



ABSTRAK

Eveline Novianto Handono / 74120264 / 2016 / Rencana Pendirian Bisnis Food Truck

“Cheese Potatola ”/ Administrasi Bisnis / Pembimbing: Drs. Brastoro M.M

Cheese Potatola adalah perusahaan yang bergerak di bidang kuliner , yang rencananya akan berdiri di Raya Sunter . Cheese Potatola direncanakan akan didirikan di Jakarta. Target pasar yang dituju adalah masyarakat yang memiliki gaya hidup yang praktis dan ditujukan pada kalangan kelas menengah atas .

Menurut perkiraan dan analisis industri mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam bisnis, jika menunjukkan ada prospek yang baik maka usaha ini dapat memanfaatkan penggunaan kekuatan dan penggunaan peluang untuk mengatasi kelemahan dan ancaman, sehingga bisnis bisa berjalan dengan lancar.

Investasi awal yang dibutuhkan oleh Cheese Potatola adalah sebesar Rp 136.437.500,-. Modal ini yang akan diberikan oleh orang tua kepada pemilik Cheese Potatola.. Modal akan dialokasikan untuk kebutuhan kas, tempat penyewaan, pembelian peralatan, perlengkapan dan bahan baku.

Cheese Potatola membutuhkan 4 karyawan dalam melaksanakan kegiatan operasional yang terdiri dari manajer, juru masak bahan baku,dan asisten juru masak atau pelayan.

Penilaian kinerja Cheese Potatola telah dinilai secara finansial melalui laporan laba rugi performa, proyeksi arus kas dan laporan neraca. Selain itu, studi kelayakan *Cheese Potatola* dilakukan dengan menggunakan beberapa metode penilaian investasi, seperti: Break Even Point (BEP), Net Present Value (NPV), Payback Period (PP), Internal Rate of Return (IRR) dan Profitability Index (PI). Dari hasil penelitian dan penilaian hasilnya adalah *Cheese Potatola* memiliki NPV positif senilai Rp 861.337.618; Nilai BEP lebih kecil dari pendapatan, Payback Period selama 2 tahun 179 hari, nilai Internal Rate of Return adalah



62,70% dan rasio untuk Profitability Index sebesar 5,94. Oleh karena itu Cheese Potatola adalah bisnis yang bagus.

PENDAHULUAN

A. Rumusan Konsep /Ide Bisnis

Bisnis memang selalu menarik untuk dicermati. Selain perkembangannya yang cukup pesat, bentuk kreatifitas dan terobosan yang dimunculkan oleh para pelakunya seringkali membuat saya berdecak kagum dibuatnya. Salah satu wujud kreatifitas dan terobosan para pengusaha kuliner yang saat ini sedang populer dan menjadi tren bisnis adalah food truck.

Kebutuhan akan makanan cemilan di jaman sekarang sangat terkenal di kalangan anak muda khususnya masyarakat Indonesia di jaman modern sekarang tak jarang mencari makanan praktis seperti cemilan yaitu seperti usaha Food Truck Cheese Potatola yang banyak digemari oleh orang dari semua lapisan dan kalangan baik tua,muda,anak-anak, maupun dewasa. Rasa Cheese Potatola yang unik dan belum banyak ditemui yaitu perpaduan antara rasa kentang yang lembut dengan berbagai campuran topping yang unik dan bergizi karena mengandung vitamin dan juga protein. Banyak cemilan yang menawarkan pilihan menu tapi selama ini saya sebagai penulis belum pernah menemui menu olahan kentang yang seunik Cheese Potatola

B. Tujuan dan Bidang Usaha

Cheese Potatola memiliki konsep kuliner yang unik dalam bentuk food Truck dan mejadikan olahan kentang yang diadopsi dari makanan western sebagai hidangan yang lezat berupa snack. Untuk minuman yang kami sediakan adalah air mineral ,soft drink, dan teh kotak. Konsep penulis yang direncanakan adalah Food truck dimana merupakan cara pedagang kaki lima dengan konsep yang modern. Konsep tersebut menjual makanan dengan menggunakan



mobil sebagai sarana penjualan. Berbeda dengan pedagang kaki lima yang biasanya menggunakan gerobak, booth atau tenda sebagai tempat penjualan.

