

**LAPORAN AKHIR RANCANG BANGUN DAN IMPLEMENTASI  
BISNIS IKAN DERO CRISPY**

Ace Iy  
MS  
Abdur Razik



Oleh :

Anggita Novie R. 19311481

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**YOGYAKARTA**

**2023**

# Laporan Akhir Rancang Bangun dan Implementasi Bisnis Ikan Dero Crispy



Oleh :

Anggita Novie R.      19311481

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

YOGYAKARTA

2023

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 15 Agustus 2023



Anggita Novie R

## Halaman Pengesahan Tugas Akhir

# **LAPORAN AKHIR RANCANG BANGUN DAN IMPLEMENTASI BISNIS IKAN DERO CRISPY**

Oleh :

Nama : Anggita Novie R

Nomor Mahasiswa : 19311481

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Keuangan

Yogyakarta, 4 Agustus 2023

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Abdur Rafik', written in a cursive style.

(Abdur Rafik, S.E., M.Sc. )

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR**

**TUGAS AKHIR BERJUDUL  
LAPORAN AKHIR RANCANG BANGUN DAN IMPLEMENTASI BISNIS IKAN DERO  
CRISPY**

Disusun Oleh : **ANGGITA NOVIE RIANAWATI**  
Nomor Mahasiswa : **19311481**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**  
Pada hari, tanggal: Senin, 11 September 2023

Penguji/ Pembimbing TA : Abdur Rafik,,S.E., M.Sc.

Penguji : Abdul Moin,,S.E., M.B.A., Ph.D., CQRM.

Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia

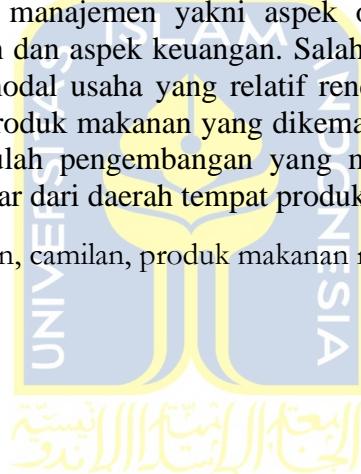


Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

## ABSTRAK

Bisnis makanan memang banyak dicoba oleh para pelaku usaha. Peluang bisnis makanan di Indonesia cukup tinggi, bisa dilihat dari banyaknya bisnis kuliner yang baru bermunculan dan berkembang dengan pesat. Biasanya bisnis makanan memiliki modal yang tidak terlalu besar, makanya banyak sekali pelaku usaha yang menggelutinya. Selain itu, makanan juga merupakan kebutuhan manusia setiap saat, karenanya usaha di bidang makanan memiliki banyak peminat. Inovasi terkait makanan pun semakin bertambah. Usaha ini memberikan alternatif pilihan lain untuk camilan bagi orang yang suka nyemil. Karena banyak orang yang menyukai camilan, produk ini hadir untuk menjadi alternatif pilihan camilan yang berbeda. Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan suatu usaha dengan produk makanan ringan yang dilakukan oleh penulis. Penulisan ini berisi perjalanan melaksanakan usaha mulai dari melakukan perencanaan sampai melaksanakannya dan mengatasi permasalahan yang ada dan terjadi. Dalam penulisan ini terkandung empat aspek manajemen yakni aspek operasional, aspek sumber daya manusia, aspek pemasaran dan aspek keuangan. Salah satu keuntungan memiliki usaha makanan ringan adalah modal usaha yang relatif rendah dibandingkan dengan usaha-usaha di sektor lainnya. Produk makanan yang dikemas dengan baik akan mudah untuk didistribusikan. Untuk itulah pengembangan yang mungkin untuk dilakukan adalah mendistribusikannya ke luar dari daerah tempat produksi dilakukan.

Kata kunci : bisnis makanan, camilan, produk makanan ringan, aspek manajemen



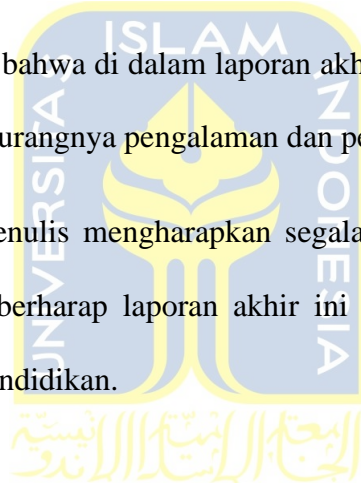
## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan hidayah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan laporan akhir implementasi bisnis ini.

Dalam proses penyusunan laporan ini penulis menjumpai hambatan, namun berkat dukungan dari berbagai pihak, akhirnya laporan akhir ini dapat terselesaikan dengan cukup baik, oleh karena itu melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya laporan akhir ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam laporan akhir ini masih terdapat kekurangan-kekurangan dikarenakan kurangnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis.

Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk dan saran dari berbagai pihak. Akhirnya penulis berharap laporan akhir ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan di dunia pendidikan.



## DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Halaman Pengesahan Tugas Akhir .....	iv
Halaman Pengesahan Ujian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
<b>BAB I</b> .....	15
<b>PENDAHULUAN</b> .....	15
1.1 Latar Belakang .....	15
1.2 Rumusan Masalah .....	17
1.3 Tujuan .....	18
1.4 Manfaat .....	18
1.5 Ruang Lingkup.....	18
1.6 Sistematika Laporan.....	19
<b>BAB II</b> .....	20
<b>PERANCANGAN BISNIS (<i>Business Plan</i>)</b> .....	20
2.1 Profil Bisnis.....	20



2.2 Model Bisnis .....	20
2.2.1 Bisnis Model Canvas .....	20
2.3 Aspek Operasi .....	21
2.3.1 Lokasi .....	21
2.3.2 Fasilitas dan Peralatan Produksi .....	22
2.3.3 Bahan Baku .....	22
2.3.4 Proses Produksi .....	23
2.3.5 Proses Pengerjaan .....	23
2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran .....	23
2.4.1 Aspek Pasar .....	23
2.4.2 Aspek Pemasaran .....	26
2.5 Aspek Organisasi/SDM .....	28
2.6 Aspek Keuangan .....	30
2.6.1 Rencana produksi .....	30
2.6.2 Modal awal .....	30
2.6.3 Biaya operasional .....	30
2.6.4 Total biaya .....	31
2.6.5 Strategi harga .....	31
2.6.6 Perkiraan pendapatan .....	31
2.6.7 Penilaian kelayakan investasi .....	31



2.6.8 Sumber modal.....	33
2.7 Analisis Resiko dan Strategi Keluar .....	33
2.7.1 Analisis Resiko.....	33
2.7.2 Strategi Keluar.....	34
<b>BAB III.....</b>	<b>36</b>
3.1 Pendahuluan : Profil Bisnis.....	36
3.2 Tinjauan Aspek Produksi/Operasional.....	37
3.2.1 Penggunaan Bahan Baku.....	37
3.2.2 Proses Produksi .....	40
3.2.3 Produk yang Dihasilkan .....	41
3.3 Tinjauan Aspek Pemasaran.....	42
3.4 Tinjauan Aspek Organisasi/SDM .....	43
3.4.1 Struktur Organisasi.....	43
3.4.2 Kualifikasi Kerja .....	43
3.4.3 Proses Rekrutmen.....	44
3.4.4 Kompensasi .....	44
3.5 Tinjauan Aspek Keuangan .....	45
3.5.1 Efisiensi Biaya-biaya Operasional .....	45
3.5.2 Modal Awal.....	45
3.5.3 Total Biaya .....	45

3.5.4 Strategi Harga .....	46
3.5.5 Proses Penjualan .....	46
3.5.6 Keberlangsungan bisnis .....	48
3.5.7 Sumber dana .....	50
<b>BAB IV</b> .....	<b>51</b>
4.1 Identifikasi Masalah .....	51
4.2 Tinjauan Teoritis .....	52
4.3 Pemecahan Masalah .....	56
4.4 Keberlanjutan Usaha .....	58
<b>BAB V</b> .....	<b>62</b>
<b>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b> .....	<b>62</b>
1) Kesimpulan .....	62
2) Rekomendasi .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>66</b>



## Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Rancangan struktur organisasi.....	29
Gambar 3. 1 Logo usaha .....	37
Gambar 3. 2 Ikan dero .....	38
Gambar 3. 3 Tepung yang dipakai.....	38
Gambar 3. 4 Plastik kemasan.....	38
Gambar 3. 5 Peralatan yang diperlukan dalam proses produksi.....	39
Gambar 3. 6 Proses membersihkan ikan.....	40
Gambar 3. 7 Proses membalut ikan dengan tepung.....	41
Gambar 3. 8 Proses penggorengan .....	41
Gambar 3. 9 Produk yang dihasilkan.....	42
Gambar 3. 10 Struktur organisasi .....	43
Gambar 4. 1 Promo paket bundling .....	57

## Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Tabel bisnis model kanvas.....	20
Tabel 2. 2 Tabel peralatan beserta harganya yang diperlukan dalam proses produksi...	22
Tabel 2. 3 Tabel bahan baku yang dibutuhkan dalam proses produksi .....	22
Tabel 2. 4 Biaya operasional per bulan.....	30
Tabel 3. 1 Daftar peralatan yang diperlukan dalam kegiatan produksi .....	39
Tabel 3. 2 Daftar bahan baku yang diperlukan dalam kegiatan produksi.....	40
Tabel 3. 3 Biaya operasional per bulan.....	45
Tabel 3. 4 Penjualan produk .....	46
Tabel 4. 1 Masalah yang dihadapi .....	52



## Daftar Lampiran

1 Laporan Perkembangan Bisnis .....	62
2 Pembelian bahan baku untuk proses produksi.....	75
3 Tempat pendistribusian produk ke warung atau toko oleh-oleh setempat .....	75
4 Pengiriman langsung ke konsumen dan sampel produk.....	76
5 Laporan Keuangan Neraca .....	77



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Zaman yang semakin berkembang ini banyak sekali bermunculan makanan dan minuman dengan berbagai jenis yang dapat ditemukan. Apalagi dengan maraknya pengguna sosial media yang banyak mengunggah resep-resep masakan enak dan mudah untuk diikuti. Hal tersebut membuat jenis makanan semakin bertambah banyak. Dengan banyaknya resep-resep masakan yang beredar di sosial media membuktikan bahwa minat terhadap makanan sangat tinggi. Ketertarikan konsumen Indonesia terhadap makanan ringan masih terus bertumbuh. Hal ini didukung dengan pertumbuhan kinerja industri makanan dan minuman yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir ini. Dikutip dari [www.dataindustri.com](http://www.dataindustri.com) , pada kuartal 1 2022, kinerja industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan per kuartal yang positif sebesar 2,56 persen. Sedangkan untuk pertumbuhan tahunan sektor industri makanan dan minuman kuartal 1 2022 (year on year) sebesar 3,75 persen. Kinerja pertumbuhan yang positif ini melanjutkan kinerja tahun-tahun sebelumnya yang juga selalu positif.

Makanan ringan, dewasa ini sudah menjadi bagian yang tak terlepas dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Terutama kalangan remaja dan anak-anak. *Snack* merupakan makanan ringan yang dikonsumsi dalam waktu antara ketiga makanan utama dalam sehari (Muchtadi, 1998). Makanan ringan selain sebagai penunda lapar, makanan ringan juga berfungsi sebagai pereda stres, serta sebagai media berinteraksi.

Makanan ringan atau *snack* merupakan makanan yang banyak diminati oleh banyak kalangan karena praktis dan memiliki berbagai macam jenis.

