

## BAB II

### PERENCANAAN BISNIS NASI GURIH PANAS

Suatu perusahaan memiliki data perusahaan (*company profile*) berisi riwayat ringkas perusahaan yang dimulai dari Nama pemilik, susunan pemegang saham, struktur organisasi, bentuk kepemilikan bisnis, alamat perusahaan, Telp, Fax, Email, NPWP, dan perizinan perusahaan.

#### 2.1. DATA PERUSAHAAN

- |                        |                                       |
|------------------------|---------------------------------------|
| 1. Nama Perusahaan     | Nasi Gurih Panas                      |
| 2. Bidang Usaha        | UD.Nasi Gurih                         |
| 3. Jenis Produk / Jasa | Sarapan sehat                         |
| 4. Alamat Perusahaan   | Jl. Jamin Ginting Gg.Medan Area No.23 |
| 5. Nomor Telepon       | 0813 6193 5829                        |
| 6. Bentuk Badan Hukum  | Perseroan                             |

7. Mulai Berdiri

## 2.2 BIODATA PEMILIK / PENGURUS

1. Nama

2. Jabatan

3. Tempat dan Tanggal Lahir

4. Alamat Rumah

5. Nomor Telepon

6. Alamat *E-mail*

7. NIM

8. Program Studi

Anggota

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

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

## 2.3 STRUKTUR ORGANISASI

**MAHRINA SARI**  
(Pemimpin)

**AMINAH**  
(Staff Adm. Dan  
Keuangan)  
Anggota

**TRI LESTARI**  
(Staff Produksi  
dan Pemasaran)  
Anggota

### Gambar 1. Struktur Organisasi

Struktur organisasi mengidentifikasi peran dan tanggung jawab karyawan yang dipekerjakan oleh setiap perusahaan. Oleh karenanya setiap perusahaan akan memiliki struktur yang berbeda tergantung skala perusahaan dan jenis perusahaan. Struktur perusahaan yang baik adalah struktur yang memfasilitasi orang untuk membuat kerjasama tanpa terjebak menciptakan birokrasi yang berbelit-belit. Sehingga perusahaan yang ada mengoptimalkan kelebihan dan menutupi kelemahan dari setiap bagian/individu.

#### 2.3.1 *Job Description*

##### 1. Staff Administrasi dan Keuangan

- a. Melakukan pengecekan harga-harga pada produk-produk yang telah diproduksi dan memeriksa laporan keuangan terhadap barang-barang produksi yang laku terjual.
- b. Mengendalikan kegiatan-kegiatan bidang keuangan.

- c. Merencanakan dan mengendalikan sumber-sumber pendapatan serta pembelajaran dan kekayaan perusahaan.

## **2. Staff Pemasaran**

- a. Mengendalikan pelaksanaan program pemasaran, meliputi : pembuatan dan stok usaha distribusi, penetapan, dan pengendalian harga, pemasaran, serta aspek lain yang berkaitan dengan pemasaran.
- b. Menentukan pasar sasaran.
- c. Memonitor kepuasan konsumen, mengevaluasi persaingan, serta mengidentifikasi kecenderungan dan peluang pasar.
- d. Memahami kebutuhan konsumen/ calon konsumen serta memberikan jumlah keluar.

## **3. Staff Produksi**

- a. Memonitor pelaksanaan rencana produksi.
- b. Bertanggung jawab atas pengendalian bahan baku dan efisiensi penggunaan tenaga kerja dan peralatan.

Organisasi yang efektif, sumber-sumber daya manusia, dan sumber-sumber daya material menyebabkan produktivitas. Hal tersebut dilaksanakan melalui apa yang dinamakan “sinergisme” (*synergism*) di mana anggota-anggota suatu perusahaan mengkombinasikan upaya yang secara kolektif guna

melaksanakan tugas-tugas yang akan melampaui jumlah dari upaya-upaya individual mereka (sinergi dapat dicapai melalui pengintegrasian tugas-tugas yang terspesialisasi).

Untuk saat ini dalam struktur organisasi kami hanya masih 3 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.