C Besarnya Peluang Bisnis

Penyedia jasa pembuatan food truck bisa meraup omzet hingga ratusan juta rupiah per bulan dengan laba bersih berkisar 20%-30%. Menjalankan sebuah usaha memang bisa dilakukan di mana saja, baik di tempat permanen seperti rumah kios, toko, hingga ruko. Tapi, bisnis juga bisa dijalankan di tempat yang non permanen, semisal mobil toko atau food truck yang biasa dipakai untuk usaha kuliner. Range waktu dari tahun 2013 sampai 2014 ini di beberapa pusat perbelanjaan di Jakarta, khususnya ketika ada sebuah acara besar diselenggarakan, masyarakat kerap menikmati jajanan ala restoran berjalan atau food truck. Sensasi menikmati jajanan yang praktis sambil melihat uniknya desain truk yang sekaligus dipakai sebagai dapur, kini menjadi pengalaman menarik yang kian dicari.

D Identitas Perusahaan

Usaha yang direncanakan Penulis bernama Cheese Potatola pemilihan nama tersebut yang diambil dari kentang yang berbahasa inggris dengan nama Potato sedangkan Cheese diambil dari nama Keju dalam bahasa inggris dan ada sedikit tambahan kata tola yang berasal dari keju lelehan mozzarella. Penulis percaya bahwa Cheese Potatola akan mampu menjadi terobosan baru dalam dunia kuliner yang unik dan nikmat serta dapat menjadi menu terfavorit dan cocok di lidah anak muda sampai usia lanjut.

Cheese Potatola merupakan perusahaan perseorangan yang didirikan pada tahun awal 2018, di Jalan Raya Danau Sunter, Jakarta Utara. Cheese Potatola akan berlokasi di dekat perkantoran Sunter. Pemilihan lokasi ini dikarenakan dekat dengan tempat tinggal penulis.



E. Kebutuhan Dana

Modal awal pendirian suatu usaha sebenarnya relatif, tergantung pada ukuran bisnis yang akan dijalankan atau dibangun. Pembangunan bisnis Cheese Potatola ini membutuhkan anggaran dana sebesar Rp 146.187.500 (Seratus Lima Puluh Empat Juta Seratus Delapan Puluh tujuh Ribu Lima Ratus Rupiah) dengan 100% dana dari orang tua. Dana tersebut akan digunakan untuk membeli Mobil bekas sebagai tempat usaha sebesar Rp 80.000.000, membeli peralatan Rp.17.849.000, biaya membeli perlengkapan Rp 2.096.500, biaya bahan baku Rp 5.442.000, biaya membeli peralatan elektronik laptop dan handphone Rp 10.800.000, kas Rp 15.000.000, biaya sewa tempat Rp 5.000.000, biaya lain-lain Rp 10.000.000. Proses alokasi dana dilakukan sesuai dengan kebutuhan Food Truck .

A. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan

Menurut David (2013:75), “ Vision statement should answer the basic question, “What do we want to become ?”, karena itu visi merupakan pernyataan dari apa yang perusahaan kita ingin capai, Visi dari “Cheese Potatola” adalah menjadi cemilan yang terunik dan disukai di daerah jakarta khususnya Sunter, Jakarta utara.

B. Logo Usaha

Logo merupakan suatu gambar atau sekadar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Logo harus memiliki filosofi dan kerangka dasar berupa konsep dengan tujuan melahirkan sifat yang berdiri sendiri atau mandiri.



C. Gambaran Sekilas Produk

Dalam perencanaan bisnis, sebuah gambaran usaha yang baik sangat diperlukan. Gambaran usaha ini dapat memberikan informasi bagi para calon investor untuk mengetahui tentang usaha tersebut lebih terperinci dan penganalisaan yang prospek dari bisnis tersebut dapat terlihat jelas.

D. Jenis dan Ukuran Bisnis

Dari hasil menganalisis yang dilakukan penulis usaha Food Truck Cheese Potatola termasuk dalam kategori usaha Kecil karena memiliki kekayaan paling banyak 500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan serta usaha Food Truck Cheese Potatola juga memiliki tenaga kerja dengan jumlah karyawan sebanyak 5 sampai 9 orang.

