



BAB II

GAMBARAN PERUSAHAAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2013: 40), pernyataan visi harus dapat menjawab pertanyaan “Kita ingin menjadi seperti apa?”. Visi yang jelas menyediakan suatu fondasi untuk membentuk pernyataan yang komprehensif. Pernyataan visi harus singkat, lebih baik jika hanya 1 kalimat. Sedangkan misi dari sebuah bisnis adalah pernyataan dari sebuah tujuan yang membedakan satu bisnis dengan bisnis serupa lainnya.

Visi dengan kata lain merupakan pemikiran ‘*What we believe we can be*’, berarti Visi merupakan suatu gambaran tentang masa depan tentang seperti apa bisnis yang diidamkan. Visi Ice Shaken Tea adalah mengenalkan budaya minum teh kepada masyarakat dengan cara modern dan bisa digemari semua orang dari segala umur. Sedangkan Misi yaitu ‘*What we believe we can do*’. Misi adalah apa saja hal dan tindakan yang dapat dilakukan untuk mencapai Visi.

Visi dan Misi *Ice Shaken Tea* adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan pelayanan terbaik dan mengesankan untuk setiap pelanggan yang membeli produk *Ice Shaken Tea*.
- b. Konsisten menciptakan produk yang berkualitas dari waktu ke waktu untuk menjaga kepercayaan konsumen.
- c. Berkembang dan menjadi produk unggulan di bidang usaha minuman teh yang digemari masyarakat.
- d. Mempunyai ciri khas dan mempunyai citra yang baik dan diingat masyarakat.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian 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.



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

Tujuan jangka pendek *Ice Shaken Tea* adalah sebagai berikut:

- a. Mencapai target penjualan tiap bulannya.
- b. Membuat setiap konsumen spesial
- c. Menjadi produk yang dikenal di lingkungan Kelapa Gading.

Tujuan jangka panjang *Ice Shaken Tea* adalah sebagai berikut:

- a. Dapat membuka *stand* atau gerai di berbagai pusat perbelanjaan di Jakarta dan sekitarnya.
- b. Pemesanan melalui *online* tiap tahunnya meningkat.
- c. Menciptakan lebih banyak variasi teh dibanding sebelumnya.
- d. Menjadi salah satu *brand* yang dikenal masyarakat dari berbagai kalangan dan umur.

B. Logo Perusahaan

Logo perusahaan adalah sesuatu yang harus dimiliki perusahaan, karena tujuan dari logo perusahaan adalah untuk membedakan produk yang dimiliki dengan perusahaan lain biarpun produk yang ditawarkan sama. Logo perusahaan juga bermanfaat untuk menggambarkan produk atau jasa yang ingin ditawarkan sebuah perusahaan lewat tulisan atau gambar yang ada dalam logo. Penulis menciptakan logo *Ice Shaken Tea* 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.



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

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

Logo perusahaan ini sengaja dibuat secara sederhana, dimana *Shaker* dijadikan logo dengan latar belakang merah putih yang menandakan ini minuman asli Indonesia yang sudah divariasikan dan untuk nama logo *Ice Shaken Tea* dalam bahasa Inggris bila diartikan Teh Kocok, kemudian ada kalimat “*Make Every Tea Special*” ini menjadi komitmen sehingga menjadi minuman kepercayaan masyarakat. Dari logo di atas ingin disampaikan bahwa *Ice Shaken Tea* ini merupakan minuman khas Indonesia yang spesial.

C. Gambaran Sekilas Produk dan Jasa

Produk menurut Kotler dan Armstrong (2011:260) “ *Brand represent consumers perception and feeling about a product and its performance and everything that the product or service means to consumer* “ (Merek merupakan persepsi dan perasaan konsumen tentang produk, kinerja dan arti dari produk itu sendiri di mata konsumen). *Ice Shaken Tea* akan menciptakan citra produk dan pelayanan yang semaksimal mungkin agar mempunyai citra yang baik di mata masyarakat.

Ice Shaken Tea adalah sebuah jenis minuman yang terbuat dari teh yang siap diseduh menggunakan air panas. Kemudian air yang sudah diseduh ini



dicampur dengan *lemonade* dan ditambah dengan es batu kemudian di *shake*.