## **2.4 ASPEK PASAR DAN PEMASARAN**

### **2.4.1. Produk yang Dihasilkan**

Produk yang dihasilkan adalah satu barang yaitu nasi gurih.



**Gambar 2. Nasi Gurih**

Perencanaan yang perlu dilakukan menyangkut produk (*output*), terutama pada usaha manufaktur dan industri pengolahan adalah:

### **A. Dimensi Produk**

Dimensi produk berkenaan dengan sifat dan ciri-ciri produk yang meliputi bentuk, ukuran, warna serta fungsinya. Produk yang berbahan baku nasi disajikan bersama lauk pauk yang disediakan dengan berbagai varian lauk dan harga.

### **B. Nilai/Manfaat Produk**

Produk nasi gurih yang ditawarkan memiliki manfaat yang positif bagi kesehatan konsumen. Inilah manfaat inti (*core benefit*) dari produk Nasi gurih. Produk Nasi gurih juga memiliki Potential Benefit (manfaat potensial) seperti menjaga lingkungan dan memperdulikan kesehatan pelanggan. Di dalam 1 porsi nasi gurih mengandung 438 kalori, protein 14,4 gram, lemak 16,6 gram, dan kolestrol 35 mgd.

### **C. Kegunaan/Fungsi Produk**

Produk konsumsi, yaitu produk yang dibeli dan digunakan oleh konsumen akhir (pemakai akhir). Produk nasi gurih merupakan *Shopping goods*, yaitu produk-produk yang dibedakan oleh konsumen berdasarkan kualitas, harga, dan rasa.

#### **2.4.2. Keunggulan Produk**

Keunggulan kompetitif produk kami antara lain

1. Makanan yang bercita rasa tinggi, menggugah selera dan pelayanan yang terbaik.
2. Makanan yang ditawarkan dikemas secara unik sehingga menggugah selera.



3. Harga yang ditawarkan sangat terjangkau dan sesuai kemampuan pasar.

Selain keunggulan-keunggulan yang diatas ada beberapa pelayanan yang diberikan sebagai ciri khas dari nasi gurih antara lain :

- a. Menerapkan pelayanan 5S (senyum, salam, sapa, sopan, dan santun).
- b. Memberikan potongan harga untuk pembelian dalam jumlah banyak.
- c. Dapat menerima pesanan dalam jumlah besar.

Semua pelayanan tersebut ditujukan dengan maksud menarik simpati pelanggan sehingga mereka tetap nyaman berlangganan.

#### **2.4.3. Gambaran Pasar**

Perkiraan / prediksi jumlah permintaan konsumen terhadap produk.

Proyeksi permintaan konsumen dalam beberapa periode / tahun mendatang dengan fungsi kenaikan  $x$  % per tahun sesuai kenaikan jumlah penduduk. Laju pertumbuhan penduduk Medan periode tahun 2000-2004 cenderung mengalami peningkatan—tingkat pertumbuhan penduduk pada tahun 2000 adalah 0,09% dan menjadi 0,63% pada tahun 2004 (sumber Wikipedia). Dirata-ratakan pertumbuhan penduduk adalah 0,36% per tahun.

**Tabel 1. Perkiraan Permintaan**

<b>Tahun</b>	<b>Perkiraan Permintaan ( dalam Bungkus )</b>
2012	1490
2013	2000
2014	2700
2015	3340

2016	3950
------	------

### **Penawaran**

Proyeksi penawaran dalam beberapa periode / tahun mendatang. Proyeksi penawaran disesuaikan dengan permintaan seperti kenaikan x % per tahun sesuai pertumbuhan proyeksi permintaan.

**Tabel 2. Perkiraan Penawaran**

<b>Tahun</b>	<b>Perkiraan Penawaran ( dalam Bungkus )</b>
2012	1500
2013	2050
2014	2710
2015	3345
2016	5820

#### **2.4.4 Target atau Segmen Pasar**

Target pasar adalah sekelompok pembeli yang mempunyai sifat-sifat yang sama yang membuat pasar itu berdiri sendiri. Adanya sekelompok orang dengan ciri-ciri yang sama belumlah berarti mereka membentuk pasar sasaran. Hanya bila mereka mempunyai ciri-ciri yang sama sebagai pembeli, maka barulah berarti mereka membentuk suatu pasar sasaran

Dalam suatu perusahaan pasti akan memiliki target atau segmentasi pasar yang dituju untuk mengembangkan usaha yang diproduksi oleh perusahaan.