E. Latar Belakang Pemilik Usaha

Eveline Novianto lahir di Surabaya, 11 Mei 1993 merupakan pemilik tunggal dari Cheese Potatola. Anak pertama dari tiga bersaudara ini memiliki kegemaran memasak makanan dan mencoba resep baru terhadap makanan. Ditambah lagi dengan menemukan peluang usaha yang dilihat di bidang usaha rumah makan yang sedang booming dan merupakan bisnis yang menjanjikan serta masih sedikit pesaing yang ditemukan maka semakin menambah peluang besar dalam memulai usaha ini. Berbekal ilmu yang dimiliki selama mengenyam kurang lebih 4 tahun pendidikan jurusan ilmu Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Indonesia (IBII) yang sekarang telah berganti menjadi nama Kwik Kian Gie School of Business (KSB). Eveline Novianto sangat mengharapkan semua pembelajaran mengenai bisnis dapat diaplikasikan ke dalam bisnis ini. Ditambah dengan memiliki orang tua yang berprofesi sebagai wirausahawan dalam bidang Lighting menjadikan Eveline Novianto



sebagai sosok pribadi yang hidup dalam lingkungan bisnis sejak kecil, dan tentunya dukungan orang tua sangat pula yang menjadikan Eveline Novianto menjadi calon

wirausahawan yang akan membawa Cheese Potatola menuju keberhasilan dalam lingkup domestik.

C. Peralatan, perlengkapan, dan bahan baku

Rencana mengenai peralatan dan perlengkapan yang akan digunakan dalam kegiatan operasional Cheese Potatola yang disajikan pada tabel yang dilengkapi dengan perkiraan harga dari masing-masing unit peralatan. Perkiraan mengenai harga beli masing-masing unit dan bahan baku yang diperoleh dari hasil survey yang dilakukan penulis.

Analisis Industri dan Pesaing

Pentingnya melakukan sebuah analisis terlebih dahulu adalah untuk mengetahui potensi-potensi besar yang kita miliki, memiliki pengetahuan akan tren pasar, dan mengenali kendala-kendala yang akan dihadapi.

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Staf Ahli Kementerian Perindustrian Bidang Pemasaran dan Penggunaan Produk Dalam

Negeri Ferry Yahya mengatakan, kehadiran food truck membantu perkembangan industri kreatif subsektor kuliner. Kendati belum ada catatan khusus seberapa besar kontribusi konsep food truck di industri kreatif, Ferry yakin food truck turut menyumbang pendapatan domestik bruto (PDB) negara. "Ini bagus karena industri kreatif menjadi salah satu tumpuan ekonomi bangsa," kata Ferry ketika ditemui di Jakarta, akhir pekan lalu.



Menurut dia, fenomena perkembangan food truck ini harus cepat diwadahi. Misalnya, pemerintah daerah melibatkan food truck pada saat acara-acara tertentu. Seperti festival-festival atau mewadahi berkumpulnya food truck di fasilitas-fasilitas umum. "Kalau konsepnya bagus, pasti ada nilai ekonomi yang besar nantinya," tambahnya. Kuliner menjadi salah satu subsektor industri kreatif yang berkontribusi cukup besar. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan, ekonomi kreatif menyumbang sekitar Rp 641,82 triliun atau 7 persen dari PDB nasional 2013.

B Analisis Pesaing Sejati / Langsung

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:552), "the process of identifying key competitors; assessing their objectives, strategies, strengths, and weaknesses, and reaction patterns; and selecting which competitors to attack or avoid." analisis pesaing adalah proses mengenali dan menilai pesaing utama, menilai tujuan, Strategi kekuatan dan kelemahan mereka, serta pola reaksinya, dan memilih pesaing mana yang akan diserang atau dihindari. Pesaing merupakan salah satu faktor utama yang menjadi perhatian para pebisnis untuk mendirikan suatu usaha tertentu.

C Analisis PESTEL

Analisis lingkungan bisnis yang mencakup analisis Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan dan Legalitas. Hal-hal tersebut merupakan hal yang patut diketahui oleh seorang pebisnis karena PESTEL memiliki pengaruh yang besar terhadap bisnis yang akan kita bangun.

D Analisis Pesaing (Porter Five Force Business Model)

Ramalan Industri adalah seni memperkirakan jumlah permintaan di masa yang akan datang, hal tersebut dilakukan dengan mengantisipasi apa yang tampaknya akan dilakukan pembeli di



bawah kondisi masa depan tertentu Dengan ramalan yang diperkirakan dengan pemikiran matang dan data-data yang lengkap maka hasil ramalan yang mendekati ketepatan dengan kondisi masa depan akan membuat pengusaha menguasai pasar.