Masyarakat Indonesia terutama generasi milenial dan generasi Z merupakan kelompok konsumen yang paling banyak mengonsumsi jenis makanan ringan. Menurut Statistika *Market Insight*, 55 persen konsumen makanan ringan di Indonesia adalah generasi milenial dan gen Z. Kebanyakan atau sebagian besar konsumen dari produk makanan ringan adalah generasi milenial dan gen Z. Generasi milenial dan generasi Z ini biasanya suka untuk mencoba hal-hal baru atau menyukai tantangan. Oleh sebab itulah banyak sekali produk-produk baru dengan berbagai varian atau bahkan rasa yang baru dan unik muncul. Hal tersebut dilakukan untuk menarik perhatian dari generasi milenial dan gen Z dan akan menjadikannya konsumen sasaran untuk menjual produk.

Dalam industri makanan dan minuman, jumlah pelaku usaha selalu mengalami peningkatan dan juga omsetnya pun akan mengalami pertumbuhan yang cukup positif. Pada saat-saat seperti sekarang ini, banyak bermunculan produk-produk makanan dan minuman yang beraneka ragam. Ada yang merupakan produk makanan dan minuman yang telah diinovasikan dari produk sebelumnya menjadi sebuah menu baru yang dapat menarik perhatian konsumennya, dan macam-macam lagi lainnya. Hal itulah yang menyebabkan pemilihan usaha makanan ringan ini akhirnya dipilih dan dijalankan.

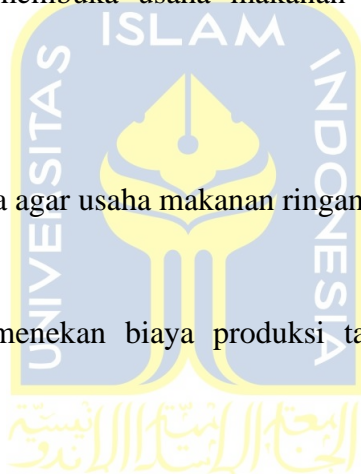
Usaha makanan memiliki peluang yang menjanjikan. Hal ini dikarenakan makanan adalah sesuatu yang akan terus dicari orang. Dan sangat mungkin konsumen akan kembali membeli lagi apabila produk makanan tersebut memuaskan. Selain itu,



makanan biasanya relatif lebih murah jika dibandingkan dengan produk lainnya. Usaha makanan ringan ini cukup potensial untuk dikembangkan karena rasanya akan bisa diterima di lidah orang Indonesia. Produk yang tersedia akan dijual dengan harga yang pas untuk kalangan menengah membuatnya lebih menarik minat dari Masyarakat untuk membeli produk yang akan dijual.

## 1.2 Rumusan Masalah

- a) Bagaimana cara membuka usaha makanan ringan rumahan dengan modal dibawah lima juta?
- b) Bagaimana caranya agar usaha makanan ringan rumahan tidak merugi?
- c) Bagaimana cara menekan biaya produksi tanpa mengesampingkan kualitas produk makanan?



### 1.3 Tujuan

Tujuan dari pembuatan proposal ini adalah untuk memberikan informasi mengenai penulisan proposal usaha agar dapat menciptakan usaha secara mandiri dengan modal dibawah lima juta rupiah dan dalam pelaksanaannya dilakukan untuk mencegah kerugian yang akan dialami. Selain itu, proposal usaha ini dibuat untuk mengetahui bagaimana cara menekan biaya produksi tanpa mengesampingkan kualitas dari produk itu sendiri.

### 1.4 Manfaat

Usaha makanan ringan rumahan cukup menjanjikan, karena keuntungan yang didapat cukup besar. Karena itu, usaha makanan ringan rumahan seperti ini dapat dijadikan inspirasi untuk memulai usaha.

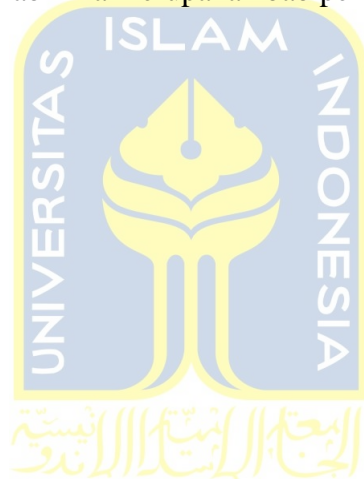
### 1.5 Ruang Lingkup

Ruang lingkup kegiatannya mulai dari pengadaan bahan baku seperti ikan deronya, tepung terigu, minyak goreng, alat masak, dan lain sebagainya yang dibutuhkan dalam proses produksi.

Pembelian bahan baku dibeli sebulan sekali. Selanjutnya akan dilakukan proses produksi serta pengemasan produk. Setelah semua produk dikemas, maka akan dipasarkan atau didistribusikan ke konsumen.

## 1.6 Sistematika Laporan

Laporan tugas akhir ini merupakan laporan akhir implementasi bisnis. Bab pertama akan merupakan bab pembuka yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, ruang lingkup dan sistematika laporan. Bab dua berisi tentang uraian rancangan bisnis yang memuat aspek operasi, aspek SDM, aspek pemasaran, dan aspek keuangan. Pada bab tiga berisi tentang laporan perkembangan bisnis yang dilaksanakan dan telah direncanakan pada bab dua. Bab empat membahas tentang pembelajaran pelaksanaan bisnis yang didasarkan pada rencana bisnis yang sudah disusun sebelumnya. Bab lima merupakan bab penutup yang memuat kesimpulan.



## BAB II

### PERANCANGAN BISNIS (*Business Plan*)

#### 2.1 Profil Bisnis

Bearisol merupakan usaha rumahan atau home industri yang memproduksi, mendistribusikan dan menawarkan produk ikan dero crispy.

Nama perusahaan : Bearisol

Alamat : Ds. Blaru Rt/w : 16/04, Kec. Pati, Kab. Pati

Telp : 082137230126

Jenis perusahaan : home industri

Jumlah tenaga kerja/karyawan : 3 orang

Produk : ikan dero crispy



#### 2.2 Model Bisnis

##### 2.2.1 Bisnis Model Canvas

Tabel 2. 1 Tabel bisnis model kanvas

No.	Analisis	Keterangan
1.	Key Partner	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pemasok bahan baku</li><li>• Pemilik toko jajanan atau oleh-oleh di kota Pati</li><li>• Konsumen</li></ul>
2.	Key Activities	<ul style="list-style-type: none"><li>• Produksi</li><li>• Mencari pemasok bahan baku dengan harga yang relatif terjangkau</li><li>• Penjualan</li></ul>
3.	Value Propositions	<ul style="list-style-type: none"><li>• Menyediakan makanan ringan untuk dijadikan camilan dan lauk saat makan</li><li>• Rasa enak dan harga pas</li></ul>

4.	Customer Relationships	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga yang terjangkau</li> <li>• COD gratis ongkir</li> </ul>
5.	Customer Segments	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masyarakat berusia 11 sampai 40 tahun dan yang menyukai camilan atau yang suka jajan dengan ekonomi kelas menengah</li> </ul>
6.	Key Resources	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karyawan</li> <li>• Bahan baku</li> </ul>
7.	Channels	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan media sosial</li> <li>• Melayani penjualan secara online</li> <li>• Menitipkan di toko jajanan atau oleh-oleh di kota Pati</li> </ul>
8.	Cost Structure	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya bahan baku</li> <li>• Biaya pegawai/karyawan</li> <li>• Biaya kemasan</li> <li>• Cost driven, karena kita mengusahakan untuk meminimalisir harga karena menyesuaikan <i>customer segments</i></li> </ul>
9.	Revenue Streams	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjualan ikan dero crispy</li> </ul>

## 2.3 Aspek Operasi

### 2.3.1 Lokasi

Bisnis ini berlokasi di Jawa Tengah atau lebih tepatnya berada di kota Pati.

Alamat lengkapnya berada di desa Blaru Rt/w : 16/04, Kec. Pati, Kab. Pati.

### 2.3.2 Fasilitas dan Peralatan Produksi

Dalam kegiatan usaha ini kami menggunakan fasilitas yang diperoleh dari modal sendiri, yaitu sebagai berikut :

Tabel 2. 2 Tabel peralatan beserta harganya yang diperlukan dalam proses produksi

<b>Peralatan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Harga</b>	<b>Umur ekonomis (tahun)</b>	<b>Penyusutan/tahun (Rp)</b>
Kompur gas	1	Rp 210.000,-	3	Rp 50.000,-
Elpiji	1	Rp 95.000,-	3	Rp 40.000,-
Wajan	2	Rp 170.000,-	3	Rp 20.000,-
Plastik	-	Rp 24.000,-	¼	Rp 12.500,-
Alat masak	4	Rp 33.000,-	2	Rp 10.000,-
Lain-lain	-	Rp 100.000,-	1	Rp 2.500,-
<b>Jumlah total</b>		<b>Rp 632.000,-</b>		<b>Rp 135.000,-</b>

### 2.3.3 Bahan Baku

Tabel 2. 3 Tabel bahan baku yang dibutuhkan dalam proses produksi

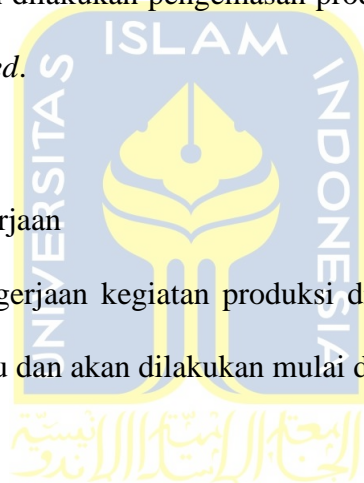
<b>No.</b>	<b>Bahan/bulan</b>	<b>Harga</b>
1.	Ikan dero	Rp 360.000
2.	Tepung crispy	Rp 138.000,-
3.	Minyak goreng	Rp 65.000,-
	<b>Jumlah total</b>	<b>Rp 563.000,-</b>

#### 2.3.4 Proses Produksi

Sebelum melakukan proses produksi, hal yang pertama dilakukan adalah membeli peralatan dan bahan baku yang diperlukan dalam proses produksi. Selanjutnya, yang akan dilakukan adalah membersihkan dan mengiris ikan dero yang sudah dibeli. Proses ini membutuhkan waktu kurang lebih empat hari karena kegiatan belanja bahan baku dilakukan sebulan sekali sehingga ikan yang dibersihkan bisa lebih dari sepuluh kilogram. Setelah semua ikan bersih maka selanjutnya akan digoreng menggunakan tepung dan akan menjadi crispy. Kemudian, barulah dilakukan pengemasan produk dengan menggunakan plastik *pouch double sealed*.

#### 2.3.5 Proses Pengerjaan

Proses pengerjaan kegiatan produksi diatas adalah dilakukan pada hari Senin sampai Sabtu dan akan dilakukan mulai dari pukul 08.00-13.00 WIB.



### 2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran

#### 2.4.1 Aspek Pasar

##### 2.4.1.1 Gambaran Umum Pasar dan Pemasaran

Usaha penjualan ikan dero crispy ini merupakan usaha kecil yang dilakukan dirumah atau bisa disebut usaha rumahan (*home industry*). Jika usaha ini dapat mencapai tujuan yang diharapkan maka bisa dilakukan inovasi dengan memberikan varian rasa pada ikan dero crispy sehingga konsumen dapat memilih rasa yang tersedia.

#### 2.4.1.2 Jenis Produk yang Dipasarkan

Produk yang dipasarkan merupakan ikan dero crispy original yang dikemas dengan menggunakan plastik *pouch double sealed* dengan berat 250 gram.