Target yang diinginkan nantinya jika sudah berjalan beberapa bulan adalah, terjualnya lima puluh bungkus nasi gurih telur dan lima puluh bungkus nasi gurih pergedel per harinya.

Target ini bukan mustahil kalau dilihat dari jumlah kendaraan yang macet di setiap lampu merah di pagi hari jam berangkat kerja dan kuliah. Pada jam-jam macet, sekali lampu merah menyala ada sekitar seratus mobil minimal yang berhenti dan ini adalah pasar yang bagus.

#### **2.4.5. 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 baru.

Dari analisis perkembangan pasar yang penulis lakukan pertumbuhan ekonomi, inflasi dan tingkat suku bunga mempengaruhi dari trend perkembangan pasar ini. Pertama, Dari segi pertumbuhan ekonomi atau perubahan dalam tingkat umum dari aktivitas 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, faktor 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.

Kedua, Lingkungan industri : selain dipengaruhi oleh kondisi makro bisnis juga dipengaruhi oleh kondisi ekonomi mikro yang berkaitan dengan kondisi mikro. Dalam lingkungan industri beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan terhadap tren perkembangan pasar adalah :

1. Persaingan industri. Setiap industri terdiri dari berbagai perusahaan yang bersaing satu sama lain. Tingkat persaingan nasi gurih adalah persaingan lokal. Agar dapat terus bersaing dan mengembangkan pasar perusahaan harus terus melakukan inovasi produk.
2. Peraturan industri. Agar terjadi persaingan yang sehat antar setiap industri, maka pemerintah mengeluarkan berbagai regulasi seperti pemerintah mengeluarkan UU No. 5 Tahun 1999 (Undang-Undang

Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat), walaupun berbagai regulasi yang ada kadangkala malah mendistorsi pasar.

Ketiga, faktor lain seperti selera konsumen dan perubahan perilaku selera konsumen akan sangat mempengaruhi tren perkembangan pasar. Dalam faktor ini perusahaan harus mampu menciptakan pasar agar tertarik menggunakan produk yang dihasilkan. Sedangkan perubahan perilaku terjadi disebabkan perubahan pendapatan, faktor demografi dan pergeseran selera.

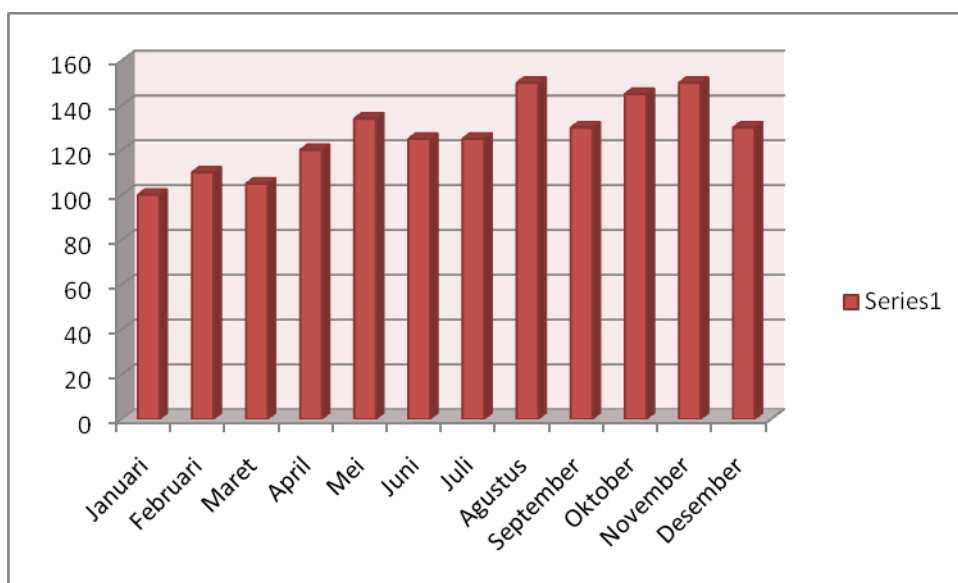
#### **2.4.6. Proyeksi Penjualan**

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 penjualan dilakukan dalam jangka 5 tahun ke depan, sesuai dengan rencana produksinya.

