



BAB II

GAMBARAN USAHA

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan

1. Visi

Visi menyatakan sebuah cita-cita yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan. Visi juga menjadi penentu arah kemana perusahaan akan bergerak. Fred R. David (2015:44) menyatakan bahwa visi adalah jawaban dari pertanyaan “ingin menjadi apa kita?”.

Visi merupakan suatu gambaran yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan di masa yang akan datang. Visi juga menggambarkan apa yang ingin dilakukan perusahaan dibawa kearah manakah perusahaan tersebut. Visi lebih menyatakan apa dan bukan bagaimana.

Seorang pengusaha perlu mengembangkan visi terlebih dahulu, dikarenakan visi memiliki peran membantu mengarahkan perusahaan dalam beroperasi sebelum menentukan sebuah misi. Dengan adanya visi, perusahaan dapat menentukan batas waktu yang ingin dicapai, misalnya dari tiga sampai sepuluh tahun kedepan. Untuk membuat pernyataan visi yang baik diperlukan persyaratan visi, antara lain:

- 1) Berorientasi pada masa depan;
- 2) Tidak dibuat berdasarkan kondisi atau tren saat ini;
- 3) Mengekspresikan kreativitas;
- 4) Mempunyai harapan standar yang tinggi, idea, serta harapan tinggi bagi karyawan;
- 5) Menggambarkan keunikan bisnis dalam kompetisi

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.



Visi dari *Philanthropy* adalah menjadi *cafe* yang memberikan cita rasa unggul dan sajian 100% nabati yang kreatif dan inovatif.

2. Misi

Misi merupakan sebuah pernyataan bagaimana perusahaan dapat mencapai visi yang diinginkan serta menjawab pertanyaan bisnis apa yang akan kita jalankan. Misi sangatlah penting dalam hal penetapan sasaran dan memformulasikan strategi. Pernyataan misi yang baik biasanya mengandung sebuah filosofi, keyakinan dan prinsip-prinsip bisnis yang ingin dianut. Misi akan menjadi cikal bakal budaya bisnis dan kadar etika bisnis yang bagus. menurut Fred R. David, (2015:44) Pernyataan misi dapat memberikan perbedaan cara yang dilakukan suatu organisasi dengan organisasi lainnya. Berikut adalah karakteristik dari misi yang dinyatakan oleh Fred R. David, (2015:176):

- 1) Tidak mencantumkan nilai atau jumlah tertentu.
- 2) Kurang dari 250 kata.
- 3) Menginspirasi.
- 4) Mampu mengidentifikasi fungsi dari pada produk perusahaan.
- 5) Menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial.
- 6) Menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab lingkungan.
- 7) Meliputi Sembilan komponen: pelanggan, produk dan atau jasa, pasar, teknologi, fokus pada peningkatan laba, filosofi, *self-concept*, peduli terhadap pandangan masyarakat, peduli terhadap pekerja.
- 8) Mendamaikan.
- 9) Dipakai jangka panjang.



Manfaat yang didapat oleh perusahaan melalui misi, diantaranya adalah:

- 1) Menjamin keselarasan tujuan antara fungsi-fungsi perusahaan.
- 2) Sebagai landasan untuk memotivasi peningkatan kinerja sumber daya yang dimiliki perusahaan.
- 3) Sebagai landasan pengalokasian sumber daya perusahaan.
- 4) Menetapkan nuansa umum sebagai lingkungan perusahaan atau organisasi.
- 5) Membantu orang-orang di dalam perusahaan agar menyesuaikan diri dengan tujuan dan arah organisasi dan mencegah para pihak yang tidak berpartisipasi.
- 6) Memfasilitasi serta menterjemahkan tujuan organisasi.

Berdasarkan karakteristik diatas, misi yang baik dapat memberikan pengaruh positif kepada para pekerja dan pelanggan. Misi yang baik juga harus mudah dimengerti dan dapat dilakukan. Berikut adalah misi dari *Philanthropy*:

- 1) Memberikan pelayanan yang bersifat informatif sekaligus memuaskan.
- 2) Memberikan berbagai informasi inovasi terbaru dari menu dan bahan-bahan yang digunakan dalam *Philanthropy*.