#### 2.4.1.3 Target Pasar

Produk yang ditawarkan kepada konsumen merupakan produk makanan ringan dimana produk seperti ini dapat dinikmati oleh semua jenis kelamin, kalangan atas ataupun kalangan bawah, bapak-bapak, ibu-ibu, anak-anak, bahkan lansia pun dapat mengonsumsinya.

#### 2.4.1.4 Sasaran Pembeli

Sasaran pembeli dari usaha ini adalah para penikmat camilan dan orang-orang yang suka jajan. Sasaran lainnya adalah orang-orang yang tidak memasak karena selain sebagai camilan produk ini juga bisa dijadikan sebagai lauk untuk makan.

#### 2.4.1.5 Strategi STP

##### a) *Segmentation*

##### Demografis

Segmentasi demografis dilakukan dengan memisahkan pasar ke dalam bagian-bagian berdasarkan elemen demografis seperti usia



atau umur, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, ras, pekerjaan dan lain sebagainya.

1. Umur

Produk ikan dero crispy ini dapat dikonsumsi oleh orang dewasa, akan tetapi anak-anak pun dapat mengonsumsinya tanpa menimbulkan efek samping yang berat.

2. Jenis Kelamin

Produk yang ditawarkan tidak memandang jenis kelamin. Jadi, semua jenis kelamin dapat mengonsumsi produk ikan dero crispy ini.

3. Pendapatan

Konsumen pastinya akan membeli produk dengan pendapatan yang mereka hasilkan, dan produk akan memposisikan pada konsumen dengan pendapatan golongan menengah ke atas dan golongan menengah kebawah. Mengapa demikian, produk yang ditawarkan akan memiliki harga yang terjangkau sehingga semua kalangan dapat membelinya.

4. Segmentasi Demografik Multivariansi

Di segmentasi demografik multivariansi ini produk nantinya akan diarahkan pada beberapa segmentasi seperti umur, jenis kelamin, dan pendapatan sehingga produk akan secara maksimal diterima oleh konsumen serta konsumen akan merasakan kepuasan terhadap produk yang ditawarkan.

*b) Targeting*

Setelah memetakan pasar, tahap *targeting* adalah membidik kelompok konsumen mana yang akan kita sasar atau strategi *target market*. Setiap perusahaan pasti mempunyai target penjualan produksinya, dalam hal ini target pemasaran ikan *dero crispy* adalah masyarakat yang berusia 11 sampai 40 tahun dengan kelas ekonomi menengah. Terlebih lagi orang-orang yang gemar jajan.

c) *Positioning*

*Positioning* yaitu terciptanya gambaran produk untuk menjadi alasan bagi konsumen yang tertarik untuk membeli produk. Secara umum, masyarakat suka ngemil. Usaha ini menggunakan *cost leadership* karena produk dijual dengan harga terjangkau. Hal yang dapat dilakukan untuk memenuhi kepuasan konsumen adalah dengan pelayanan yang ramah dalam menghadapi konsumen sehingga konsumen tidak ragu untuk bertanya tentang produk yang dijual. Selain itu, merespon dengan cepat dalam memberikan *feedback* kepada konsumen sehingga konsumen tidak merasa proses transaksi yang begitu lama dan dapat melakukan *repeat order*. Hal lainnya yang dapat dilakukan adalah dengan menjaga kualitas produk yang dijual dengan bahan yang berkualitas baik dan aman untuk dikonsumsi.

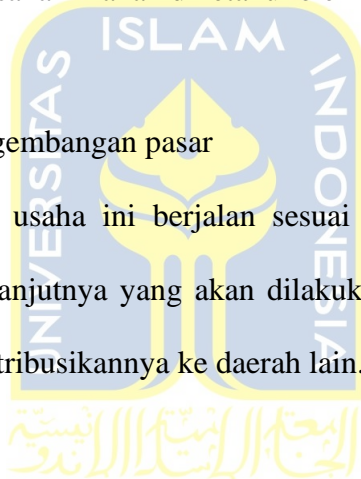
#### 2.4.2 Aspek Pemasaran

#### 2.4.2.1 Promosi

Promosi yang akan dilakukan adalah dengan menggunakan postingan di media sosial. Promosi lainnya adalah secara lisan. Promosi secara lisan adalah cara promosi yang paling sederhana jika dibandingkan dengan cara promosi lainnya. Selain paling mudah untuk dilakukan juga tidak perlu mengeluarkan banyak biaya untuk melakukannya. Bisa diawali dengan menceritakan usaha kepada kerabat, saudara, teman, atau bahkan tetangga. Dengan begitu bisa langsung mempromosikannya dan lama kelamaan usaha ini akan diketahui oleh banyak orang.

#### 2.4.2.2 Pengembangan pasar

Jika usaha ini berjalan sesuai dengan yang diharapkan, maka langkah selanjutnya yang akan dilakukan adalah mencoba memasarkan dan mendistribusikannya ke daerah lain.



#### 2.4.2.3 Pengembangan produk

Pengembangan produk kedepan untuk produk ikan dero crispy ini adalah dengan menambah varian rasa dari ikan dero crispy seperti rasa balado, rumput laut dan sebagainya.

#### 2.4.2.4 Langkah-langkah promosi

Pada permulaan akan dilakukan pengenalan produk dengan mempostingnya di media sosial supaya dikenal dan diketahui. Langkah selanjutnya akan diterapkan COD di Pati gratis ongkos kirim.

#### 2.4.2.5 Distribusi

Produk akan didistribusikan ke toko oleh-oleh yang ada di kota Pati. Selain itu, karena ada penjualan secara online maka akan didistribusikan dengan mengirimnya langsung ke tangan konsumen.

### 2.5 Aspek Organisasi/SDM

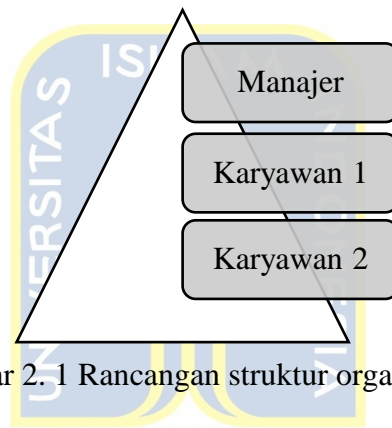
Usaha ini akan dijalankan dengan membentuk penjadwalan atau jam kerja agar nantinya kegiatan yang akan dilaksanakan akan berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Penyusunan jadwal ini akan melingkupi hari dan jam kerja. Usaha ini atau yang akan dijalankan akan beroperasi setiap hari dan libur pada hari Minggu dan hari besar seperti hari raya idul fitri dan idul adha. Dan mengenai jam kerja, jam kerjanya akan dimulai pada pukul 08.00 sampai dengan pukul 13.00 WIB.

Agar usaha ini dapat berjalan lancar dan dapat mencapai target-target yang telah ditetapkan maka perlu dibentuk sebuah organisasi dimana dalam organisasi ini terdiri dari manajer dan dua karyawan.

Usaha ini terdapat tiga orang tenaga kerja atau karyawan. Ketiga tenaga kerja atau karyawan tersebut memiliki tugas dan bidang masing-masing. Dari

pembagian-pembagian itu maka dapat ditentukan pembagian kerja dimana pada bagian pembelian dan produksi akan dilakukan kegiatan pembelian bahan baku serta sarana dan prasarana yang dibutuhkan demi kelangsungan operasional dan melakukan kegiatan produksi.

Ada pembagian aktivitas kerja, mulai dari hubungan fungsi dan aktivitasnya, sampai spesialisasi aktivitas antar bagian akan terlihat jelas dan akan disusun atau dibuat struktur organisasinya, yakni sebagai berikut :



Gambar 2.1 Rancangan struktur organisasi

Keterangan :

- Manajer bertugas untuk memimpin, mengawasi, dan mengarahkan karyawan untuk bekerja sama mencapai tujuan organisasi.
- Karyawan 1 bertugas untuk melakukan pembelian bahan baku dan sarana prasarana yang dibutuhkan dalam proses produksi. Tugas lainnya adalah melakukan pemasaran dan mendistribusikan produk.
- Karyawan 2 melakukan proses produksi atau membuat produk dan melakukan pengemasan produk.

## 2.6 Aspek Keuangan

### 2.6.1 Rencana produksi

Jenis produk : ikan dero crispy

Jumlah produk : 100 pcs/ bulan

### 2.6.2 Modal awal

Peralatan = Rp 632.000,-

Bahan baku = Rp 563.000,-

Total = Rp 1.195.000,-

Modal = Rp 1.195.000,-

### 2.6.3 Biaya operasional

Tabel 2. 4 Biaya operasional per bulan

No.	Komponen	Biaya per bulan
1.	Listrik dan air	Rp 50.000,-
2.	Gas	Rp 20.000,-
3.	Komunikasi & informasi promosi	Rp 50.000,-
4.	2 orang tenaga kerja	Rp 600.000,-
	Total	Rp 720.000,-

#### 2.6.4 Total biaya

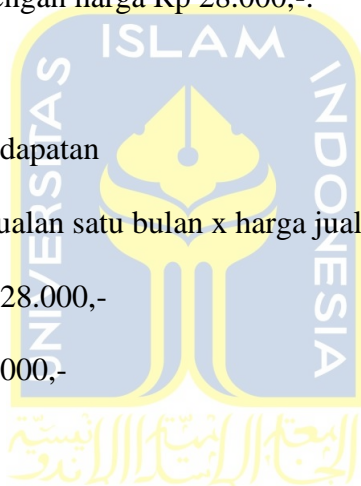
Biaya operasional	Rp 720.000,-/bulan
Biaya peralatan	Rp 632.000,-/bulan
Biaya bahan baku	Rp 563.000,-/bulan

#### 2.6.5 Strategi harga

Penentuan harga untuk produk ikan dero crispy didasarkan pada biaya-biaya yang ada selama proses produksi. Produk ikan dero crispy kemasan 250 gram akan dijual dengan harga Rp 28.000,-.

#### 2.6.6 Perkiraan pendapatan

$$\begin{aligned} & \text{Target penjualan satu bulan} \times \text{harga jual} \\ &= 100 \times \text{Rp } 28.000,- \\ &= \text{Rp } 2.800.000,- \end{aligned}$$



#### 2.6.7 Penilaian kelayakan investasi

Untuk mengetahui apakah suatu bisnis nantinya akan memberikan keuntungan atau tidak di masa depan, dapat diketahui dengan melakukan uji kelayakan. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui ide dari suatu bisnis itu layak untuk dilakukan atau akan mendatangkan keuntungan di masa yang akan datang adalah metode *net present value* (NPV). NPV adalah suatu metode yang dapat digunakan untuk menghitung nilai arus investasi di masa depan dan masa sekarang. Menurut Giatman (2017) di dalam bukunya yang berjudul 'Ekonomi Teknik' menuliskan bahwa metode *net present value*

(NPV) adalah metode uji kelayakan usaha yang dilakukan dengan cara membandingkan nilai sekarang dari aliran kas masuk bersih dengan nilai sekarang dari biaya pengeluaran suatu investasi. Berikut adalah NPV dari usaha ini.

$$\text{NPV} = [\text{ arus kas} / (1+i)^t] - \text{ investasi awal}$$

$$\text{NPV} = [\text{Rp } 16.800.000,- / (1+0.2)^1] - \text{Rp } 3.000.000,-$$

$$\text{NPV} = \text{Rp } 11.000.000,-$$

NPV diatas hasilnya bernilai positif, oleh karenanya usaha ini dapat dijalankan atau nantinya akan menghasilkan keuntungan.