**Tabel 3. Proyeksi Penjualan Per Bulan**

<b>No</b>	<b>Bulan</b>	<b>Penjualan (dalam bungkus)</b>
1	Januari	100

2	Februari	110
3	Maret	105
4	April	120
5	Mei	134
6	Juni	125
7	Juli	125
8	Agustus	150
9	September	130
10	Oktober	145
11	November	150
12	Desember	130
Total		1524



**Gambar 3. Grafik Proyeksi Penjualan Per Bulan.**

**Tabel 4. Perkiraan Penjualan**

<b>Tahun</b>	<b>Perkiraan Penjualan ( dalam Bungkus )</b>
2012	1524
2013	2135
2014	290
2015	4930
2016	5633

Dengan melihat data diatas, penulis juga memproyeksikan rencana penjualan seperti di bawah ini:

<b>Tahun</b>	<b>Permintaan (A)</b>	<b>Penawaran (B)</b>	<b>Peluang (C = A-B)</b>	<b>Rencana Penjualan</b>
2012	1490	1500	10	1524
2013	2000	2050	50	2135
2014	2700	2710	10	2746
2015	3340	3345	5	3357
2016	3950	5820	30	3968

#### **2.4.7. Analisis Pesaing**

Pesaing (*competitor*) merupakan faktor penting dalam menyusun keberhasilan pemasaran. Michael F Porter seorang pakar manajemen strategi mengidentifikasi Lima kekuatan persaingan yakni masuknya pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok, serta persaingan konvensional di antara para pesaing yang ada-merefleksikan kenyataan bahwa persaingan dalam suatu industri tidak hanya terbatas pada pemain konvensional yang ada.

**Strategi Pemasaran Perusahaan** dilakukan dengan alat analisis SWOT yang terdiri atas :

##### **1. Produk (*Product*)**

Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan ataupun kebutuhan. Produk dapat mencakup benda fisik, jasa, prestise, tempat, organisasi, maupun ide. Produk yang berwujud biasa disebut sebagai barang sedangkan yang tidak berwujud disebut jasa.

Strategi mengenai bagaimana produk usaha kita dapat menarik hati konsumen untuk membelinya. Produk yang ditawarkan merupakan produk nasi gurih yang memiliki kualitas terbaik.

##### **2. Harga (*Price*)**

Harga adalah jumlah nilai konsumen pertukaran untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler 2000).



Harga menurut Tjiptono adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedang ketiga unsur lainnya menyebabkan pengeluaran (Syafrizal Helmi 2008).

Strategi mengenai bagaimana produk kita lebih menarik konsumen dari segi harga dibandingkan pesaing. Umumnya konsumen lebih tertarik kepada produk dengan harga yang lebih murah.

Harga nasi gurih yang ditawarkan adalah :

- a. Nasi gurih pakai telur           Rp 5.000
- b. Nasi gurih pakai pergedel       Rp 4.000

### **3. Pemosi (*Promotion*)**

Strategi mengenai bagaimana produk kita dapat dikenal oleh konsumen melalui cara Personal Selling yaitu promosi melalui penjualan langsung ke tempat konsumen berada dengan menawarkan dan mencoba produk langsung.

### **4. Saluran Distribusi (*Place*)**

Merupakan cara untuk mendistribusikan produk kita untuk sampai ke tangan konsumen. Sistem distribusi yang dilakukan secara langsung ke konsumen. Daerah yang dipilih sebagai tempat usaha adalah lampu merah titi kuning Jl. A.H. Nasution.

