

BAB II

GAMBARAN USAHA

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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:

- Berorientasi pada masa depan;
- Tidak dibuat berdasarkan kondisi atau tren saat ini;
- Mengekspresikan kreativitas;
- Mempunyai harapan standar yang tinggi, idea, serta harapan tinggi bagi karyawan;
- 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 Ropang PIK adalah menjadi cafe yang memberikan cita rasa makanan yang 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):

- a. Tidak mencantumkan nilai atau jumlah tertentu.
- b. Kurang dari 250 kata.
- c. Menginspirasi.
- d. Mampu mengidentifikasi fungsi dari produk perusahaan.
- e. Menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial.
- f. Menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab lingkungan.
- g. Meliputi Sembilan komponen: pelanggan, produk dan atau jasa, pasar, teknologi, fokus pada peningkatan laba, filosofi, *self-concept*, peduli terhadap pandangan masyarakat, peduli terhadap pekerja.
- h. Mendamaikan.
- i. Dipakai jangka panjang.

Manfaat yang didapat oleh perusahaan melalui misi, diantaranya adalah:



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- 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 Ropang PIK:

- 1) Memberikan pelayanan yang cepat dan memuaskan.
- 2) Memberikan berbagai informasi inovasi terbaru dari menu dan promo dari Ropang PIK

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

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.

terdiri dari dua jenis yaitu tujuan jangka pendek (*short-term objectives*) dan tujuan jangka panjang (*long-term objectives*)

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 terlalu tinggi dan berkhayal.



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 dari Ropang PIK adalah pengusaha kuliner yang memberikan cita rasa makanan dan minuman yang unik dibandingkan dengan pengusaha ropang lainnya. Sedangkan tujuan jangka panjang Ropang PIK adalah menjadi pengusaha kuliner yang terus berinovasi untuk memberikan kualitas terbaik dan tingkat kepuasan yang tinggi bagi para konsumen.

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 dari Ropang PIK:



Gambar 2.1
Logo Ropang PIK



© 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.

Sumber : Ropang PIK, Mei 2016

Gambar 2.1 merupakan logo perusahaan Ropang PIK. Pada logo usaha Ropang PIK terdapat dua unsur yaitu refleksi sepasang muka yang berhadapan, dimana refleksi tersebut secara tidak sengaja membentuk roti tawar yang tergigit tampak pada tengah logo. Gambar roti tersebut merupakan lambang atau produk utama yang dijual oleh Ropang PIK dan sesuai dengan nama usaha yang digunakan. Pada logo usaha Ropang PIK digunakan warna merah, dimana warna merah menurut kepercayaan warga Tiong hoa menggambarkan keadaan yang cerah, terang, ceria, kegembiraan dan kecerahan dalam kehidupan. Warna merah juga dipercaya membawa tuah dan kecermelangan dalam hidup. Oleh karena itu dengan warna merah diharapkan usaha Ropang PIK dapat berjalan dengan penuh kelancaran dan kecermelangan dalam berkarya.

C. Gambaran Sekilas Produk

C Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Ropang PIK merupakan satu-satunya *cafe* yang berlokasi di Food Plaza PIK yang menawarkan makanan berupa roti panggang dengan berbagai varian topping yang menarik. Ropang PIK sendiri merupakan *cafe* yang dibuat berdasarkan konsep makanan sederhana yang dikembangkan dengan cita rasa yang lebih berkkelas. Kelebihan yang ditawarkan oleh Ropang PIK yang tidak dihadirkan oleh pesaing adalah:

- a. Ropang PIK memiliki berbagai promosi menarik kepada konsumen yang berbeda dari hari senin sampai dengan hari minggu. Ropang PIK juga sering menawarkan tantangan menarik kepada konsumen, dimana konsumen yang berhasil memenangkan tantangan berhak mendapatkan penawaran/hadiah dari Ropang PIK. Segala informasi mengenai promosi dan tantangan tersebut dapat diakses melalui instagram resmi Ropang PIK. Contoh promosinya adalah seperti bagi konsumen yang membeli minimal tiga roti panggang manis *ovomaltine* akan diberikan *free* satu *ice cappucino*.
- b. Ropang PIK juga menawarkan berbagai inovasi menu makanan yang unik dan kreatif sehingga memunculkan rasa penasaran dibenak konsumen. Ropang PIK juga senantiasa untuk terus mencoba mengeluarkan menu baru dan informasi tersebut akan diunggah di akun resmi instagram Ropang PIK yakni @Ropang_PIK.