E Analisis Posisi dalam Persaingan

Cheese Potatola merupakan bisnis kentang dengan keunikan dan berkonsep food truck baru yang akan beroperasi pada awal tahun 2018. Menurut Kotler dan Armstrong (2014: 295) Product life cycle adalah "the course of a product sales and profits over it's lifetime" artinya siklus hidup produk Adalah "jalannya penjualan produk dan keuntungan lebih dari itu seumur hidup.

F Analisis Faktor-faktor Kunci Sukses (Competitive Profile Matrix (CPM))

Competitive Profile Matrix adalah alat manajemen strategis penting untuk membandingkan perusahaan dengan pemain utama industri. Profil kompetitif matriks menunjukkan gambaran yang jelas kepada perusahaan tentang titik kuat mereka dan titik lemah relatif terhadap pesaing mereka. Nilai CPM diukur atas dasar faktor penentu keberhasilan, setiap faktor diukur dalam skala yang sama berarti berat tetap sama untuk setiap perusahaan hanya rating-nya yang bervariasi.

G Analisis Industri dan Pengembangan Strategi

Target pasar yang dituju oleh Cheese Potatola adalah penduduk yang bertempat tinggal di Jakarta Utara, namun tidak menutup kemungkinan untuk di luar Jakarta Utara untuk datang untuk mencoba dan berkunjung. Tujuan melakukan ramalan industri adalah untuk memperkirakan permintaan terhadap suatu jasa atau barang pada masa yang akan datang dengan memperhitungkan apa yang mungkin dilakukan oleh konsumen di masa depan.



H. Analisis SWOT

David (2013:206), menggambarkan SWOT sebagai sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi: Strategi SO (Kekuatan-peluang) Strategi WO (kelemahan-ancaman), Strategi ST (kekuatan-ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman).

Rencana Produk, Kebutuhan Operasional dan Manajemen

A. Fasilitas Operasional

Fasilitas operasional adalah “ mobil Food truck” yang memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menjalankan kegiatan operasional sehari - hari perusahaan. Cheese Potatola dalam kegiatan bisnis sehari-harinya memanfaatkan untuk berinteraksi dengan pelanggan juga untuk aktif dalam sosial media dan promosi produk Cheese Potatola , Laptop untuk kegiatan pencatatan laporan keuangan juga kegiatan administrasi lainnya. Tak lupa dalam pembuatan produk , Cheese Potatola menggunakan open kitchen di dalam food truck untuk proses operasional sehari-hari

B. Proses Operasi Produk

Proses Operasi dari Cheese Potatola , memiliki standar untuk penyajian makanannya, hal ini dilakukan sebagai bentuk quality control oleh manager agar kualitas atas produk yang dihasilkan tidak berubah-ubah. Proses yang dijelaskan ini merupakan langkah-langkah pembuatan Cheese Potatola yang mentah menjadi cemilan yang lezat.



C. Nama Pemasok

Pemasok atau Supplier merupakan pihak yang berhubungan dengan pemberian input dalam rangka menunjang kelancaran operasional perusahaan. Oleh karena itu, pemasok termasuk pihak yang berperan sangat penting dalam menjaga keberlangsungan usaha sehingga kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan baik dan lancar.

D. Deskripsi Rencana Operasi

Berikut ini adalah gambaran mengenai langkah-langkah yang dilakukan oleh *Cheese Potatola* untuk mempersiapkan segala kebutuhan yang diperlukan dalam mengembangkan usaha *Food Truck* ini.

E. Pengendalian Persediaan

Dalam menjalankan suatu perusahaan, harus ada pengendalian yang dilakukan atas seluruh kegiatan yang terjadi. Pengendalian dimaksudkan agar kegiatan yang berlangsung tetap dapat berjalan dengan baik dan apabila ada sesuatu yang tidak sesuai dengan standar yang berlaku, dengan adanya pengendalian maka dapat dikembalikan yang tidak sesuai tersebut menjadi normal kembali.

F. Alur Jasa

Alur jasa adalah proses dari pemesanan barang pada supplier hingga pemberian jasa dan produk kepada konsumen. Dimulai dari memesan bahan baku oleh manager ke supplier, lalu supplier mengirimkan barang pesanan ke produsen, lalu dicek dan dibayar oleh manager, sehingga bahan baku dapat diolah dan disajikan ke konsumen.



G. Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha

Kebutuhan Peralatan usaha sangat amat dibutuhkan pada kegiatan operasional perusahaan, karena dengan peralatan usaha tersebut akan sangat meringankan pekerjaan manusia dimana pekerjaan akan semakin lebih simpel dan tanpa adanya peralatan yang lengkap kegiatan usaha akan terganggu.

H. Lay-Out Food Truck Cheese Potatola

Cheese Potatola beroperasi di Jln Raya Sunter dan di Gading Walk, Jakarta Utara. Dengan menggunakan mobil Mitsubishi Colt Diesel tahun produksi 1963 yang sudah dimodifikasi.

RENCANA dan STRATEGI PEMASARAN

A. Rencana STP (Segmentation, Targeting, Positioning)

1. Segmentation

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:214) "Dividing a market into smaller groups with distinct needs, characteristic, or behavior that might require separate marketing strategies or mixes" segmentasi pasar adalah kegiatan membagi pasar menjadi bagian yang lebih kecil dengan kebutuhan, karakter, atau perilaku tertentu yang mungkin membutuhkan strategi atau bauran yang terpisah. Konsumen dapat dikelompokkan berdasarkan geografi, demografi dan psikografi.

2. Targeting

Setelah melakukan evaluasi pada segmentasi pasar, Cheese Potatola perlu menentukan target pasar yang sesuai dengan segmentasi pasar sebelumnya. Target pasar

3. Positioning

Positioning menurut Kotler dan Amstrong (2012:231) "the way the product is defined by consumers on important attributes - the place the product occupies in consumer's minds relative to competing products" yaitu penempatan merek produk ke dalam benak konsumen.

Strategi Penetapan Harga (Pricing)

Harga adalah alat yang digunakan untuk memposisikan nilai (value) dari produknya di dalam masyarakat, sebuah produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat menentukan harga yang ditetapkan dan mendapatkan laba besar. Harga juga merupakan senjata yang ampuh bagi pengusaha untuk menarik konsumen datang berbelanja.

C. Distribusi (Placing)

Menurut Heizer dan Barry Render (2014:42) Supply Chain adalah "a global network of organizations that supplies a firm with goods and services" sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2012:365) "a set of interdependent organizations that help make a product or service available for use or consumption by the consumer or business user" menyatakan bahwa distribusi atau jaringan adalah seperangkat organisasi yang saling tergantung yang



membantu suatu produk atau jasa tersedia atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.



Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk dan jasa dengan tujuan menarik para calon konsumen untuk membeli dan mengonsumsi produk yang ditawarkan perusahaan. Sedangkan dalam sudut pandang konsumen, promosi berguna untuk penerimaan informasi mengenai produk-produk yang ditawarkan perusahaan dan juga sebagai salah satu faktor pertimbangan untuk membeli produk tersebut atau tidak.

Gambaran Pasar

Di Jakarta Food truck baru muncul sekitar tahun 2013. Terinspirasi oleh food truck di US, pengusaha kreatif Jakarta coba menerapkan konsep baru dalam menjajakan kuliner. Design Food truck yang beraneka ragam bentuk di tambah cat warna-warni memang cukup menarik perhatian bagi para pengunjung, khususnya yang hadir di Food Truck Festival Summarecon Digital Center Serpong.

Peluang Strategis

Peluang strategi yang ada pada Cheese Potatola adalah sebagai berikut:

1. konsep adanya food truck yang diterapkan oleh Cheese Potatola sangat menguntungkan karena bisa berpindah-pindah lokasi jika belum memiliki lokasi yang tetap serta mengurangi biaya sewa karena tidak berupa bangunan.

2. Saat mendirikan bisnis food truck ini tidak memerlukan tenaga kerja yang banyak karena pembuatan produk memang sengaja dibuat tidak ribet.



3. Masuknya budaya barat ke Indonesia yang menganut makanan yang serba praktis membuat bisnis food truck dengan konsep makanan cepat saji yang tidak memerlukan waktu

lama untuk menunggu lama untuk menikmati.

G Ramalan Pendapatan dan Anggaran Penjualan

Ramalan penjualan sangat berguna bagi Cheese Potatola untuk mengetahui berapa jumlah total penjualan didapat dari bisnis yang digeluti sehingga pemilik dapat mengetahui langkah – langkah yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan.

H Pengendalian Pemasaran

Pengendalian pemasaran merupakan langkah lanjutan dari strategi pemasaran. Penegendalian pemasaran dijadikan sebagai perangkat yang membantu usaha dalam mengendalikan proses pemasarannya.