### **5. Orang (*People*)**

Merupakan kriteria sumber daya manusia secara umum yang dapat meningkatkan penjualan produk ke konsumen secara langsung ataupun tidak

langsung. Direncanakan, usaha ini dilaksanakan oleh pemilik sendiri sebagai pemilik aktif. Maka sedapat mungkin pemilik mengutamakan pelayanan dengan sikap yang ramah, sopan dan bersahabat.

## **6. *Physical Evidence***

Harus ada nama untuk usaha ini agar mendapat kepercayaan dari pembeli dan tidak terkesan liar. Mungkin dengan menamainya nasi gurih panas yang tertulis pada topi pekerja yang keliling menawarkannya. Memakaikan kaus *T shirt* dan topi yang seragam pada pekerja. Penampilan fisik dari fasilitas pendukung atau sarana dalam menjual produk yang dapat dilihat langsung oleh konsumen.

Dari analisis pasar dan pesaing yang penulis lihat bahwa, pesaing dari usaha nasi gurih ini bukan dari produk yang sejenis melainkan pesaing yang bersifat substitusi yakni usaha roti dan usaha bubur.

## **2.5 ASPEK PRODUKSI**

### **2.5.1 Bahan Baku dan Bahan Penolong**

#### **1. Bahan Baku**

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 adalah (dihitung berdasarkan kebutuhan per hari):

**Tabel II. 5 Bahan Baku**

No.	Uraian	Banyak	@	JumlahHarga
1	Beras	10 kg	8.000	80.000
2	Kelapa	10 Butir	2.000	20.000
3	Bawang Merah	1 kg	20.000	20.000
4	Bawang Putih	0,2 kg	15.000	3.000
5	Cabe Merah	1 kg	20.000	20.000
6	Cabe Hijau	0,5 kg	20.000	10.000
7	Tomat	0,5 kg	5.000	2.500
8	Kerupuk	0,5 Kg	5.000	2.500
9	Minyak Goreng	1 Kg	10.000	10.000
10	Telur	50 butir	800	40.000
11	Kentang	4 Kg	6.000	24.000
12	Udang Kecil	0,5 Kg	5.000	2.500
13	Mie	1 Kg	5.000	5.000
14	Kol	0,5 Kg	4.000	2.000
15	Daun Sop	0,5 Kg	4.000	2.000
16	Touco	0,3 Kg	5.000	1.500
17	Tempe	5 Bungkus	1.000	5.000
18	Udang Besar	0,5 Kg	20.000	10.000

19	Daun Salam		1.000	1.000
20	Jahe		2.000	2.000
21	Ketumbar		1.000	1.000
22	Garam		1.000	1.000
	TOTAL			265.000

## 2. 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.

**Tabel 6.Peralatan**

Nama Peralatan	Merk	Jumlah Unit	Harga	Jumlah Harga
1. Kompor Gas	Miyako	1	300.000	300.000
2. Tabung Gas	LPG 3kg	1	100.000	100.000
3. Nampan	Claris	1	15.000	15.000
4. Pisau	Kiwi	2	20.000	40.000
5. Kualu	Maxim	2	50.000	100.000
6. Baskom	Kiramas	10	5.000	50.000
7. Codet	Carrefour	2	5.000	10.000

8. Toples	Kiramas	1	12.000	12.000
9. Blender	Nasional	1	160.000	160.000
10. Rice cooker	Miyako	1	200.000	200.000
Total Pembelian Peralatan				987.000

### 3. Bahan Pembantu

**Tabel 7. Bahan Pembantu**

Nama Bahan Pembantu	Harga
1. Plastik	3.000
2. Daun	6.000
3. Karet	1.000
4. Gas 3 Kg (isi)	13.000
TOTAL	23.000

4. Memesan gerobak yang didesign dengan kompor dan oven memakai gas untuk menjaga makanan tetap panas dengan harga gerobak Rp 3.000.000,- kalau bisa lebih murah untuk mengurangi beban modal.
5. Menyewa tempat berbentuk kos-kosan untuk dijadikan tempat memasak Rp2.500.000,- per tahunnya.