3. Tujuan Perusahaan

Menurut Fred R. David (2015:45) tujuan dapat didefinisikan sebagai hasil tertentu dimana suatu organisasi berupaya untuk mencapai dalam mengejar misi dasarnya.

Tujuan sendiri merupakan target kinerja, yang menjadi suatu tolak ukur dari keberhasilan ataupun kegagalan dari tujuan yang ingin dicapai. Organisasi yang berhasil adalah organisasi yang dapat menentukan suatu tujuan dengan baik. Tujuan juga dapat menjadi panduan bagi para pekerja. Tujuan terdiri dari dua jenis yaitu

tujuan jangka pendek (*short-term objectives*) dan tujuan jangka panjang (*long-term objectives*)

C *objectives*)

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a. Tujuan jangka panjang (*long-term objectives*)

Tujuan jangka panjang (*long-term objectives*) adalah tujuan yang ingin dicapai dalam waktu yang lama, yaitu lebih dari satu tahun dan biasanya paling lama adalah lima tahun. Tujuan yang disusun perusahaan haruslah memiliki prinsip SMART:

1) *Specific*

Tujuan harus jelas dan tidak membingungkan, dengan memperhatikan kejelasan dan detail sasaran agar penyampain tujuan menjadi lebih mudah dan dimengerti oleh seluruh karyawan dalam perusahaan.

2) *Measurable*

Tujuan yang terukur menggambarkan bagaimana suatu tujuan dapat memudahkan karyawan dan seluruh anggota dalam mengetahui besarnya target dalam tujuan yang ingin dicapai. Dengan adanya suatu ukuran suatu perusahaan menjadi lebih mudah mengetahui kapan bisnis telah mencapai tujuannya

3) *Achievable*

Tujuan yang telah ditentukan oleh perusahaan harus dapat dicapai atau diraih. Agar tujuan dapat diraih, maka dalam penyusunan tujuan harus sesuai dengan kemampuan perusahaan dan tidak terlampaui telalu tinggi dan berkhayal.

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.



4) *Realistic*

Penyusunan tujuan yang benar harus realistis, dimana sesuai berhubungan dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan ataupun peluang dan ancaman eksternal perusahaan. Dengan tujuan yang jelas dan realistis, maka arah tujuan menjadi lebih jelas

5) *Time Bound*

Tujuan yang baik haruslah memiliki batasan waktu, sehingga suatu perusahaan menjadi jelas kapan tujuan dapat tercapai dan efektif sesuai dengan rancangan strategi perusahaan. Tujuan tersebut harus sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh suatu perusahaan.

Tujuan jangka pendek yang dimiliki *Philanthropy* adalah memperkenalkan akan revolusi kuliner yang mempergunakan seluruhnya bahan-bahan bersifat ramah lingkungan dan sehat bagi penikmatnya. Sedangkan tujuan jangka panjang dari *Philanthropy* adalah menjadi pengusaha kuliner yang unggul dalam bidangnya, juga terus berinovasi agar dapat memberikan kualitas terbaik, tingkat kepuasan yang tinggi bagi para pelanggan, dan tentunya berkontribusi dalam gerakan *go green* serta pola gaya hidup sehat.

B. Logo Usaha

Logo adalah 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 yang dimiliki setiap perusahaan tentunya berbeda dikarenakan logo



mengandung suatu arti yang besar bagi perusahaan. Berikut adalah gambar logo usaha dan *Philanthropy*:

Gambar 2.1
Logo *Philanthropy*



Sumber : *Philanthropy*, Agustus 2017

Gambar 2.1 merupakan logo perusahaan *Philanthropy*. Pada logo usaha *Philanthropy* terdapat tiga unsur, di bawah terdapat uluran tangan yang memiliki arti untuk siap melayani dengan ramah, di tengahnya menggambarkan sebuah tumbuhan berdaun yang menandakan bahwa bahan baku yang digunakan sepenuhnya berasal dari tumbuh-tumbuhan, dan di atas terdapat hati yang memiliki arti buah kebaikan bagi semua yang terlibat. Logo tersebut juga memiliki arti lain yang jika digabungkan, yaitu jika kita bersikap baik, memberi yang baik, maka hasilnya pun akan baik. Pada logo usaha *Philanthropy* digunakan warna coklat, dimana warna coklat adalah salah satu warna yang mengandung unsur bumi. Dominasi warna ini akan memberi kesan hangat, nyaman dan aman. Secara psikologis warna coklat akan memberi kesan kuat dan dapat diandalkan. Warna ini melambangkan sebuah pondasi dan kekuatan hidup.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kia Gie)

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.