Minuman ini dinikmati bukan hanya di Indonesia tetapi oleh seluruh masyarakat dunia. Teh Kocok ini sudah ada di beberapa negara juga di Asia khususnya dengan ciri khas negara masing-masing.

Teh sendiri adalah salah satu hasil bumi Indonesia. Teh merupakan minuman yang mengandung kafein, sebuah infusi yang dibuat dengan cara menyeduh daun, pucuk daun, atau tangkai daun yang dikeringkan dari tanaman *Camellia sinensis* dengan air panas. Teh yang berasal dari tanaman teh dibagi menjadi 4 kelompok: teh hitam, teh oolong, teh hijau, dan teh putih. Ditemukan hampir diseluruh tempat, mulai istilah "teh" juga digunakan untuk minuman yang dibuat dari buah, rempah-rempah atau tanaman obat lain yang diseduh, misalnya, teh *rosehip*, *camomile*, *krisan*, dan *Jiaogulan*. Teh yang tidak mengandung daun teh disebut teh herbal.

Ada banyak produk yang menjual teh seduh, Penulis juga pernah menjumpai beberapa minuman teh yang di kocok di pameran tapi berbeda dengan yang penulis tawarkan, karena memiliki bahan yang baik dan berkualitas.

Setiap negara mempunyai hasil buminya sendiri, tidak semua yang ada di Indonesia tentu ada di negara lain begitu pula sebaliknya. Banyaknya permintaan teh di seluruh dunia menyebabkan banyak terjadi ekspor impor untuk perdagangan teh. Ekspor impor teh ini yang menyebabkan beberapa jenis teh yang kita temukan di supermarket dijual dengan harga yang cukup mahal, sedangkan untuk teh lokal harganya sangat terjangkau dan murah.

Teh, biarpun dari dulu dipercayai sebagai bahan minuman yang sehat untuk tubuh, belum pernah dijadikan sebagai minuman utama yang sehat. Penelitian baru-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



baru ini menyebutkan bahwa teh adalah minuman yang harus dikonsumsi secara rutin karena kandungan yang dimiliki teh itu baik dan paling penting adalah alami dan bila dikonsumsi secara rutin akan sangat baik untuk membantu meningkatkan kesehatan tubuh seseorang.

Penulis mengambil kesempatan ini untuk menawarkan produk Teh kocok yang sehat. Proses produksi teh kocok akan dilakukan langsung di *stand* ketika ada konsumen yang memesan, karena teh hanya cukup di-*shake* saja dan sudah siap dinikmati dan juga penulis ingin menjaga kesegaran teh yang akan dikonsumsi. Teh yang sudah di kocok terlalu lama sebelum dikonsumsi mengalami penurunan dalam kesegarannya.

Ice Shaken Tea menawarkan produk yang segar dan mempunyai variasi rasa sesuai dengan teh yang ada dan juga dengan berbagai tambahan *topping* yang membuat cita rasa dalam teh kocok ini.

D. Ukuran Bisnis

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM Bab 1 pasal 1 sebagai berikut:

1. 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 adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang-perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

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

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

4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Batasan usaha mikro, kecil dan menengah menurut Undang-undang No.20/2008 adalah:

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Usaha Mikro

Usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Usaha Kecil

Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang

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.



perorangan 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 memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah

Usaha ekonomi produk yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Sumber: UU No.20 tahun 2008 tentang Kriteria Usaha Mikro Kecil

Berdasarkan pengertian dan kriteria di atas, *Ice Shaken Tea* tergolong ke dalam badan usaha kecil karena kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Tanah dan bangunan

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.



tempat usaha termasuk ke dalam biaya penyewaan *stand* di Mal Artha Gading, Kelapa Gading.

E. Latar Belakang Pemilik

Nama : Willy Setiawan
 Jabatan : Pemilik
 Tempat, Tanggal lahir: Jakarta, 24 November 1995
 Alamat Rumah : Gading Nirwana X Pf 20a
 Telepon : 0878885533999
 E-mail : Willy_4ever41@yahoo.co.id
 Pendidikan Terakhir : Strata Satu Jurusan Administrasi Bisnis

Willy Setiawan adalah seorang mahasiswa semester 8 di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, jurusan Ilmu Administrasi Bisni. Lahir di Jakarta, 24 November 1995, merupakan anak sulung dari empat bersaudara dan berperan sebagai pemilik dari usaha *Ice Shaken Tea*. Willy memulai proses belajar di Kwik Kian Gie *School of Business* pada tahun 2013 dan mempunyai minat pada bidang *entrepreneurship*. Pada waktu SMA, Willy menempuh pendidikan di SMA Marie Joseph yang memiliki tujuan membangun *entrepreneur* muda, maka dari itu *entrepreneurship* sudah menjadi bagian dan tujuan yang memang ingin digeluti sejak menempuh bangku SMA.