6. Menyiapkan dana cadangan untuk bahan baku sebanyak 100 bungkus lagi untuk persiapan jika habis terjual Rp350.000,-
7. Beli seragam dan topi untuk penjual keliling Rp50.000,-

Total jumlah dana yang dibutuhkan untuk memulai usaha ini adalah Rp7.175.000,-

### 2.5.2 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.

Masak beras, garam, santan, dan bumbu rahasia dalam rice cooker sampai matang.

Sambal telur dan pergedel : Haluskan semua bahan sambal dan pergedel, lalu masak satu per satu, aduk rata dan juga lauk pelengkap lainnya.

Sajikan dengan pelengkap dan bungkus didalam daun.

### Gambar 4. Proses Produksi

### 2.6. ANALISIS SUMBER DAYA MANUSIA ( SDM )

Sumber daya manusia merupakan hal yang krusial bagi berhasilnya suatu perusahaan. Pada aspek ini perusahaan harus mampu merencanakan kebutuhan SDM dan mengembangkan SDM yang ada. Karena sehebat apa pun seseorang, seberapa banyak pun pengetahuan yang dimiliki, selalu saja ada kesempatan yang bisa dilakukan untuk mengembangkan diri karena dunia berubah dengan cepat, pengetahuan berkembang, teknologi cepat berubah. Jadi, perusahaan harus terus mendorong SDM nya untuk belajar dan mengembangkan diri

## **2.7. RENCANA PENGEMBANGAN PASAR**

### **2.7.1 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.

### **2.7.2 Strategi Organisasi dan SDM**

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.

### **2.7.3 Strategi Pemasaran**

Pemasaran juga mempengaruhi berkembangnya usaha ini. Strategi yang pemasaran yang akan dilakukan adalah dengan lebih memasarkan usaha ini dengan membuat brosur yang akan lebih dipasarkan kepada masyarakat umum.

### **2.7.4 Strategi Keuangan**

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

## **2.8 PEMANFAATAN IT**

Dalam persaingan bisnis yang semakin keras dan ketat saat ini, IT memegang peranan penting dalam pengembangan bisnis. Yang menjadi titik point adalah bagaimana teknologi dapat digunakan dan apa yang perlu diketahui bisnis mengenai teknologi sehingga memberi dampak terhadap strategi bisnis dan selalu terlibat dalam berbagai perencanaan serta pengkajian strategi bisnis.

## **2.9 ANALISIS KEUANGAN**

Aspek keuangan harus mampu menjelaskan mengapa bisnis ini layak dan harus juga menunjukkan bagaimana bisnis akan didanai ( berapa dana pemilik dan berapa dana dari kreditor ). Untuk itu sebelum mencari modal, tentu harus diketahui dulu berapa jumlah uang yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha.

Kebijakan dalam pengelolaan keuangan mutlak diperlukan bagi para wirausahawan. Kesalahan dalam mengelolanya dapat menjatuhkan usahanya walaupun usahanya tersebut memperoleh laba yang besar tetapi wirausaha tersebut tidak mampu untuk membedakan yang mana dana untuk kepentingan pribadi, dan yang mana untuk kepentingan usahanya.

Salah satu komponen yang mendukung pembangunan nasional adalah tersedianya lembaga intermediasi yang mempunyai fungsi menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya. Lembaga intermediasi yang ada dibedakan dalam 3 kategori yakni :

- a. Berbentuk Bank tunduk pada Undang-Undang Pokok Perbankan



b. Berbentuk Koperasi Simpan Pinjam tunduk pada Undang-Undang Koperasi

c. Lembaga Keuangan Mikro lainnya yang belum diatur undang-undang

Lembaga keuangan mikro yang membantu mengembangkan iklim wirausaha di Indonesia diatur dalam Surat Edaran Menteri Keuangan No. SE-31/MK/2000 tanggal 5 Mei 2000 tentang Pelaksanaan Program PUKK. Dalam hal ini Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi mengacu kepada Surat Keputusan Menteri Keuangan No.316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994 yang menggantikan Surat Keputusan Menteri BUMN/Kepala Badan Pembina BUMN No. Kep.216/M-PBUMN/1999 tanggal 28 September 1999. Sumber pendanaan dari Program Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK) berasal dari penyisihan laba BUMN termasuk saldo dana Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK) tahun-tahun sebelumnya yang merupakan sumber pendanaan utama dalam merealisasikan terwujudnya pemerataan kehidupan perekonomian masyarakat melalui kemitraan dengan para pengusaha kecil dan koperasi serta lingkungan masyarakat sekitarnya.