C. Gambaran Sekilas Produk

Philanthropy merupakan satu-satunya *cafe* yang berlokasi di Food Plaza PIK yang menawarkan makanan dan minuman bersifat *vegan*. *Philanthropy* sendiri merupakan *cafe* yang dibuat berdasarkan konsep penggunaan bahan baku nabati tanpa adanya unsur hewani yang dikembangkan dengan cita rasa yang dapat digemari. Kelebihan yang ditawarkan oleh *Philanthropy* yang tidak dihadirkan oleh pesaing adalah:

- 1) *Philanthropy* memiliki berbagai promosi menarik kepada konsumen yang berbeda dari hari senin sampai dengan hari minggu. *Philanthropy* juga sering menawarkan tantangan menarik kepada konsumen, dimana konsumen yang berhasil memenangkan tantangan berhak mendapatkan penawaran/hadiah dari *Philanthropy*. Segala informasi mengenai promosi dan tantangan tersebut dapat diakses melalui *Instagram* resmi *Philanthropy* yakni @philanthropycafe.
- 2) *Philanthropy* juga menawarkan berbagai inovasi menu makanan yang tentunya belum pernah ada dari para pesaing. Makanan tersebut dikemas dengan nama yang unik dan kreatif sehingga memunculkan rasa penasaran dibenak konsumen. *Philanthropy* juga senantiasa untuk terus mencoba mengeluarkan menu baru dan informasi tersebut akan diunggah di akun resmi *instagram Philanthropy*.

D. Jenis Usaha

Menurut Nickels & McHugh (2009:152), terdapat tiga bentuk kepemilikan bisnis:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Perusahaan kepemilikan tunggal

Perusahaan ini merupakan perusahaan atau bisnis yang dimiliki, dan biasanya dikelola oleh satu orang

2. Perusahaan rekanan

Perusahaan ini merupakan perusahaan ketika dua atau lebih orang secara legal untuk bersama-sama membentuk sebuah bisnis.

3. Korporasi

Korporasi merupakan sebuah entitas legal dengan otoritas untuk bertindak dan mempunyai kewajiban terpisah dari pemiliknya.

Berdasarkan definisi diatas maka *Philanthropy* tergolong pada perusahaan kepemilikan tunggal, dimana ide perencanaan bisnis ini diperoleh dari ide penulis sendiri. Alasannya dengan kepemilikan tunggal adalah, penulis memiliki kebebasan penuh untuk berkreasi mengenai ide dan konsep yang akan dilakukan, menjadi atasan sendiri, bebas untuk menentukan kapan akan memulai dan mengakhiri usaha, adanya kebanggaan atas kepemilikan, dan kepemilikan atas laba perusahaan.

E. Ukuran Usaha

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Bab I pasal 1 pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut:

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.



1) Usaha mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2) Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan dan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang – Undang.

3) Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan ayau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang – undang ini.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Bab IV pasal 6 tentang Kriteria UMKM adalah sebaagai berikut:



- 1) Kriteria Usaha Mikro
 - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000.- (lima puluh juta rupiah) diluar tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000.- (tiga ratus juta rupiah)
- 2) Kriteria Usaha Kecil
 - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000.- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000.- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000.- (tiga ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp. 2.500.000.000.- (dua milyar lima ratus juta rupiah)
- 3) Kriteria Usaha Menengah
 - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000.- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000.- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000.- (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp. 50.000.000.000.- (lima puluh milyar rupiah)

Sumber:

<http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf> (diakses 2 Agustus 2017)

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.



Berdasarkan kriteria diatas, maka *Philanthropy* memiliki ukuran bisnis dalam usaha kecil, hal ini dikarenakan hasil penjualan tahunan Rp 300.000.000 – Rp 2.500.000.000.