Telah memiliki pengalaman sebagai *barista* di salah satu *coffee shop* terkemuka yang ada di dunia *International* yang sudah berjalan selama 7 bulan dan banyak pengalaman yang dipelajari selama bekerja paruh waktu, baik dibidang kopi, teh, dan *management* yang ada di *coffee shop* tersebut. Willy ingin

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian 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.



membangun bisnis yang baru di bidang minuman khususnya teh, dengan pengalaman dan ketrampilan yang dimiliki membuat Willy yakin untuk membangun bisnis ini.

F. Peralatan yang Dibutuhkan

Peralatan adalah segala benda yang digunakan untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan. Perolehan peralatan berasal dari tempat yang berbeda dan harga yang dipilih disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan perusahaan.

Daftar peralatan yang digunakan *Ice Shaken Tea*.

Tabel 2.1
Peralatan *Ice Shaken Tea*

No.	Peralatan	Jumlah (unit)	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)	Pemasok
1	Shaker	4	80.000	320.000	Tokopedia
2	Jug Water Lock & Lock 1.5L	3	57.900	173.700	Pasar Inpres Kelapa Gading
3	Kulkas Sharp	1	2.825.000	2.825.000	Tokopedia
4	Lemari	5	80.000	400.000	Pasar Inpres Kelapa Gading
5	Gelas Pengukur 1liter	2	16.000	32.000	Pasar Inpres Kelapa Gading
6	Box kecil Lock & Lock	5	40.000	200.000	Diamond Mal Artha Gading
7	Box Besar Lock & Lock	2	100.000	200.000	Diamond Mal Artha Gading
8	Cup panas	1200	950	1.440.000	Pasar Senen
10	Tutup Cup panas	1200	300	360.000	Pasar Senen
11	Botol	1200	600	720.000	Pasar Senen
12	Meja Panjang	1	365.000	365.000	Toko Roxy
13	Capitan es batu	2	6.000	12.000	Pasar Inpres Kelapa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



					Gading
14	Dispenser Sanken	1	520.000	520.000	Tokopedia
15	Kursi Lion Star	3	40.000	120.000	Pasar Inpres Kelapa Gading
16	Lemari Plastik	1	689.000	689.000	Tokopedia
17	Wi-Fi Bold	1	250.000	250.000	First Media Kelapa Gading
18	Smartphone Lenovo	1	3.450.000	3.450.000	Enterkomputer Mangga dua
19	Laptop Lenovo	1	1.799.000	1.799.000	ITC Cempaka Mas
20	Lampu philip	4	34.000	136.000	Tokopedia
	Total Peralatan			14.011.700	

Sumber: *Ice Shaken Tea*

Dilihat dari tabel 2.1, peralatan yang dibutuhkan pada awal pembukaan usaha *Ice Shaken Tea* adalah sebesar Rp. 14.011.700,-. Penulis berusaha untuk mencari peralatan dengan harga yang murah tetapi masih mempunyai kualitas yang terjamin sehingga biarpun harganya murah tapi bisa bertahan dalam jangka waktu yang cukup lama.

G. Daftar Perlengkapan Operasional

Dalam menjalankan sebuah bisnis, perlengkapan dibutuhkan untuk menjadi barang pendukung berjalannya operasi bisnis. Perlengkapan adalah barang yang sifatnya bisa habis bila dipakai secara berkala. Perolehan perlengkapan disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan penulis. Perlengkapan yang dibutuhkan untuk *Ice Shaken Tea* pada halaman 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 2.2