Pelaksanaan Program Pembinaan Usaha Kecil, Koperasi (PUKK) dan Bina Lingkungan dilaksanakan di dalam lingkup masyarakat yang bertujuan untuk mendorong tercapainya pertumbuhan ekonomi rakyat, melalui pemerataan di sektor ekonomi dimana anggota masyarakat golongan pengusaha kecil dan koperasi di beri kesempatan untuk melakukan perluasan usahanya, berdasarkan bantuan pinjaman untuk modal kerja / pinjaman lunak yang berasal dari penyisihan laba BUMN. Namun untuk bisnis Nasi Gurih ini, kami menggunakan

dana dari kami sendiri, agar tanggung jawab dan pembagian hasil nantinya jauh lebih mudah, adapun bila membutuhkan pengembangan usaha, salah satu cara pendanaan yang tertera diatas bisa menjadi bahan pertimbangan kami.

### **Proyeksi Keuangan**

Aspek finansial dari proposal bisnis 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:

#### **A. Sumber Pendanaan**

**Tabel 8. Sumber Pendanaan**

Uraian	Persentase (%)			Jumlah (c = a + b + c)
	(a)	(b)	(c)	
1. Modal Sendiri	2.575.000	2.300.000	2.300.000	7.175.000
2. Pinjaman	0	0	0	0
				7.175.000

**B. Kebutuhan Pembiayaan/Modal Investasi**

**Tabel 9. Kebutuhan Pembiayaan/Modal Investasi**

Uraian	Jumlah
a. Tanah	0
b. Bangunan	2.500.000
c. Peralatan	987.000
d. Peralatan Kantor	0
e. Alat angkut/gerobak	3.000.000
f. Infrastruktur	0
g. Biaya pra operasi	0
Jumlah	6.487.000

## 2.9.1 Rencana Arus Kas

### Rencana Arus Kas Usaha Nasi Gurih Panas Untuk Tahun 2012

URAIAN	TRIWULAN I	TRIWULAN II	TRIWULAN III	TRIWULAN IV	SETAHUN
<b>A. PENERIMAAN</b>					
Penerimaan Penjualan	Rp 42.450.000	Rp 51.300.000	Rp 54.900.000	Rp 57.600.000	Rp 206.250.000
<b>Sub Total penerimaan</b>	<b>Rp 42.450.000</b>	<b>Rp 51.300.000</b>	<b>Rp 54.900.000</b>	<b>Rp 57.600.000</b>	<b>Rp 206.250.000</b>
<b>B. PENGELUARAN</b>					
Pembelian Asset	Rp 3.000.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 3.000.000
Pembelian Bahan Baku	Rp 25.042.500	Rp 30.130.500	Rp 32.197.500	Rp 33.787.500	Rp 121.158.000
Pembelian Bahan Pembantu	Rp 2.173.500	Rp 2.615.100	Rp 2.794.500	Rp 2.932.500	Rp 10.515.600
Gaji Pimpinan	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000	Rp 9.600.000
Gaji Staff Adm. Dan Umum	Rp 1.350.000	Rp 1.350.000	Rp 1.350.000	Rp 1.350.000	Rp 5.400.000
Transport	Rp 1.350.000	Rp 1.350.000	Rp 1.350.000	Rp 1.350.000	Rp 5.400.000
Listrik, Air, Telepon	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 151.000	Rp 150.000	Rp 601.000
Biaya Sewa Gedung	Rp 2.500.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 2.500.000
Biaya Lain-lain	Rp 50.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 50.000
<b>Sub Total Pengeluaran</b>	<b>Rp 39.666.000</b>	<b>Rp 39.645.600</b>	<b>Rp 41.893.000</b>	<b>Rp 43.620.000</b>	<b>Rp 164.824.600</b>