F. Peralatan yang Dibutuhkan

Peralatan kerja dalam dunia usaha merupakan segala barang atau benda yang digunakan selama kegiatan usaha yang memiliki umur ekonomis lebih dari satu tahun. Peralatan tersebut adalah peralatan standar yang digunakan untuk menunjang kegiatan operasional sebuah usaha dari *Philanthropy*. Berikut adalah rincian peralatan yang dapat dilihat dari tabel berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institusi dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Tabel 2.1

Daftar Peralatan *Philanthropy*

No.	Peralatan	Harga (dalam Rupiah)	Unit	Total Harga	Pemasok
			(Buah)	(dalam Rupiah)	
1.	kompur gas rinai RI-522E 2 tungku	289.000	2	578.000	tokopedia.com
2.	spatula	89.900	4	359.600	IKEA
3.	gunting serba guna	14.900	2	29.800	IKEA
4.	pisau set vicensa	109.991	1	109.991	tokopedia.com
5.	paket 3 wajan, frying & sauce pan	90.000	3	270.000	tokopedia.com
6.	talenan kayu	11.000	2	22.000	tokopedia.com
7.	lap dapur @4 pieces	39.900	1	39.900	IKEA
8.	regulator gas tabung 3kg	88.500	4	354.000	tokopedia.com
9.	kulkas lemari es 2 pintu	2.250.000	1	2.250.000	tokopedia.com
10.	tempat pengering	199.000	1	199.000	IKEA
11.	gelas	25.000	20	500.000	IKEA
12.	sendok garpu	25.000	20	500.000	IKEA
13.	tatakan panci	79.900	1	79.900	IKEA
14.	stoples dengan penutup	19.900	4	79.600	IKEA
15.	tempat makanan	39.900	4	159.600	IKEA
16.	mesin pemanggang / toaster	1.400.000	1	1.400.000	tokopedia.com
17.	meja	1.500.000	5	7.500.000	IKEA
18.	tempat minyak	55.000	1	55.000	tokopedia.com
19.	wastafel	540.000	1	540.000	tokopedia.com
20.	pompa galon elektrik	59.900	1	59.900	tokopedia.com
21.	blender 3 in 1	150.000	1	150.000	tokopedia.com
22.	alat penyerut es	169.000	1	169.000	tokopedia.com
23.	rak besi	550.000	1	550.000	tokopedia.com
24.	meja tulis kantor mp-120 + 3 laci	1.340.000	1	1.340.000	tokopedia.com
25.	kursi	225.000	12	2.700.000	tokopedia.com
26.	air conditioner	2.750.000	2	5.500.000	tokopedia.com
27.	2 bagian rak	2.396.000	1	2.396.000	IKEA
28.	tong sampah berpedal	100.000	2	200.000	IKEA
29.	piring	35.000	20	700.000	IKEA
30.	mesin kopi otomatis	15.000.000	1	15.000.000	tokopedia.com
total peralatan				43.791.291	

Sumber: *Philanthropy*, Agustus 2017

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



G. Perlengkapan yang Dibutuhkan

Perlengkapan merupakan benda – benda yang digunakan untuk mendukung kegiatan usaha, yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan maupun operasional kerja dan dapat habis bila dipakai. Seorang pebisnis yang baik tentunya perlu menentukan jumlah perlengkapan yang dibutuhkan untuk mengoperasikan usahanya. Apabila dapat ditentukan secara baik dan benar, maka seorang pebisnis dapat melakukan usahanya secara efisien dan efektif. Berikut merupakan daftar perlengkapan *Philanthropy*:

Tabel 2.2

Daftar Perlengkapan *Philanthropy*

No.	Perlengkapan	Harga (dalam Rupiah)	Unit	Total Harga	Pemasok
			(Buah)	(dalam Rupiah)	
1	sumpit bambu (@15 pieces)	4.500	500	2.250.000	tokopedia.com
2	tabung gas 3kg + isi	125.000	16	2.000.000	olx.com
3	kantong sampah @8 pieces	59.000	4	236.000	IKEA
4	mama lemon 800 ml	11.645	6	69.870	hypermart
5	busa cuci piring 1 ls	2.200	5	11.000	tokopedia.com
6	nota kontan	3.900	15	58.500	bukalapak.com
7	aqua galon 19ltr	15.000	10	150.000	toko kelontong
total perlengkapan (per bulan)				4.775.370	
per tahun= total biaya x 12 bulan				57.304.440	