Metode lain yang dapat digunakan untuk menguji kelayakan suatu usaha adalah *payback period*. Metode ini digunakan untuk memprediksi berapa lama waktu yang dibutuhkan suatu bisnis untuk menghasilkan keuntungan. Definisi lainnya mengenai *payback period* adalah waktu yang dibutuhkan suatu proyek atau usaha untuk balik modal. Semakin cepat balik modal maka kesempatan untuk mengembangkan bisnis semakin besar.

Teknik pengembalian modal usaha ini memiliki target enam bulan. Penulis berasumsi dalam enam bulan akan memproduksi dan menjual enam ratus pcs produk dengan harga jual Rp 28.000,-.

$$\begin{aligned} \text{Aliran kas 6 bulan} &= (100 \times \text{Rp } 28.000,-) \times 6 \\ &= \text{Rp } 2.800.000,- \times 6 \\ &= \text{Rp } 16.800.000,- \end{aligned}$$



$$\begin{aligned}\text{Payback period} &= (\text{modal awal/aliran kas masuk 6 bulan}) \times 6 \text{ bulan} \\ &= (3.000.000/16.800.000) \times 6 \text{ bulan} \\ &= 1 \text{ bulan}\end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan *payback period* diatas menyatakan bahwa usaha ini akan balik modal dalam kurun waktu satu bulan. Berdasarkan asumsi bahwa akan menjual seratus pcs tiap bulannya.

#### 2.6.8 Sumber modal

Modal yang didapatkan untuk menjalankan usaha ini bersumber dari uang pribadi. Laba yang dihasilkan nantinya akan dimiliki sepenuhnya oleh pribadi dan akan digunakan untuk terus menjalankan dan mengembangkan usaha ini. Modal awal yang dikeluarkan untuk menjalankan usaha ini adalah sebesar tiga juta rupiah. Modal tersebut nantinya akan digunakan untuk membeli peralatan yang diperlukan dalam proses produksi, bahan baku, kemasan, dan lain-lain yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha ini. Dalam usaha ini diharapkan akan mendapatkan tingkat keuntungan sebesar dua puluh persen per tahun.

### 2.7 Analisis Resiko dan Strategi Keluar

#### 2.7.1 Analisis Resiko

Resiko yang timbul sering kali diakibatkan oleh adanya ketidakpastian. Ketidakpastian ini muncul biasanya karena ada keraguan terhadap suatu hal yang akan terjadi di masa depan. Ketidakjelasan kondisi ekonomi dimasa mendatang dapat menjadi salah satu factor penting dimana nantinya akan memberikan

pengaruh terhadap prose berjalannya suatu bisnis dan akan mempengaruhi perilaku konsumen terhadap usaha. Resiko usaha yang dapat terjadi dalam usaha ini adalah resiko bersaing, harga bahan baku yang tidak stabil, serta makanan tidak habis terjual. Untuk mengantisipasi hal tersebut dapat dilakukan dengan menambah varian rasa agar konsumen memiliki pilihan, selain itu, juga akan mencari bahan baku dengan harga yang terjangkau tanpa mengurangi kualitas dari produk. Untuk masalah produk yang tidak terjual habis, produk tersebut masih bisa disimpan karena produk yang dijual bukan produk yang cepat membusuk atau merupakan produk yang tahan lama.

#### 2.7.2 Strategi Keluar

Pemilihan strategi keluar akan memberikan pengaruh terhadap keputusan dalam pengembangan bisnis. Selanjutnya, pemilihan strategi keluar selalu bergantung pada sejumlah variabel, misalnya seberapa banyak keterlibatan atau control di dalam usaha atau apakah perusahaan ingin tetap berjalan dengan cara yang sama atau bersedia jika terjadi perubahan. Perencanaan yang baik akan selalu melihat nilai asli dari sebuah bisnis dan dapat memberikan pondasi untuk tujuan di masa depan. Untuk usaha ini, strategi keluar yang akan dipilih adalah perpindahan pemilik. Strategi ini dipilih karena dapat menunjuk seseorang yang dapat meneruskan yakni kepada orang yang sekiranya memiliki pengetahuan, kemampuan, serta kemauan untuk melanjutkan bisnis apabila pemilik menarik diri atau keluar dari bisnis. Strategi keluar ini dapat berubah seiring waktu dan tergantung juga pada situasi yang terjadi. Strategi keluar yang dipilih adalah memperkuat hubungan dengan pelanggan. Cara yang digunakan untuk

mempererat hubungan dengan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga pelanggan akan merasa puas dan nantinya akan melakukan pembelian ulang terhadap produk. Selain itu, hal lainnya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas produk serta distribusi produk ke pelanggan.



## **BAB III**

### **LAPORAN PELAKSANAAN KEGIATAN**

#### 3.1 Pendahuluan : Profil Bisnis

Bearisol adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang makanan ringan. Bearisol menyediakan produk makanan ringan berupa ikan dero crispy. Tempat produksinya berada di Pati, Jawa Tengah. Dengan tagar camilan teman makan memberikan kesan berbeda bagi masyarakat khususnya di daerah Pati.

Bearisol berdiri sejak tahun 2022 dan berupaya untuk terus berkembang seiring dengan berjalannya waktu. Awalnya mulai memproduksi ikan dero crispy dengan skala kecil dan mulai ditawarkan ke orang-orang sekitar. Dengan berjalannya waktu, usaha ini mulai mendapatkan perhatian, walaupun bukan perhatian yang besar, akan tetapi semakin lama terus mendapatkan pesanan. Saat ini, produk ini masih didistribusikan dengan skala yang kecil. Bearisol berjualan langsung ke pelanggan melalui nomor telepon dan juga menjual produk ke toko-toko oleh-oleh dan warung-warung terdekat.

Nama Bearisol sendiri terinspirasi dari beruang dan jadilah Bearisol. Mengapa beruang, karena tagar kami adalah camilan teman makan, dan beruang sebagai teman yang lucu. Sehingga dipilihlah seperti itu. Di logonya juga diberikan gambaran telinga agar lebih menyerupai beruang, tapi tidak secara jelas bahwa itu beruang. Selain itu, juga ada nomor telepon dan juga tulisan camilan teman makan. Produk ini hadir dalam kemasan ziplock yang tembus pandang sehingga konsumen tahu apa yang ada didalamnya. Logonya dapat dilihat dari gambar dibawah ini.



Gambar 3. 1 Logo usaha

Awal mula produk ikan dero crispy ini ditawarkan ke orang-orang sekitar seperti tetangga dan teman. Kemudian kami mencoba untuk menjualnya ke warung-warung sekitar dan toko oleh-oleh yang ada di Pati. Sampai sekarang pun masih menggunakan cara yang sama, akan tetapi jumlah pesanannya meningkat dibandingkan sebelumnya.

## 3.2 Tinjauan Aspek Produksi/Operasional

### 3.2.1 Penggunaan Bahan Baku

Hal pertama yang dilakukan sebelum membeli peralatan dan bahan baku adalah mencatat hal-hal apa saja yang diperlukan dalam proses produksi. Setelah itu, melakukan survei harga di beberapa pasar yang ada di daerah Pati dan juga secara *online* di *e-commerce*. Setelah melakukan survei, akhirnya ditemukan harga yang cocok. Kegiatan belanja dilakukan satu bulan sekali. Pembelian alat yang digunakan dalam proses produksi dilakukan sekaligus dan alat tersebut terus digunakan sampai seterusnya. Sedangkan untuk pembelian bahan baku dilakukan sekali dalam dua kali proses produksi. Bahan baku seperti ikannya dibeli di pasar dan untuk minyaknya juga dibeli di pasar yang berlokasi di daerah Pati untuk menghemat biaya

transportasi, dan untuk tepung yang digunakan untuk membalut ikan deronya terkadang dibeli di pasar dan terkadang dibeli secara *online* di *e-commerce* ketika harganya lebih murah jika dibandingkan beli secara langsung. Pembelian tepung dilakukan secara langsung juga dilakukan ketika ada pesanan yang masuk dan tidak memungkinkan untuk membeli bahan baku secara daring.



Gambar 3. 2 Ikan dero



Gambar 3. 3 Tepung yang dipakai



Gambar 3. 4 Plastik kemasan



Gambar 3. 5 Peralatan yang diperlukan dalam proses produksi

Berikut adalah daftar alat dan bahan baku yang diperlukan dalam proses produksi :

Tabel 3. 1 Daftar peralatan yang diperlukan dalam kegiatan produksi

Peralatan	Jumlah	Harga	Umur ekonomis (tahun)	Penyusutan/tahun (Rp)
Kompor gas	1	Rp 210.000,-	3	Rp 50.000,-
Tabung gas	1	Rp 95.000,-	3	Rp 40.000,-
Wajan	2	Rp 170.000,-	3	Rp 20.000,-
Plastik	-	Rp 24.000,-	¼	Rp 12.500,-
Alat masak	4	Rp 33.000,-	2	Rp 10.000,-
Lain-lain	-	Rp 100.000,-	1	Rp 2.500,-
<b>Jumlah total</b>		<b>Rp 632.000,-</b>		<b>Rp 135.000,-</b>

Tabel 3. 2 Daftar bahan baku yang diperlukan dalam kegiatan produksi

No.	Bahan/bulan	Harga
1.	Ikan dero	Rp 144.000,-
2.	Tepung crispy	Rp 92.000,-
3.	Minyak goreng	Rp 67.500,-
	<b>Jumlah total</b>	Rp 303.500,-

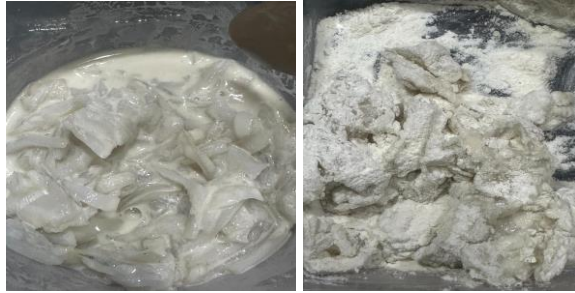
### 3.2.2 Proses Produksi

Bahan baku yang mentah selanjutnya akan dibersihkan dan kemudian diolah. Proses pengolahannya dilakukan dengan membalut tepung pada ikan dero dan setelah itu digoreng. Setelah matang, ditunggu dingin baru kemudian dikemas. Ikan dero crispy yang sudah matang dikemas menggunakan plastik *pouch double sealed*. Waktu operasional kegiatan produksi dilakukan dari hari Senin sampai Sabtu mulai pukul delapan pagi sampai jam satu siang.



Gambar 3. 6 Proses membersihkan ikan





Gambar 3. 7 Proses membalut ikan dengan tepung



Gambar 3. 8 Proses penggorengan

### 3.2.3 Produk yang Dihasilkan

Produk yang dihasilkan berupa ikan dero crispy yang dikemas dalam plastik *pouch double sealed* dengan berat 100 gram. Kapasitas produksi pada bulan pertama hanya 20 pcs. Bulan kedua, ditambah dua kali lipat menjadi 50 pcs. Dan pada bulan ketiga dan keempat memproduksi 100-200 pcs karena pada bulan ketiga dan keempat kita mulai mendapat beberapa pesanan.