RENCANA ORGANISASI

A Rencana Kebutuhan Jumlah Tenaga Kerja dan Proses Seleksi Karyawan

Menurut UU no 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, pengertian tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat.

B Struktur Organisasi Perusahaan

Menurut Stephen P. Robbins (2015:464) Struktur Organisasi adalah bagaimana tugas pekerjaan akan dibagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan secara formal. Setiap Perusahaan pasti memiliki struktur organisasi baik perusahaan yang skalanya kecil,



sedang hingga skala besar. suatu susunan komponen-komponen atau unit - unit kerja dalam sebuah organisasi.

C Tugas Pokok dan Fungsi Uraian Kerja (Job Description)

Uraian pekerjaan (Job Description) adalah pernyataan secara tertulis dari apa saja yang sebenarnya dikerjakan oleh para karyawan, dan langkah - langkah bagaimana cara mereka melakukannya, dan menjelaskan bagaimana kondisi pekerjaan yang ada.

D Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan

Menurut Dessler (2013:378) kompensasi karyawan adalah segala bentuk bayaran atau penghargaan yang diberikan kepada karyawan dan berasal dari pekerjaan mereka. Kompensasi diberikan dengan tujuan memberikan rangsangan dan motivasi kepada tenaga kerja untuk meningkatkan prestasi kerja, serta efisiensi dan efektivitas produksi. Oleh karena itu, bila kompensasi diberikan secara benar, para karyawan akan lebih terpuaskan dan termotivasi untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi.

RENCANA KEUANGAN

A Sumber dan Penggunaan Dana

Investasi dalam bentuk dana merupakan hal yang sangat diperlukan dalam memulai suatu usaha, karena dengan dana tersebut kita dapat membeli segala kebutuhan mulai dari peralatan sampai dengan perlengkapan yang kita butuhkan sebagai sarana operasional usaha. Jumlah investasi dana awal yang dibutuhkan untuk pendirian Cheese Potatola sebesar Rp 136.437.500 yang berasal dari pemberian orangtua.



B. Proyeksi Anggaran Penjualan Tahunan

1. Penjualan mengalami kenaikan 2% setiap tahun, Kenaikan ini terjadi karena penulis akan kualitas dari produk yang baik, harga yang terjangkau, serta pelayanan yang diberikan. Karena Cheese Potatola merupakan perusahaan baru, sehingga penulis hanya menargetkan kenaikan sebesar 2% pada ramalan penjualan usaha.

2. Pada pembukaan di bulan Januari, Cheese Potatola memberikan potongan harga sebesar 50% kepada konsumen.

3. Pada bulan Mei terdapat penurunan penjualan dikarenakan pelanggan yang beragama muslim menjalankan ibadah puasa sehingga mempengaruhi penjualan Cheese Potatola.

C. Biaya Pemasaran Tahunan

Biaya promosi yang dikeluarkan oleh Cheese Potatola meliputi biaya cetak brosur, biaya promosi diskon (potongan harga) pada saat awal pembukaan, selain itu kegiatan pemasaran akan dilakukan secara lisan dan visual melalui media sosial seperti facebook dan instagram yang pada zaman sekarang dinilai cukup efektif.

D. Biaya Tenaga Kerja

penulis memilih kenaikan sebesar 10% setiap tahunnya karena mengikuti rata - rata kenaikan inflasi pada beberapa tahun sebelumnya yang berkisar antara 6 sampai dengan 7% sehingga kesejahteraan karyawan Cheese Potatola ikut meningkat.



E. Biaya Penyusutan Peralatan

Biaya penyusutan Cheese Potatola berupa penyusutan untuk aset perusahaan seperti peralatan dapur dan elektronik (laptop, smartphone) yang digunakan dengan diasumsikan umur ekonomis peralatan 5 tahun serta depresiasi dihitung dengan menggunakan metode garis lurus tanpa nilai sisa. Berikut ini adalah perincian biaya penyusutan Cheese Potatola .

F. Biaya Sewa Tempat

Berikut adalah rincian biaya sewa tempat yang dibutuhkan oleh Cheese Potatola dari tahun 2018- 2022. Biaya sewa dengan asumsi Cheese Potatola akan mengalami peningkatan biaya sebesar 10% setiap tahunnya.