Sumber: *Philanthropy*, Agustus 2017

H. Bahan Baku

Bahan baku merupakan sumber yang digunakan untuk mengolah makanan yang dipesan oleh konsumen. Seorang pebisnis perlu menentukan persediaan bahan baku dengan tepat agar penggunaan dan maksimal. Berikut merupakan daftar bahan baku yang dimiliki oleh *Philanthropy*:



Tabel 2.3

Daftar Bahan Baku *Philanthropy*

No.	Bahan Baku	Harga (dalam Rupiah)	Unit	Total Harga	Pemasok
			(kg)	(dalam Rupiah)	
1	beras merah	20.000	5	100.000	pasar tradisonal
2	beras putih	12.500	5	22.500	pasar tradisonal
3	kentang	15.000	3	45.000	pasar tradisonal
4	tempe	5.000	5	25.000	pasar tradisonal
5	tahu putih	4.000	5	20.000	pasar tradisonal
6	brokoli	50.000	1	50.000	pasar tradisonal
7	buncis	20.000	2	40.000	pasar tradisonal
8	quaker oats	41.325	3	123.975	hypermart
9	sawi hijau	10.000	2	20.000	pasar tradisonal
10	kol	15.000	2	30.000	pasar tradisonal
11	wortel	15.000	2	30.000	pasar tradisonal
12	jamur	25.000	1	25.000	pasar tradisonal
13	kembang kol	40.000	1	40.000	pasar tradisonal
14	jagung	20.000	2	40.000	pasar tradisonal
15	bayam	25.000	1	25.000	pasar tradisonal
16	tepung terigu	15.000	5	75.000	pasar tradisonal
17	tepung maizema	15.000	2	30.000	pasar tradisonal
18	kecap asin	10.000	4	40.000	pasar tradisonal
19	kecap manis	25.000	5	125.000	pasar tradisonal
20	saos cabe	7.500	5	35.000	pasar tradisonal
21	saos tomat	7.500	4	27.500	pasar tradisonal
22	kecap inggris	15.000	2	30.000	pasar tradisonal
23	minyak wijen	30.000	1	30.000	pasar tradisonal
24	coklat bubuk	20.000	2	40.000	pasar tradisonal
25	cooking non-oil spray	100.000	4	400.000	tokopedia.com
26	tomat	15.000	2	30.000	pasar tradisonal
27	bawang-bawang	100.000	3	300.000	pasar tradisonal
28	teh	15.000	4	60.000	hypermart
29	kopi	50.000	4	200.000	hypermart
30	kacang-kacang	50.000	2	100.000	pasar tradisonal
31	daun bawang	20.000	1	20.000	pasar tradisonal
32	timun	15.000	2	30.000	pasar tradisonal
33	cabe	50.000	2	100.000	pasar tradisonal
34	gula	30.000	4	120.000	pasar tradisonal
35	garam	2.000	5	10.000	pasar tradisonal
36	susu kedelai	25.000	4	100.000	hypermart
total biaya bahan baku (per minggu)				2.438.975	
per tahun = x 12 bulan				117.070.800	

Sumber: *Philanthropy*, Agustus 2017

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak cipta milik Kwik Kian Gie (Sistem Informasi Manajemen) dan diterbitkan oleh Kwik Kian Gie School of Business



I. Sumber Daya Manusia

© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis, Sumber Daya Manusia merupakan salah satu aset yang penting karena manusia merupakan penggerak dalam menjalankan sebuah operasi pekerjaan. Oleh karena itu dalam menjalankan operasinya, *Philanthropy* akan mempekerjakan beberapa karyawan dengan tanggung jawab yang berbeda- beda.

Berikut merupakan rencana penggunaan Sumber Daya Manusia dari *Philanthropy*:

Tabel 2.4

Rencana Sumber Daya Manusia *Philanthropy*

No.	Jabatan	Jumlah
1.	Manajer	1
2.	Juru Masak	2
3.	Juru Minum	1
4.	Petugas Cuci/Kebersihan	1
5.	Kasir	1

Sumber: *Philanthropy*, Agustus 2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.