Gambar 3. 9 Produk yang dihasilkan

### 3.3 Tinjauan Aspek Pemasaran

Berdasarkan konsumen dari ikan dero crispy sebagian besar berasal dari kalangan menengah mulai dari anak-anak, remaja, dan dewasa dengan usia dibawah 50 tahun. Dewasa dibawah 50 tahun didominasi oleh ibu-ibu karena digunakan untuk berbagai macam acara seperti buka bersama, arisan, dan lain sebagainya. Strategi pemasaran yang dilakukan tentunya melalui whatsapp. Pada awalnya, dilakukan dengan memberi tahu kepada tetangga sekitar tempat produksi. Selain itu, juga pada saudara dan teman. Bisa dikatakan promosi juga dilakukan secara lisan dari mulut ke mulut. Begitu kabar menyebar, pesanan pun mulai masuk. Pendistribusian produk dilakukan oleh salah satu karyawan dengan mendistribusikannya ke warung-warung sekitar dan toko oleh-oleh setempat. Apabila ada pesanan masuk maka akan dikirimkan secara langsung kepada orang yang memesan.

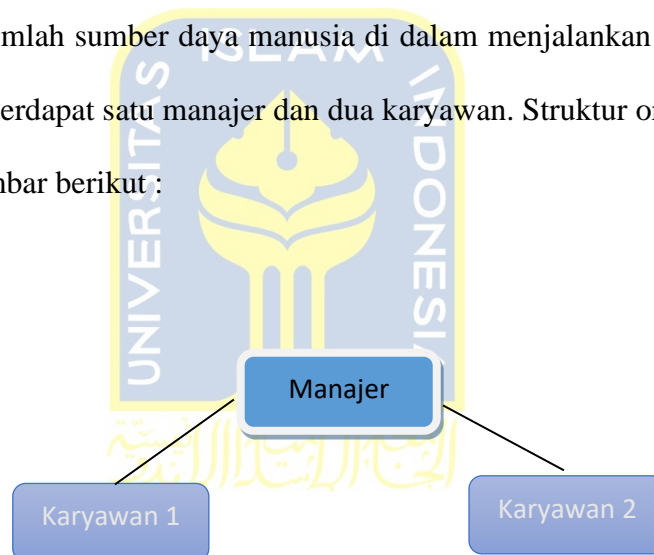
Mengenai penentuan harga menggunakan metode *cost-plus pricing*. Metode ini adalah metode penetapan harga jual produk dengan menambahkan biaya total produksi dengan nilai marginnya atau metode yang fokus pada biaya produksi. Metode ini juga disebut sebagai penetapan harga *mark up*. Dikarenakan metode ini akan menandai produk

berdasarkan seberapa besar ingin mendapatkan keuntungan. Jadi, presentase tetap akan ditambahkan ke biaya produksi.

### 3.4 Tinjauan Aspek Organisasi/SDM

#### 3.4.1 Struktur Organisasi

Sesuai yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa jam kerjanya mulai dari jam delapan pagi sampai jam satu siang dilakukan selama enam hari kerja dan libur pada hari Minggu. Jumlah sumber daya manusia di dalam menjalankan usaha ini ada tiga orang. Dimana terdapat satu manajer dan dua karyawan. Struktur organisasinya dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 3. 10 Struktur organisasi

#### 3.4.2 Kualifikasi Kerja

Terdapat tiga tenaga kerja atau karyawan. Ketiga tenaga kerja tersebut memiliki tugas masing-masing. Setiap tenaga kerja memiliki deskripsi pekerjaan yang berbeda. Adapun tugas dari masing-masing tenaga kerja adalah sebagai berikut :

#### 1) Manajer

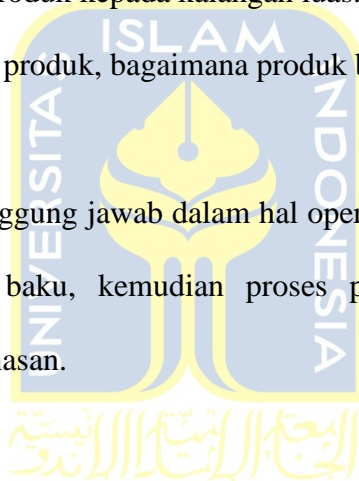
Manajer akan berperan dalam melakukan pengawasan dan pengontrolan terhadap jalannya usaha. Manajer juga bertugas mengelola masalah finansial dan juga hal-hal yang berkaitan dengan sumber daya manusia atau tenaga kerja. Mulai dari perekrutan, izin libur, gaji tiap tenaga kerja, kompensasi, dan hal lainnya berkaitan dengan SDM dan keuangan.

#### 2) Karyawan 1

Karyawan 1 bertugas dalam hal-hal terkait pemasaran seperti promosi, bagaimana memperkenalkan produk kepada kalangan luas. Karyawan 1 juga bertugas dalam hal pendistribusian produk, bagaimana produk bisa sampai ke tangan konsumen.

#### 3) Karyawan 2

Karyawan 2 bertanggung jawab dalam hal operasional atau produksi. Mulai dari pembelian bahan baku, kemudian proses produksi sampai pada akhirnya melakukan pengemasan.



### 3.4.3 Proses Rekrutmen

Sebenarnya tidak ada proses pencarian tenaga kerja dan penyeleksian. Proses rekrutmen hanya dilakukan dengan mengajak teman untuk memulai usaha ini.

### 3.4.4 Kompensasi

Sistem kompensasi yang ada adalah tunjangan hari raya, dimana tunjangan tersebut diberikan sebelum libur untuk hari raya, biasanya seminggu sebelum hari raya.

### 3.5 Tinjauan Aspek Keuangan

#### 3.5.1 Efisiensi Biaya-biaya Operasional

Tabel 3. 3 Biaya operasional per bulan

No.	Komponen	Biaya per bulan
1.	Listrik dan air	Rp 50.000,-
2.	Gas	Rp 20.000,-
3.	Komunikasi & informasi promosi	Rp 50.000,-
4.	Tenaga kerja 2 orang	Rp 300.000,-
	Total	Rp 420.000,-

#### 3.5.2 Modal Awal

Peralatan = Rp 632.000,-

Bahan baku = Rp 303.500,-

Total = Rp 935.500,-

Modal = Rp 935.500,-

#### 3.5.3 Total Biaya

Biaya operasional Rp 420.000,-/bulan

Biaya peralatan Rp 632.000,-/bulan

Biaya bahan baku Rp 303.500,-/bulan

### 3.5.4 Strategi Harga

Penentuan harga untuk produk ikan dero crispy ini ditentukan dengan bahan baku yang ada. Dimana apabila terdapat perubahan harga pada bahan baku maka harga untuk satu produk juga berubah. Produk ikan dero crispy dengan kemasan 100 gram akan dibandrol dengan harga Rp 15.000,-.

### 3.5.5 Proses Penjualan

Berikut penjelasan penjualan produk selama beberapa bulan :

Tabel 3. 4 Penjualan produk

No	Bulan	Harga	Jumlah terjual	Total	Keterangan
1	Februari	Rp 15.000,-	15	Rp 225.000,-	Masih sedikit karena masih awal memulai dan belum banyak melakukan promosi
2	Maret	Rp 15.000,-	45	Rp 675.000,-	Sudah mulai memperkenalkan produk kepada tetangga, teman, dan kerabat
3	April	Rp 15.000,-	200	Rp 3.000.000,-	Mengalami kenaikan karena bertepatan dengan bulan Ramadhan dan kebanyakan yang digunakan untuk acara bukber

4	Mei	Rp 15.000,-	88	Rp 1.320.000,-	Mengalami kenaikan dibandingkan bulan sebelumnya selain bulan Ramadhan
5	Juni	Rp 15.000,-	100	Rp 1.500.000,-	Hasil penjualan via whatsapp dan menjual ke took oleh-oleh dan warung sekitar
6	Juli	Rp 15.000,-	108	Rp 1.620.000,-	Hasil penjualan via whatsapp dan menjual ke took oleh-oleh dan warung sekitar
7	Agustus	Rp 15.000,-	111	Rp 1.665.000,-	Hasil penjualan via whatsapp dan menjual ke took oleh-oleh dan warung sekitar
8	September	Rp 15.000,-	132	Rp 1.980.000,-	Hasil penjualan via whatsapp dan menjual ke took oleh-oleh dan warung sekitar dan juga terima pesanan untuk suatu acara
9	Oktober	Rp 15.000,-	97	Rp 1.455.000,-	Hasil penjualan via whatsapp dan menjual ke took oleh-oleh dan warung sekitar

10	November	Rp 15.000,-	115	Rp 1.725.000,-	Hasil penjualan via whatsapp dan menjual ke took oleh-oleh dan warung sekitar
11	Desember	Rp 15.000,-	104	Rp 1.560.000,-	Hasil penjualan via whatsapp dan menjual ke took oleh-oleh dan warung sekitar
12	Januari	Rp 15.000,-	0	Rp 0	Mulai menghentikan produksi dan menerapkan sistem <i>pre-order</i>
13	Februari	Rp 15.000,-	0	Rp 0	Masih dengan sistem <i>pre-order</i> dan belum ada pesanan masuk
14	Maret	Rp 15.000,-	70	Rp 350.000,-	Mendapatkan pesanan untuk acara buka puasa Bersama

### 3.5.6 Keberlangsungan bisnis

Sebagai seorang pemilik usaha pastinya berharap agar usaha yang dimilikinya dapat terus berkelanjutan atau tetap terus dapat dijalankan. Tidak ada seorang pemilik usaha yang mengharapkan usahanya hancur ataupun bangkrut. Tentunya hal tersebut tidak mudah untuk diwujudkan. Banyak orang yang melakukan suatu hal tanpa mempertimbangkan dampak atau konsekuensi jangka panjangnya. Hal itulah yang dapat menjadikan bisnis hancur di masa yang akan datang.

Kemampuan suatu organisasi untuk mempertahankan fungsi penting saat sedang menghadapi masalah ataupun setelah menghadapi masalah adalah definisi dari



keberlangsungan bisnis. Hal pertama yang dapat dilakukan untuk membuat keberlangsungan bisnis terjadi adalah dengan mengidentifikasi fungsi penting di dalam suatu bisnis serta mengalokasikan dana secara tepat guna. Dengan mengikuti prinsip-prinsip keberlanjutan bisnis, suatu usaha akan dapat meningkatkan produktivitasnya dan mengurangi biaya. Selain itu, bisnis yang berkelanjutan akan membantu usaha untuk menghadapi resiko bisnis yang lebih besar.

Apakah usaha yang dijalankan oleh penulis mampu bertahan atau tidak. Jawabannya adalah usaha ini mampu atau dapat bertahan. Dikarenakan dalam menjalankan usaha ini selain untuk mendapatkan keuntungan juga membina dan menjaga hubungan baik dengan *people* (orang). Selain melakukan pelayanan yang ramah, profesional, serta efisien dalam rangka membina dan menjaga hubungan baik dengan konsumen juga dapat meningkatkan sekaligus mempertahankan kepuasan pelanggan ataupun konsumen baru. Hubungan baik yang dijaga lainnya adalah dengan *people* (orang) di sekitar lingkungan usaha. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan dukungan terhadap usaha yang dijalankan. Mengelola keuangan dengan baik juga dapat menjadi cara agar bisnis dapat berumur Panjang. Oleh karenanya pembukuan harus dilakukan untuk merekam dan memantau semua aktivitas bisnis.

Hal lainnya yang mungkin akan dicoba untuk membuat usaha ini tetap bisa bertahan adalah dengan melakukan kolaborasi. Kolaborasi merupakan hal yang patut dicoba karena dapat menarik minat seseorang untuk membeli produk yang dijual.

### 3.5.7 Sumber dana

Usaha yang dijalankan ini modal awalnya berasal dari milik pribadi. Modal tersebut digunakan untuk membeli peralatan dan bahan baku yang diperlukan dalam proses produksi untuk menghasilkan produk yang akan dijual. Laba atau keuntungan yang didapatkan dari hasil penjualan produk menjadi milik pribadi dan dipergunakan untuk melanjutkan usaha ini.