G. Biaya Utilitas

Biaya utilitas merupakan biaya yang digunakan untuk berjalannya kegiatan operasional perusahaan. Biaya utilitas yang dimaksudkan adalah biaya air, telepon, dan internet. Berikut ini adalah rincian proyeksi biaya utilitas selama lima tahun, dan total biaya utilitas selama lima tahun. Seluruh biaya utilitas diasumsikan mengalami kenaikan sebesar 10% setiap tahun mengikuti kenaikan inflasi.

H. Biaya Peralatan dan Perlengkapan

Biaya peralatan dan perlengkapan merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membeli barang pendukung kegiatan operasional yang berperan penting dalam kegiatan usaha suatu perusahaan. Biaya peralatan akan mengalami depresiasi setiap tahunnya.

I. Biaya Bahan Baku

Bahan baku merupakan bahan mentah yang menjadi dasar pembuatan suatu produk dimana bahan tersebut dapat diolah melalui proses tertentu untuk dijadikan wujud yang lain. Biaya



bahan baku ini sangat berpengaruh terhadap biaya penjualan karena apabila harga pembelian dapat ditekan serendah mungkin maka akan berpengaruh terhadap peningkatan biaya penjualan.

J. Proyeksi Keuangan

Proyeksi keuangan merupakan anggaran yang dirancang untuk penyelenggaraan sebuah usaha yang akan dijalankan. Proyeksi keuangan secara umum memberi gambaran mengenai sirkulasi keuangan sebuah perusahaan, prediksi pengeluaran, anggaran modal dan sebagainya. Segala sesuatu yang menyangkut pembiayaan penyelenggaraan sebuah usaha akan tertuang di dalam sebuah proyeksi keuangan.

K. Analisis Kelayakan Usaha

Penilaian layak atau tidaknya suatu usaha yang akan didirikan dapat diketahui dengan menggunakan empat indikator penilaian. Indikator tersebut terdiri dari perhitungan Break Event Point (BEP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Payback Period (PP).

L. Ringkasan Analisis Kelayakan Usaha

Kelayakan *Cheese Potatola* dilakukan dengan menggunakan beberapa metode penilaian investasi seperti: Break Even Point (BEP), Net Present Value (NPV), Payback Period (PP), Internal Rate of Return (IRR) dan Profitability Index (PI). Dari hasil penelitian dan penilaian hasilnya adalah *Cheese Potatola* memiliki NPV positif senilai Rp 861.337.618; Nilai BEP lebih kecil dari pendapatan, Payback Period selama 2 tahun 179 hari, nilai Internal Rate of Return adalah 62,70% dan rasio untuk Profitability Index sebesar 5,94. Oleh karena itu *Cheese Potatola* adalah bisnis layak untuk dijalankan.



PENGENDALIAN RISIKO

A. Evaluasi Kelemahan dan Risiko Bisnis

Sebagai pembuat usaha, kita tahu bahwa bisnis yang dijalankan pasti memiliki risiko. Risiko merupakan kemungkinan yang mungkin dapat muncul karena adanya kedinamisan lingkungan atau yang biasa disebut dengan ketidakpastian. Menurut Hisrich (2013:201), penilaian risiko merupakan kegiatan mengidentifikasi risiko – risiko potensial dan strategi – strategi alternatif untuk memenuhi tujuan – tujuan dan sasaran – sasaran rencana bisnis. Risiko adalah bahaya, akibat atau konsekuensi yang dapat terjadi akibat sebuah proses yang sedang berlangsung atau kejadian yang akan datang.

B. Rencana Pengendalian Risiko

Pengendalian harus dilakukan sebagai tindakan pencegahan terjadinya hal - hal yang tidak diinginkan dalam suatu kegiatan bisnis.

RINGKASAN EKSEKUTIF

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis

Cheese Potatola adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang kuliner . Outlet yang didirikan ini menawarkan berbagai menu Kentang yang memiliki rasa yang unik saat konsumen merasakan. Karena adanya inovasi baru yang ditawarkan yaitu perpaduan antara kentang rebus dan isi yang bervariasi sebagai isian yang menjadi topping seperti jagung, daging ham cincang, sayur selada air dengan saus mayonaisse dengan campuran saus keju cair dan lelehan keju mozzarella yang tak kalah menggugah selera makan pada saat menyantapnya.