Perlengkapan *Ice Shaken Tea*

No.	Perlengkapan	Jumlah (unit)	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)	Pemasok
1	Tisu isi 100	120	30.000	3.600.000	Pasar Impres Kelapa Gading
2	Pulpen FASTER	24	2.000	48.000	Intermedia
3	Buku nota 2 rangkap	24	16.000	384.000	Intermedia
4	Spidol	24	4.000	96.000	Intermedia
5	Mama Lime 600ml	36	20.000	720.000	Pasar Impres Kelapa Gading
6	Sponge cuci piring	20	5.000	100.000	Pasar Impres Kelapa Gading
7	Plastik Alas	3	12.000	36.000	Pasar Impres Kelapa Gading
8	Kantong plastik isi 100 (kecil)	400	20.000	8.000.000	Pasar Impres Kelapa Gading
9	Celemek	4	25.000	100.000	Pasar Impres Kelapa Gading
10	Plastik Sampah besar isi 50	10	50.000	500.000	Pasar Impres Kelapa Gading
11	Sabun cuci tangan Detol 400ml	24	21.000	504.000	Pasar Impres Kelapa Gading
12	Sedotan isi 100	500	15.000	750.000	Pasar Impres Kelapa Gading
13	Sarung Tangan plastik	400	5.000	2.000.000	Pasar Impres Kelapa Gading
14	Tempat Tissue	1	15.000	15.000	Pasar Impres Kelapa Gading
15	Kain Lap	4	6.000	24.000	Pasar Impres Kelapa Gading
16	Ember	1	20.000	20.000	Pasar Impres Kelapa Gading
17	Tempat Sampah	1	20.000	50.000	Pasar Impres Kelapa Gading
18	Sapu	1	15.000	15.000	Pasar Impres Kelapa Gading
19	Pengki	1	15.000	15.000	Pasar Impres Kelapa Gading
20	Mop	1	25.000	15.000	Pasar Impres Kelapa Gading
	Total Perlengkapan			16.950.000	

Sumber: *Ice Shaken Tea*

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.



Pada tabel 2.2, dapat dilihat bahwa kebutuhan perlengkapan *Ice Shaken Tea*

cukup banyak dan total biaya yang diperlukan setiap tahunnya adalah sebesar Rp16.950.000,-.

H. Kebutuhan Bahan Baku

Bahan baku adalah bahan yang digunakan dalam membuat produk di mana bahan tersebut secara menyeluruh tampak pada produk jadinya (atau merupakan bagian terbesar dari bentuk barang). Daftar bahan baku yang dibutuhkan untuk proses produksi *Ice Shaken Tea*:

Tabel 2.3
Bahan Baku *Ice Shaken Tea*

No	Bahan Baku	Jumlah (unit)	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)	Pemasok
1	Black Tea / Dus	98	1.500	147.000	Pasar Tradisional Jembatan 2
2	Green Tea / Dus	98	1.500	147.000	Pasar Tradisional Jembatan 2
3	Passion Tea / Dus	98	1.500	147.000	Pasar Tradisional Kelapa Gading
4	Mind Blend Tea / Dus	185	2.000	370.000	Pasar Tradisional Jembatan 2
5	Mint Citrus Tea / Dus	185	2.000	370.000	Pasar Tradisional Jembatan 2
6	Early Grey Tea / Dus	185	2.000	370.000	Pasar Tradisional Jembatan 2
7	Chai Tea / Dus	185	2.000	370.000	Pasar Tradisional Jembatan 2
8	Lemonade / Dus	250	23.000	575.000	Pasar Tradisional Jembatan 2
9	Susu Kental manis / kaleng	80	8.000	640.000	Pasar Tradisional Jembatan 2
10	Jelly / kg	100	30.000	3.000.000	Pasar Koja
11	Es Batu / kg	585	2.000	1.170.000	Jualao
12	Bubble/ Kg	100	35.000	3.500.000	Pasar Koja
13	Galon Aqua	55	35.000	1.925.000	Toko Novita
	Total per bulan			12.731.000	
	Total per tahun			152.772.000	

Sumber: *Ice Shaken Tea*

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

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



Pada tabel 2.3, penulis memastikan bahwa bahan baku yang dibeli merupakan bahan baku yang berkualitas. Total bahan baku perbulannya sebesar Rp 12.731.000 dan bila dijumlahkan dalam satu tahun menjadi sebesar Rp 152.772.000. Harga bahan baku sewaktu-waktu akan berubah disesuaikan dengan perekonomian Indonesia seperti bila terjadi kenaikan BBM atau inflasi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian 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.