## **BAB IV**

### **IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH**

#### 4.1 Identifikasi Masalah

Perusahaan yang menjalankan usaha kecil seperti UMKM dan perusahaan besar pasti menghadapi hambatan atau permasalahan. Semua bisnis tidak pernah lepas dari suatu permasalahan dalam menjalankan atau melaksanakan bisnisnya. Permasalahan tersebut bisa berskala kecil yang bisa langsung diambil solusi dan selesai, tetapi ada juga permasalahan yang besar dimana memerlukan waktu lebih untuk memikirkan solusi dan menggunakan solusi tersebut dalam melanjutkan bisnisnya untuk tetap beroperasi sebagaimana mestinya. Permasalahan tersebut biasanya memerlukan waktu yang lebih untuk mendapatkan solusi. Adakalanya penerapannya pun membutuhkan waktu yang lebih lama jikalau harus melibatkan sumber daya manusia, Permasalahan-permasalahan yang dihadapi suatu bisnis biasanya tidak lepas dari empat aspek manajemen, yakni aspek operasional, aspek SDM, aspek pemasaran, dan aspek keuangan. Setiap masalah dalam setiap aspek memiliki solusi atau cara tersendiri dalam menyelesaikannya. Ada satu solusi yang bisa menyelesaikan lebih dari satu masalah dan ada juga satu solusi hanya bisa untuk menyelesaikan satu masalah. Dalam menjalankan bisnis ini juga terdapat hambatan atau masalah yang menghadang pada setiap aspek. Meskipun terdapat berbagai macam masalah, tetapi hanya ada beberapa masalah utama yang merupakan inti atau pokok dari permasalahan yang terdapat pada keempat aspek manajemen, yakni sebagai berikut :

Tabel 4. 1 Masalah yang dihadapi

Aspek manajemen	Masalah
Operasional	Karena kendala dari SDM, kegiatan operasional jadi tertunda
SDM	Setelah beberapa bulan berjalan, SDMnya mulai memiliki kegiatan masing-masing sehingga ada beberapa tugas yang terbengkalai
Pemasaran	Menurunnya minat beli pada produk
Keuangan	Penjualan yang menurun sehingga menyebabkan kurangnya biaya produksi

#### 4.2 Tinjauan Teoritis

Berdasarkan permasalahan yang terjadi terdapat empat permasalahan dari empat fungsi manajemen. Setiap fungsi manajemen terdapat masing-masing satu permasalahan yang terjadi dimana permasalahan tersebut saling berkaitan. Pada bagian ini akan tertera beberapa teori yang dapat digunakan sebagai penunjang dalam membantu memberikan solusi atas permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam usaha ini.

Dalam keadaan pemecahan masalah terdapat tiga kondisi yang berbeda yaitu kepastian, resiko, dan ketidakpastian. Dalam keadaan yang pasti, terdapat informasi yang dapat digunakan untuk mengetahui alternatif-alternatif yang mungkin dan hasil dari masing-masing alternatif tersebut. Dalam keadaan resiko, informasi yang didapatkan kurang lengkap dan setiap alternatif-alternatif yang diambil akan ada konsekuensinya.

Sementara dalam keadaan ketidakpastian bukan hanya informasi yang didapat kurang lengkap, akan tetapi sangat minim. Bahkan untuk mengetahui hasil dari alternatif-alternatif yang ada pun akan muncul suatu ketidakpastian.

Ada beberapa kriteria untuk mengevaluasi alternatif-alternatif yang akan diambil. Kriteria-kriteria tersebut ada keuntungan (*benefit*), biaya (*costs*), *timeliness*, dan penerimaan (*acceptability*). Keuntungan (*benefit*) adalah keuntungan apa yang akan didapat dari suatu alternatif atau mengambil keuntungan dari suatu kesempatan. Biaya (*costs*) merupakan biaya-biaya yang akan dikeluarkan untuk mengimplementasikan suatu alternatif. Sementara untuk *timeliness* adalah seberapa cepat keuntungan akan terjadi dan dampak positif apa yang akan terjadi. Penerimaan (*acceptability*) yaitu apakah alternatif tersebut dapat diterima dan didukung.

Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk membeli suatu produk dimulai dari adanya kesadaran akan kebutuhan. Selanjutnya, jika telah terjadi kesadaran akan kebutuhan dan keinginan, maka konsumen akan menemukan informasi tentang keberadaan produk yang mereka inginkan. Proses pencarian informasi ini akan dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi yang terkait dengan produk yang diinginkan. Dari berbagai informasi yang diperoleh konsumen, pemilihan alternatif tersedia. Proses pemilihan ini disebut tahap evaluasi informasi. Dengan menggunakan berbagai kriteria yang ada di benak konsumen, satu merek produk dipilih untuk dibeli (Sutisna, 2010: 15).

Dengan pembelian merek produk tertentu, proses evaluasi belum berakhir karena konsumen akan melakukan evaluasi pasca pembelian. Proses ini akan menentukan apakah konsumen merasa puas atau tidak atas keputusan pembelian mereka. Jika konsumen merasa puas, maka kemungkinan untuk membeli kembali di masa depan akan

terjadi, sementara apabila konsumen tidak puas dengan keputusan pembelian, mereka akan terus mencari informasi produk yang mereka butuhkan. Proses akan berlanjut hingga konsumen merasa puas dengan keputusan untuk membeli produk (Sutisna , 2010: 16).

Pengaruh keputusan pembelian terhadap variabel variasi produk memiliki pengaruh yang signifikan. Ini berarti bahwa setiap variasi produk tambahan yang dibuat oleh perusahaan akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Keragaman produk akan membuat pembeli lebih mudah menentukan pilihan produk yang akan dibeli. Variasi produk yang disediakan oleh perusahaan antara lain kemudahan mendapatkan produk yang bervariasi dari perusahaan ke berbagai pilihan variasi produk, perusahaan menyediakan berbagai produk dan ada keinginan untuk membeli dari konsumen karena beragamnya produk yang tersedia.

Konsumen dapat memahami produk adalah dari promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa promosi yang dilakukan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, itu berarti promosi yang dilakukan harus lebih baik dan semakin menarik karena nantinya akan memudahkan konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan. Promosi yang dapat dilakukan adalah dengan membuat iklan. Dengan membuat iklan di berbagai media baik elektronik, media massa serta media-media lainnya akan dapat membantu memperkenalkan produk kepada pembeli. Promosi melalui penjualan pribadi juga dapat dipilih oleh perusahaan dengan mempekerjakan tenaga kerja yang mengerti dan memahami produk yang ditawarkan karena dengan begitu dapat menjelaskan produk dengan lebih mendetail, apa yang harus dilakukan jika terjadi sesuatu dengan produk, ada

diskon atau promo apa saja serta syarat dan ketentuannya. Dengan begitu penjualan akan menjadi lebih efektif.

Menurut Phone Burner ada beberapa penyebab dari kemerosotan penjualan. Penyebab pertama adalah target penjualan yang berlebihan. Target penjualan sebaiknya tidak ditetapkan terlalu tinggi meskipun penjualan pada bulan sebelumnya mengalami kenaikan. Sebaiknya, dalam menetapkan target penjualan disesuaikan berdasarkan data dan secara realistis. Penyebab yang kedua adalah krisis kepercayaan. Dimana krisis kepercayaan ini adalah dari pembeli kepada produk ataupun usaha yang dijalankan yang merupakan penyebab utama kemerosotan penjualan. Penyebab yang ketiga adalah kurangnya pengetahuan produk. Sebagai penjual baiknya memahami produk yang dijual agar produk tersebut dapat tersampaikan dengan baik kepada pembeli. Penyebab keempat yaitu pembeli kurang memahami produk yang dijual. Dalam hal ini pembeli harus mengetahui apa produknya atau jasanya, kegunaannya, efek sampingnya untuk kehidupan mereka dan sebagainya. Kredibilitas dapat meningkat apabila dapat meyakinkan pembeli, dengan begitu kemerosotan penjualan akan terhindarkan. Penyebab yang terakhir adalah pendekatan yang tidak terstruktur atau tersusun. Hal paling vital dalam penjualan adalah efisiensi. Kemerosotan penjualan cenderung terjadi saat membuang-buang waktu melakukan strategi dan pendekatan penjualan yang salah. Maka, yang sebaiknya dilakukan adalah dengan membangun pendekatan yang terorganisasi dengan menyusun prioritas dan target yang tepat.

Terdapat empat tips untuk mengatasi penurunan penjualan. Yang pertama ada evaluasi dan Analisa trend pasar. Dalam melakukan evaluasi dan tinjauan pada laporan penjualan dapat ditemukan faktor yang membuat penjualan naik atau turun. Berdasarkan

hasil tersebut, nantinya akan melahirkan ide baru dalam membuat strategi pemasaran. Tips kedua adalah dengan mempromosikannya di media sosial. Platform media merupakan tempat yang pas untuk melakukan promosi karena biayanya yang sangat rendah atau bahkan gratis. Jika promosi dilakukan secara rutin, maka bukan tidak mungkin penjualan bisa meningkat. Tips yang ketiga adalah membuat promo paket bundling. Dengan menggabungkan produk untuk menghabiskan stok barang. Tips yang terakhir adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Tingkat penjualan yang menurun dapat disebabkan karena kualitas layanan yang kurang baik dan akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Dengan layanan yang baik maka akan dapat mempertahankan pelanggan agar mereka mau membeli produk yang dijual.

#### 4.3 Pemecahan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada setiap aspek manajemen, terdapat satu permasalahan pada setiap aspek manajemen. Dari keempat permasalahan yang ada, yang menjadi permasalahan utama adalah yang terdapat pada aspek keuangan yaitu penjualan yang menurun sehingga menyebabkan kurangnya biaya produksi. Hal ini terjadi dikarenakan oleh minat beli konsumen terhadap produk menurun. Hal ini terlihat dari banyak konsumen yang sudah mulai tidak membeli lagi produk yang ditawarkan. Berdasarkan hal tersebut, langkah yang diambil adalah dengan melakukan bundling produk. Bundling produk yang ditawarkan pada konsumen adalah bundling 3 pcs harga empat puluh lima ribu rupiah. Hal tersebut dinilai lebih efektif karena mampu meningkatkan minat beli konsumen lagi dan ketika konsumen membeli satu produk



bundling artinya konsumen sama dengan membeli tiga buah produk. Disaat yang sama hal itu juga akan meningkatkan penjualan terhadap produk.



Gambar 4. 1 Promo paket bundling

Permasalahan lainnya yang terjadi adalah pada aspek SDM, yakni setiap orang yang ada memiliki kegiatan masing-masing sehingga mengakibatkan masalah-masalah lainnya bermunculan. Ketika bagian SDM kekurangan orang maka kegiatan operasional menjadi tertunda karena setiap orang memiliki tugas masing-masing. Ketika hanya ada satu anggota yang absen, maka kegiatan operasional masih tetap bisa berjalan meskipun agak terlambat. Masalah akan terjadi apabila lebih dari satu anggota yang absen maka akan menimbulkan ketersendatan baik dalam proses produksi maupun proses distribusi ke konsumen. Jika hal tersebut terjadi maka akan mencari pengganti yang bisa melaksanakan tugas yang ada. Ketika membutuhkan orang untuk membantu dalam proses pengemasan maka akan dicari pengganti untuk melakukan pengemasan, begitu pula untuk pendistribusian produk dan tugas lainnya yang sekiranya dapat dilakukan penggantian.