Konsumen yang dituju oleh *Cheese Potatola* adalah para anak muda yang suka dengan makanan unik dan *Cheese Potatola* bisa juga dinikmati oleh semua kalangan dari tua, muda, anak-anak karena topping dan bahan yang digunakan adalah bahan-bahan yang bergizi juga bagi pertumbuhan anak-anak. Alasan penetapan posisi di daerah sunter karena di daerah sunter belum ada makanan unik seperti *Cheese Potatola* dan tempat nya pula yang dijadikan adalah sebuah truck yang di desain secara unik agar mearik minat konsumen.

Akses yang dijangkau di daerah sunter mudah serta banyak terdapat perkantoran serta gedung sekolah yang memudahkan untuk menjangkau kalangan dewasa atau anak muda dalam penjualannya. *Cheese Potatola* buka dari hari senin- jumat jam 12 siang sampai jam 8 malam hari, sedangkan pada hari sabtu dan minggu buka dari jam 10 pagi sampai 11 malam.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi

dari “*Cheese Potatola*” adalah menjadi cemilan yang terunik dan disukai di daerah jakarta khususnya Sunter, Jakarta utara.

Misi:

1. Menjadi Cemilan yang memiliki rasa yang menarik dan sesuai di lidah orang indonesia khususnya di sunter jakarta utara.
2. Membangun citra bisnis yang baik sehingga merk ini dipercaya oleh para konsumen sebagai perusahaan makanan berkualitas dan enak.
3. Bertumbuh dan berkembang serta bisa membuka franchise.



3. Produk/Jasa

Cheese Potatola menawarkan berbagai pilihan topping dan focus menjaga mutu dari produk yang di jual. Semua jenis produk yang ditawarkan *Cheese Potatola* ditujukan bagi semua tingkatan umur baik anak-anak, remaja, maupun orang dewasa yang menyukai kentang. Konsep yang ditawarkan juga berbeda dari pesaing-pesaing yang ada karena konsumen dapat bebas memilih topping yang sesuai dengan keinginan konsumen masing-masing. Produk yang ditawarkan oleh *Cheese Potatola* juga berbahan baku alami, tidak menggunakan perasa buatan dan bahan pengawet. Semua produk juga selalu *fresh* dan berkualitas baik serta bersih.

Target dan Ukuran Pasar

Cheese Potatola menentukan target pada perempuan dan laki - laki yang berusia 20 hingga 40 tahun yang berlatar belakang berbagai pendidikan, agama dan ras yang berdomisili di Jakarta.

6. Strategi Pemasaran

1. Social Media

Social Media ini menjadi media promosi yang sangat baik bagi *Cheese Potatola* karena para pembeli atau *Buyer* kami sudah sangat familiar dengan *gadget* dan *social-media*. Sehingga hal ini memberikan dampak yang sangat positif dan dengan cepatnya penyebaran informasi melalui *social media* membuat efektif dan efisien untuk promosi kami.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



2. Flyers/ Brosur

Dalam rangka memperkenalkan produk *Cheese Potatola* pada masyarakat, salah satunya melalui media cetak. Media cetak yang dibuat yaitu *flyer*. *Flyer* berguna untuk menginformasikan keunggulan produk yang akan ditawarkan kepada konsumen yang didesain semenarik mungkin *Cheese Potatola* menggunakan *flyer* untuk melakukan promosi dengan disebar di sekitar konsumen yang sedang berada tidak jauh dari tempat *food truck* berada, juga menyelipkan *flyer* ke Koran atau majalah melalui agen-agen majalah dan Koran serta menyelipkan *flyer* pada setiap transaksi pembelian oleh konsumen.

4. Word of Mouth

Promosi dari mulut ke mulut merupakan salah satu cara yang efisien karena selain memberikan kesan seperti *testimonial* produk, kita juga tidak perlu mengeluarkan biaya.

7. Kelayakan Keuangan

Cheese Potatola dilakukan dengan menggunakan beberapa metode penilaian investasi, seperti: Break Even Point (BEP), Net Present Value (NPV), Payback Period (PP), Internal Rate of Return (IRR) dan Profitability Index (PI). Dari hasil penelitian dan penilaian hasilnya adalah *Cheese Potatola* memiliki NPV positif senilai Rp 861.337.618; Nilai BEP lebih kecil dari pendapatan, Payback Period selama 2 tahun 179 hari, nilai Internal Rate of Return adalah 62,70% dan rasio untuk Profitability Index sebesar 5,94. Oleh karena itu *Cheese Potatola* adalah bisnis layak untuk dijalankan.