwln. 1	Triwln. 2	Sem. 1	Sem. 2	Thn. 1
1. Penjualan	18.000	18.000	18.000	54.000	54.000	108.000	108.000	216.000
2. Biaya Bahan Baku	6.088.5	6.088.5	6.088.5	18.265.5	18.625.5	36.531	36.531	73.062
3. B. Tenaga Kerja Lngsg	1.500	1.500	1.500	4.500	4.500	9.000	9.000	18.000
4. B. Overhead	3.223	3.223	3.223	9.669	9.669	19.338	19.338	38.676
5. Total Biaya Produksi	10.811.5	10.811.5	10.811.5	32.434.5	32.434.5	64.869	64.869	129.738
6. Brg Jdi. Awal	10.811.5	10.811.5	10.811.5	32.434.5	32.434.5	64.869	64.869	129.738
7. Brg Jdi. Akhir	-	-	-	-	-	-	-	-
8. HPP (6-7)	10.811.5	10.811.5	10.811.5	32.434.5	32.434.5	64.869	64.869	129.738
9. Laba Kotor (1-8)	7.188.5	7.188.5	7.188.5	21.565.5	21.565.5	43.131	43.131	86.262
10. Beban Operasi	6650	2520	2520	11.692.5	7.562.5	19.225	15.125	34.380
11. Laba Bersih (9-10)	538.5	4668.5	4668.5	9873	14.003	23906	28006	51.882

8. Proyeksi laporan arus kas

Donat Kentang Go Gokai

Proyeksi Laporan Arus Kas

(dalam ribuan rupiah)

Tabel 2.15: Anggaran Laporan Arus Kas

Keterangan	Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3	Triwln. 1	Triwln. 2	Sem. 1	Sem. 2	Thn. 1
Penerimaan Kas								
Penjualan Tunai	18.000	18.000	18.000	54.000	54.000	108.000	108.000	216.000
<i>Total Penerimaan Kas</i>	18.000	18.000	18.000	54.000	54.000	108.000	108.000	216.000
Pengeluaran Kas								
Total Biaya Produksi	10.811.5	10.811.5	10.811.5	32.434.5	32.434.5	64.869	64.869	129.738
Beban Operasi	6650	2520	2520	11.692.5	7.562.5	19.225	15.125	34.380
<i>Total Pengeluaran Kas</i>	17.461.5	13.331.5	13.331.5	44.127	39.997	84.094	79.994	164.118
Defisit (Surplus) Kas	538.5	4668.5	4668.5	9873	14.003	23876	28006	51.882
Surplus Kumulatif	538.5	5207	9873	9873	14.003	23.876	51.882	51.882

9. Proyeksi neraca

Proyeksi Anggaran Neraca berdasarkan proyeksi peningkatan penjualan sebesar 10% pertahun

Donat Kentang Go Gokai

Proyeksi Anggaran Neraca 5 tahun Ke Depan

(dalam ribuan rupiah)

Tabel 2.16: Proyeksi Neraca

No	Keterangan	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
	Aktiva					
	<i>Aktiva lancar</i>					
A.	Kas	51.882	57.070	62.777	69.055	75.960
B.	Piutang Dagang	0	0	0	0	0
C.	Total aktiva lancar(A+B)	51.882	57.070	62.777	69.055	75.960
	<i>Aktiva tetap</i>					
E.	Peralatan	4.130	4.543	5.000	5.560	6.116
F.	Total aktiva tetap	4.130	4.543	5.000	5.560	6.116
G.	Total Aktiva (E+F)	56.012	61.613	67.777	74.615	82.076
	Passiva					
	<i>Kewajiban lancar</i>					
H.	Utang Usaha	0	0	0	0	0
I.	Total Kewajiban	0	0	0	0	0
J.	Modal	56.012	61.613	67.777	74.615	82.076
K.	Total kewajiban dan modal pemilik	56.012	61.613	67.777	74.615	82.076

10. Kebutuhan Investasi

Kebutuhan Investasi pada tahun pertama adalah:

Uraian	Jumlah
1. Modal Sendiri	56.012.000

Tabel 2.17: Sumber Pendanaan