Hal lainnya yang menjadi permasalahan adalah menurunnya minat beli produk. Pelaksanaan promo paket bundle yang dapat meningkatkan penjualan juga dapat

meningkatkan minat beli para konsumen. Peningkatan minat beli pada konsumen tentu akan mempengaruhi jumlah penjualan, dan akan ikut naik. Jadi, promo paket bundling yang dilakukan dapat menyelesaikan dua permasalahan sekaligus oleh karenanya jalan tersebutlah yang dipilih untuk mengatasi permasalahan yang terjadi.

#### 4.4 Keberlanjutan Usaha

Dalam berjalannya usaha yang dilakukan adalah terus berusaha untuk mempertahankannya. Setelah usaha tersebut didirikan dan dijalankan, hal selanjutnya yang dilakukan adalah bagaimana untuk mempertahankannya supaya usaha ini tetap ada atau tetap masih berjalan. Setiap usaha pasti memiliki cara mereka masing-masing. Keberlanjutan usaha merupakan cara suatu organisasi untuk menjalankan dan mengembangkan usahanya.

Strategi berbeda diterapkan oleh setiap usaha untuk mempertahankan usahanya. Mengenai usaha ini masih berusaha untuk mempertahankan pelanggan. Diawal berdirinya usaha yang dilakukan pertama selain membeli peralatan dan bahan baku yang diperlukan dalam proses produksi, juga melakukan pemberitahuan atau memberitahukan kepada orang-orang sekitar bahwa akan dimulai usaha rumahan ini dengan produk makanan ringan berupa ikan dero crispy. Dari situlah nantinya akan ada orang yang ingin mencobanya dan membelinya. Dari orang-orang sekitar tersebutlah yang akan menceritakannya ke orang-orang lainnya lagi dan begitu seterusnya. Setelah usaha ini cukup dikenal dan bisa bertahan atau makin berkembang, akan dilakukan inovasi lainnya untuk makin meningkatkan jumlah konsumen. Contoh inovasi yang bisa dilakukan adalah

dengan menambahkan varian rasa ke dalam produk ikan dero crispy. Berikut adalah bagaimana cara terus melanjutkan usaha dalam beberapa aspek.

#### ■ Pemasaran

Kegiatan yang dilakukan untuk mempertahankan usahanya. Bagaimana melakukannya itu tergantung pada setiap perusahaan. Sementara untuk usaha yang dilakukan adalah dengan menitipkannya di warung atau toko oleh-oleh yang ada di Pati. Untuk sementara ini yang dijadikan tempat menitipkan produk ada tiga tempat dimana satu warung makan, satu toko kelontong, dan satu toko oleh-oleh yang ada di Kabupaten Pati khususnya dekat dengan tempat produksi. Selain dengan menitipkannya, ada juga yang memesannya secara *online* dengan melalui *WhatsApp*. Bagaimana para pelanggan dapat mengetahui nomor telepon usaha, karena di kemasan tertera nama dan juga nomor telepon yang bisa dihubungi. Usaha ini tidak memiliki media sosial lainnya selain *WhatsApp*. Mengapa demikian, karena di Kabupaten Pati jika suatu usaha yang baru mulai kurang efektif untuk memiliki media sosial seperti *Instagram* dan lainnya. Lebih baik untuk suatu usaha diketahui atau dikenal terlebih dahulu baru mulai membuka akun media sosial. Alasan lainnya adalah karena kebanyakan pelanggan yang melakukan pemesanan adalah ibu-ibu dimana digunakan untuk berbagai acara dirumahnya. Sebab, sebagian besar ibu-ibu di Kabupaten Pati lebih sering berinteraksi satu sama lain melalui *WhatsApp*.

Dalam suatu usaha, penjualannya tidak selalu mengalami kenaikan, ada naik turunnya termasuk usaha ini. Untuk mengatasi masalah tersebut dibuatlah satu produk lagi selain produk 1 pcs yaitu produk *bundling* yang berisi 3 pcs. Hal ini digunakan untuk menarik pelanggan yang rumahnya cukup jauh dari tempat

produksi. Selain menarik pelanggan dengan jangkauan yang lebih luas, juga bisa untuk menaikkan jumlah penjualan karena satu produk berisi 3 pcs.

#### ■ Pendanaan

Masalah keuangan di dalam suatu usaha merupakan hal yang sangat penting. Dalam usaha ini tidak mengambil pinjaman atau utang baik dari pribadi ataupun ke bank. Modal awalnya berasal dari pribadi karena modal yang dibutuhkan juga terbilang tidak besar. Dengan modal yang tidak terlalu besar maka omsetnya juga tidak terlalu besar. Inovasi atau pengembangan yang nantinya mungkin dilakukan dan memerlukan modal akan tetap menggunakan modal dari hasil penjualan.

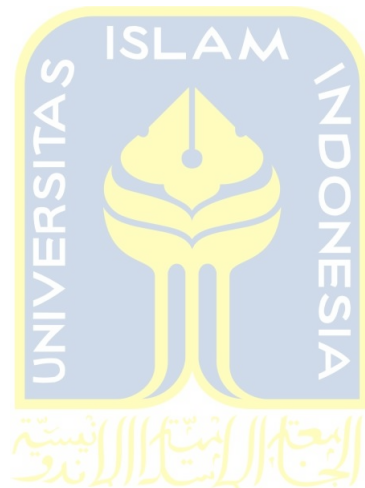
#### ■ Desain produk

Produk ikan dero crispy ini dikemas dengan *plastic pouch double sealed* 100 gr. Isi produknya berupa ikan dero crispy satuan. Di kemasannya tertera logo dan juga nomor telepon yang bisa dihubungi dan bisa digunakan untuk memesan. Plastik yang digunakan sebagai kemasan dapat ditutup kembali ketika tidak habis dimakan atau masih tersisa jadi nantinya tidak melemas. Hal itu memudahkan pelanggan dalam menyimpan produk yang telah dibeli.

#### ■ Sistem operasi

Sistem operasi merupakan sebuah proses mengolah bahan baku menjadi produk jadi dan termasuk bagaimana produk tersebut sampai kepada pelanggan. Dalam proses operasi ini, yang dilakukan adalah memilah dan membeli bahan baku yang akan digunakan untuk proses produksi, mengolahnya dan kemudian melakukan dikemas dengan dimasukkan ke dalam *plastic pouch double sealed* yang berukuran 100 gr. Produk yang sudah jadi dan dikemas akan dititipkan ke

warung atau toko oleh-oleh yang ada di dekat tempat produksi. Selain itu, cara lain agar produk dapat sampai ke pelanggan adalah dengan cara COD dan bertemu langsung dengan pelanggan. Cara tersebut dianggap efektif untuk menjangkau satu daerah atau area. Apabila yang ingin dijangkau lebih dari satu kawasan maka cara tersebut akan menjadi tidak efektif.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### 1) Kesimpulan

Memang tidak mudah untuk memilih jenis usaha yang akan mulai dijalankan, apalagi ketika modal yang dimiliki terbatas. Jika pengelolaan keuangan yang tidak tepat maka akhirnya akan membawa kerugian dan bukan keuntungan. Dalam memulai suatu usaha yang akan dijalankan, sebaiknya melihat atau memperhatikan terlebih dahulu lokasi yang akan dipilih, entah lokasi untuk berjualan atau lokasi tempat proses produksi dilakukan.

Berdasarkan dari apa yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa untuk memulai suatu usaha dapat dilakukan dengan modal yang tidak terlalu besar. Pemecahan masalah yang dilakukan dapat dibidang menghasilkan dampak yang baik dan mampu menarik konsumen. Masalah penurunan penjualan setelah menerapkan strategi penerapan masalah terjadi karena disebabkan oleh faktor lain.

Banyak orang beranggapan bahwa usaha dengan modal yang kecil tidak bisa mendatangkan keuntungan yang besar, akan hal tersebut tidak selamanya benar. Banyak juga orang yang memutuskan tidak jadi menjalankan usahanya karena keterbatasan modal. Sejujurnya, modal bukanlah satu-satunya faktor kesuksesan suatu usaha. Namun, bukan berarti modal tidak perlu dipikirkan. Memulai usaha kecil, tidak perlu modal yang besar. Setelah usaha tersebut bisa bertahan dan mulai berkembang barulah memikirkan untuk lebih

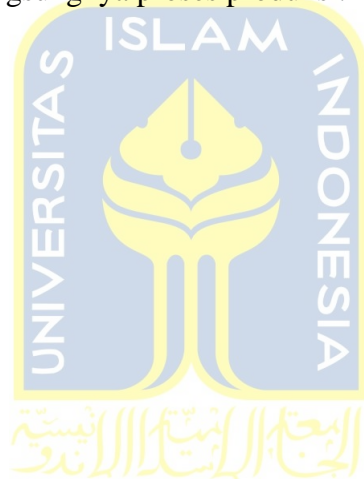
mengembangkannya lagi dan mungkin akan membutuhkan suntikan modal yang lebih besar lagi. Dalam usaha ini memang dimulai dengan modal yang kecil tetapi memiliki omset yang dapat terbilang tidak terlalu besar tapi cukup.

Salah satu hal yang cukup sulit untuk dilakukan dalam menjalankan usaha adalah mengurangi pengeluaran. Berbagai cara dapat dilakukan untuk memaksimalkan keuntungan dengan meminimalkan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas dari suatu produk. Menekan biaya operasional dapat dilakukan dengan mengorbankan kualitas produk. Hal tersebut merupakan cara termudah dan tercepat untuk menghemat biaya operasional. Dan hal itu jelas tidak baik bagi kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Contoh salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan focus pada kualitas dan pelayanan terbaik. Dengan menawarkan produk serta pelayanan luar biasa, akan berpotensi untuk mendapatkan pelanggan setia dan juga akan meningkatkan produk lebih dikenal melalui mulut ke mulut atau secara lisan. Dalam usaha ini lebih ke mencari cara bagaimana mengolah bahan baku agar menghemat biaya. Setelah mencari-cari, akhirnya ditemukanlah cara untuk menghemat biaya produksi tanpa harus mengesampingkan kualitas produk yang dijual.

## 2) Rekomendasi

Usaha di bidang kuliner adalah usaha yang memiliki banyak kompetitor. Cara mengantisipasinya adalah dengan menyiapkan strategi-strategi yang akan digunakan untuk menghadapi persaingan secara kompetitif. Meskipun usaha di bidang kuliner memiliki banyak pelaku usaha atau banyak orang yang

menggelutinya, tetap masih ada peluang untuk membuka usaha di bidang kuliner. Berdasarkan dari apa yang sudah dilakukan saran yang dapat diberikan adalah seorang usahawan harus selalu mengetahui trend perkembangan dan cara untuk menarik pembeli. Sebelum memulai suatu usaha sebaiknya melakukan perencanaan terlebih dahulu dengan baik agar dapat mengukur usaha nantinya yang akan dijalankan. Hal lainnya yang perlu diperhatikan sebelum mulai menjalankan sebuah usaha adalah memperhatikan lokasi yang akan dipilih. Maksud dari lokasi disini adalah tempat dimana akan berjualan dan tempat dimana akan berlangsungnya proses produksi.