C. SELISIH	Rp 2.784.000	Rp 11.654.400	Rp 13.007.000	Rp 13.980.000	Rp 41.425.400
D. SALDO KAS AWAL	Rp (3.534.000)	Rp 18.788.400	Rp 55.106.200	Rp 96.070.200	Rp 166.530.800
E. SALDO KAS AKHIR	Rp (750.000 )	Rp 30.442.800	Rp 68.113.200	Rp 110.050.200	Rp 207.856.200

**Tabel 10. Rencana Arus Kas Usaha Nasi Gurih Panas Untuk Tahun 2012**

## 2.9.2 Break Even Point

Break Even Point merupakan estimasi kasar untuk menghitung berapa lama modal yang dikeluarkan akan kembali. Biaya Variabel merupakan biaya yang bertambah jika kuantitas penjualan atas suatu produk bertambah. Biaya Tetap merupakan biaya yang tetap dan tidak terpengaruh dengan kuantitas penjualan atas suatu produk.

Rumus nya:

Total Pendapatan = Total Pengeluaran

(Harga Jual x Qty) = (Biaya tetap + biaya variabel)

Estimasi dalam 1 bulan:

Qty = 100 bungkus x 30 hari = 3000 bungkus

Harga = 3000 bungkus x Rp 4.500 = Rp 13.500.000

Biaya Variabel = Rp 987.000

Biaya Tetap = Rp 348.000 x 30 hari = Rp 10.440.000

Estimasi BEP

= Total Biaya Tetap / (Penjualan – Biaya Variabel)

= Rp 10.440.000 / (Rp 13.500.000 – Rp 987.000)

= 10 bulan

### 2.9.3 Proyeksi Arus Kas

#### PROYEKSI ARUS KAS 5 TAHUN KE DEPAN

#### NASI GURIH PANAS

URAIAN	TAHUN				
	1	2	3	4	5
a. Sumber Dana ( <i>In Flow</i> )	Rp 153.036.000	Rp 205.602.871	Rp 277.347.256	Rp 374.565.853	Rp 507.050.354
b. Penggunaan Dana ( <i>Out Flow</i> )	Rp 148.686.000	Rp 201.252.871	Rp 272.997.256	Rp 370.215.853	Rp 502.700.354
c. Arus Kas bersih ( <i>Net Flow = a - b</i> )	Rp 4.350.000	Rp 4.350.000	Rp 4.350.000	Rp 4.350.000	Rp 4.350.000
d. Keadaan Kas Awal	Rp 350.000	Rp 4.700.000	Rp 9.050.000	Rp 13.400.000	Rp 17.750.000
e. Keadaan Kas Akhir ( <i>c + d</i> )	Rp 4.700.000	Rp 9.050.000	Rp 13.400.000	Rp 17.750.000	Rp 22.100.000

**Tabel 11 Proyeksi Arus Kas 5 Tahun Ke Depan**

## **2.10. ANALISA RESIKO USAHA**

### **2.10.1 Analisa Resiko Usaha**

1. Resiko yang dihadapi ketika perekonomian tidak stabil adalah akan terganggunya produktivitas yang akan dihasilkan.
2. Dari segi keamanan, masih banyaknya ancaman-ancaman dari pihak tertentu yang mengambil keuntungan dari usaha ini.
3. Ketidakpastian alam yang tidak kita ketahui akan datangnya suatu bencana alam seperti gempa dan banjir.
4. Perubahan selera pasar yang kemungkinan akan terjadi.
5. Kebijakan pemerintah yang sewaktu-waktu akan berubah.

### **2.10.2. Antisipasi Resiko usaha**

1. Dengan modal dan cadangan modal yang besar akan dapat mengatasi ketika perekonomian tidak stabil.
2. Dengan antisipasi dalam menghadapi ketidakpastiaan alam dapat dilakukan dengan cara menjaga kebersihan lingkungan sekitar.
3. Untuk mengantisipasi perubahan selera pasar, produsen akan mencari inovasi dalam mempertahankan usaha dengan menjadi perusahaan yang inovatif.
4. Dalam mengantisipasi kebijakan pemerintah, kita dapat mentaati peraturan yang telah ditetapkan pemerintah.