## DAFTAR PUSTAKA

- Anneke, D.S (2022), Pengaruh Variasi Produk dan Strategi Promosi Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Somethinc, *Jurima*, 2 (1): 10-27.
- Ayunda (2023), *Tips Mengatasi Penurunan Penjualan Tanpa Menurunkan Harga*, diperoleh pada 6 April 2023 di <https://accurate.id/aplikasi-kasir/mengatasi-penurunan-penjualan/>
- Dian, H.U (2016), Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Manajemen Bisnis dan Pendidikan Kewirausahaan*, 1 (1): 54-62.
- Dwi, W.W (2019), Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Motor Yamaha N-max di Wonogiri, *Edunomika*, 3 (2): 409-412.
- Endang, S, Utami, P (2018), Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produk Olahan Makanan Ringan, *Researchgate*, 9 (2): 144-158.
- Haryono J (2012), *Dasar-dasar Akuntansi*, Jilid 1, Edisi Ketujuh, Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Nike, A (2023), *Sales Slump: Definisi, Penyebab, dan Cara Mengatasinya*, diperoleh pada 6 April 2023 di <https://glints.com/id/lowongan/sales-slump-adalah/#.ZDDubCgzZQI>
- Schermerhorn, J.R (2001), *Manajemen (terj.)*, Jilid 1, Edisi Pertama, Yogyakarta: Penerbit Andi.

## LAMPIRAN

Lampiran 1 :

Laporan Perkembangan Bisnis

<b>Tanggal</b>	<b>Jam</b>	<b>Aktifitas Bisnis</b>	<b>Permasalahan</b>	<b>Solusi</b>	<b>Penanggung Jawab</b>
1 Februari 2022	08.00 WIB	Belanja bulanan keperluan produksi	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
2 Februari 2022	08.00- 13.00 WIB	Membersihkan dan memotong ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
4 Februari 2022	08.00- 10.00 WIB	Memberi tepung	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
	10.00- 13.00 WIB	Menggoreng ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
7 Februari 2022	08.00- 10.00 WIB	Melanjutkan memberi tepung	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2

	10.00- 13.00 WIB	Melanjutkan menggoreng ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
8 Februari 2022	08.00- 13.00 WIB	Memasukkan ikan ke dalam kemasan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
9 Februari 2022	08.00- 13.00 WIB	Melanjutkan mengemas produk dan memberi label	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
10 Februari 2022	08.00- 13.00 WIB	Mendistribusikan 10 pcs ke toko oleh-oleh	Dikembalikan 6 pcs	Disimpa n sebagai stok	Karyawan 1
14 Februari 2022	08.00- 13.00 WIB	Membersihkan dan memotong ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
	08.00- 13.00 WIB	Stok 6 pcs sudah dibeli oleh orang sekitar	Belum ada	Tidak ada	Karyawan
16 Februari 2022	08.00- 10.00 WIB	Memberi tepung	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2

	10.00- 13.00 WIB	Menggoreng ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
18 Februari 2022	08.00- 10.00 WIB	Melanjutkan memberi tepung	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
	10.00- 13.00 WIB	Melanjutkan menggoreng ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
21 Februari 2022	08.00- 13.00 WIB	Memasukkan ikan ke dalam kemasan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 1
22 Februari 2022	08.00- 13.00 WIB	Melanjutkan mengemas produk dan memberi label	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 1
23 Februari 2022	08.00- 13.00 WIB	Mendistribusikan 10 pcs ke toko oleh-oleh	Dikembalikan 5 pcs	Dijadika n stok untuk ready stock	Karyawan 1

24 Februari 2022	08.00- 13.00 WIB	Melakukan open order online dan mempromosikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 1
25 Februari 2022	08.00- 13.00 WIB	Mengatur dan mengecek market place	Proses promosi kurang	Melakuk an promosi secara lisan	Karyawan 1
26 Februari 2022	08.00- 13.00 WIB	Menyiapkan pengemasan dan mengirim produk ke konsumen	Pendistribusian ke konsumen	Mengatu r jadwal penganta ran	Karyawan 1
1 Maret 2022	08.00- 13.00 WIB	Belanja bulanan keperluan produksi	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 1
2 Maret 2022	08.00- 13.00 WIB	Membersihkan dan memotong ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
4 Maret 2022	08.00- 13.00 WIB	Memberi tepung	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2

	08.00- 13.00 WIB	Menggoreng ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
7 Maret 2022	08.00- 13.00 WIB	Melanjutkan memberi tepung	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
	08.00- 13.00 WIB	Melanjutkan menggoreng ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
8 Maret 2022	08.00- 13.00 WIB	Memasukkan ikan ke dalam kemasan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
9 Maret 2022	08.00- 13.00 WIB	Melanjutkan mengemas produk dan memberi label	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
10 Maret 2022	08.00- 13.00 WIB	Mendistribusikan 15 pcs ke toko oleh-oleh	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 1
14 Maret 2022	08.00- 13.00 WIB	Membersihkan dan memotong ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2

	08.00- 13.00 WIB	Terjual secara daring 10 pcs	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 1
16 Maret 2022	08.00- 10.00 WIB	Memberi tepung	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
	08.00- 13.00 WIB	Menggoreng ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
18 Maret 2022	08.00- 10.00 WIB	Melanjutkan memberi tepung	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
	10.00- 13.00 WIB	Melanjutkan menggoreng ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
21 Maret 2022	08.00- 13.00 WIB	Memasukkan ikan ke dalam kemasan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
22 Maret 2022	08.00- 13.00 WIB	Melanjutkan mengemas produk dan memberi label	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2

23 Maret 2022	08.00- 13.00 WIB	Mendistribusikan  20 pcs ke toko  oleh-oleh	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 1
24 Maret 2022	08.00- 13.00 WIB	Melakukan open order online dan mempromosikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 1
25 Maret 2022	08.00- 13.00 WIB	Mengatur dan mengecek market place	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 1
26 Maret 2022	08.00- 13.00 WIB	Menyiapkan pengemasan dan mengirim produk ke konsumen	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 1
29 Maret 2022	08.00- 13.00 WIB	Menghitung stok dan mempromosikann ya	Terdapat stok 10 pcs	Dijual di bulan berikutn ya	Karyawan 1
30 Maret 2022	08.00- 13.00 WIB	Mengirimkan produk ke konsumen	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 1
1 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Belanja bulanan keperluan produksi	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2



2 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Membersihkan dan memotong ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
4 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Membalut tepung	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
	08.00- 13.00 WIB	Menggoreng ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
5 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Mengemas produk	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
6 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Mendistribusikan produk ke konsumen (35 pcs)	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 1
7 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Membersihkan dan memotong ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
11 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Membalut tepung	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2

	08.00- 13.00 WIB	Menggoreng ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
13 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Melakukan pengemasan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
	08.00- 13.00 WIB	Menghitung jumlah produk yang sudah dikemas (65 pcs)	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
15 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Membalut ikan dengan tepung	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
	08.00- 13.00 WIB	Menggoreng ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
18 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Ada pesanan masuk (80 pcs)	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 1
19 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Ada pesanan masuk (95 pcs)	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 1

20 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Menghitung pesanan yang masuk (175 pcs)	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
21 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Mendistribusikan produk ke warung sekitar dan toko oleh-oleh (10 pcs)	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
22 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Menjual secara online dan langsung mengantarkannya ke konsumen (9 pcs)	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
23 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Menjual secara online dan langsung mengantarkannya ke konsumen (6 pcs)	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
26 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Belanja untuk pesanan yang masuk	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2

27 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Membersihkan dan memotong ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
29 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Membalut tepung	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
	08.00- 13.00 WIB	Menggoreng ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
30 April 2022	08.00- 13.00 WIB	Mengemas produk	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
1-8 Mei 2022	Libur	Libur hari raya idul fitri	Tidak ada	Tidak ada	Semua karyawan
9 Mei 2022	08.00- 13.00 WIB	Belanja bahan baku	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
10 Mei 2022	08.00- 13.00 WIB	Membersihkan dan memotong ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
12 Mei 2022	08.00- 13.00 WIB	Membalut ikan dengan tepung	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2

	08.00- 13.00 WIB	Menggoreng ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
16 Mei 200	08.00- 13.00 WIB	Melanjutkan memberi tepung	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
	08.00- 13.00 WIB	Melanjutkan menggoreng ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
17 Mei 2022	08.00- 13.00 WIB	Melakukan pengemasan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
18 Mei 200	08.00- 13.00 WIB	Mendistribusikan produk dan menghitung jumlah pesanan masuk	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 1
19 Mei 2022	08.00- 13.00 WIB	Membersihkan dan memotong ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
23 Mei 2022	08.00- 13.00 WIB	Membalut ikan dengan tepung	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2

	08.00- 13.00 WIB	Menggoreng ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
25 Mei 2022	08.00- 13.00 WIB	Melanjutkan memberi tepung	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
	08.00- 13.00 WIB	Melanjutkan menggoreng ikan	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 2
30 Mei 2022	08.00- 13.00 WIB	Mengantarkan pesanan dan melakukan promosi	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 1
31 Mei 2022	08.00- 13.00 WIB	Menjual stok yang masih ada	Belum ada	Tidak ada	Karyawan 1

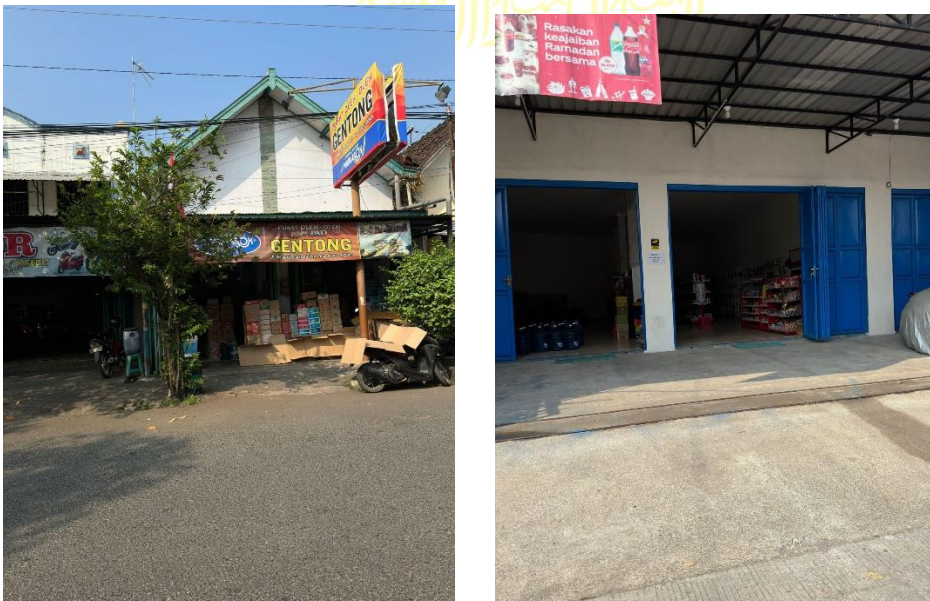
Lampiran 2 :

Pembelian bahan baku yang digunakan untuk proses produksi



Lampiran 3 :

Tempat pendistribusian produk ke warung atau toko oleh-oleh setempat







Lampiran 4 :

Pengiriman langsung ke konsumen dan sampel produk





Lampiran 5 :

Laporan Keuangan Neraca

Tahun ke-1

<b>ASET</b>	
<b>ASET LANCAR</b>	
Kas	Rp 7.097.500,-
Piutang	-
Persediaan BHP	-
Jumlah aset Lancar	Rp 7.097.500,-
<b>ASET TETAP</b>	
Peralatan	Rp 632.000,-
Akum. Depresiasi peralatan	Rp 135.000,-
Total aset tetap	Rp 497.000,-
<b>TOTAL ASET</b>	<b>Rp 7.594.500,-</b>
<b>EKUITAS</b>	
Modal	Rp 1.600.000,-
Laba operasi	Rp 5.994.500,-
<b>Jumlah ekuitas</b>	<b>Rp 7.594.500,-</b>