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.



D. Jenis Usaha

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan definisi diatas maka Ropang PIK 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) 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.

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.



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 atau 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 sebagai 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



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.

- 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 15 April 2016)

Berdasarkan kriteria diatas, maka Ropang PIK 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 Ropang PIK. Berikut adalah rincian peralatan yang dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 2.1

Daftar Peralatan Ropang PIK

No.	Peralatan	Harga (dalam Rupiah)	Unit	Total Harga	Pemasok
			(Buah)	(dalam Rupiah)	



1.	kompas gas rinai RI-522E 2 tungku	289.000	2	Rp578.000	tokopedia.com
2.	gunting serba guna	14.900	2	Rp29.800	IKEA
3.	pisau set vicenza	109.991	1	Rp109.991	tokopedia.com
4.	talenan kayu	11.000	2	Rp22.000	tokopedia.com
5.	regulator gas tabung 3kg	88.500	4	Rp354.000	tokopedia.com
6.	kulkas lemari es 2 pintu	2.250.000	1	Rp2.250.000	tokopedia.com
7.	tempat pengering	199.000	1	Rp199.000	IKEA
8.	tong sampah berpedal	119.000	1	Rp119.000	IKEA
9.	tatakan panci	79.900	1	Rp79.900	IKEA
10.	stoples dengan penutup	19.900	4	Rp79.600	IKEA
11.	mesin pemanggang / toaster	1.400.000	1	Rp1.400.000	tokopedia.com
12.	meja yang dapat dipanjangkan	2.999.000	2	Rp5.998.000	IKEA
13.	tempat minyak	55.000	1	Rp55.000	tokopedia.com
14.	wastafel	540.000	1	Rp540.000	tokopedia.com
15.	pompa galon elektrik	59.900	1	Rp59.900	tokopedia.com
16.	blender 3 in 1	150.000	1	Rp150.000	tokopedia.com
17.	alat penyerut es	169.000	1	Rp169.000	tokopedia.com
18.	rak besi	550.000	1	Rp550.000	tokopedia.com
19.	meja tulis kantor mp-120 + 3 laci	1.340.000	1	Rp1.340.000	tokopedia.com
20.	kursi plastik	130.000	1	Rp130.000	tokopedia.com
21.	kipas angin	115.000	1	Rp115.000	tokopedia.com
22.	2 bagian rak	2.396.000	1	Rp2.396.000	IKEA
total peralatan (per bulan)				Rp16.724.191	

Sumber: Ropang PIK, Mei 2016

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 Ropang PIK :

Tabel 2.2

Daftar Perlengkapan Ropang PIK



No.	Perlengkapan	Harga (dalam Rupiah)	Unit	Total Harga	Pemasok
			(Buah)	(dalam Rupiah)	
1.	sumpit bambu (@15 pieces)	4500	500	Rp2.250.000	tokopedia.com
2.	tabung gas 3kg + isi	125000	16	Rp2.000.000	olx.com
3.	kantong sampah @8 pieces	59000	4	Rp236.000	IKEA
4.	mama lemon 800 ml	11645	6	Rp69.870	hypermart
5.	busa cuci piring 1 ls	2200	5	Rp11.000	tokopedia.com
6.	poti kontan	3900	15	Rp58.500	bukalapak.com
7.	aqua galon 19ltr	15000	10	Rp150.000	toko achan
8.	spatula	89.900	4	Rp359.600	IKEA
9.	paket 3 wajan, frying& sauce pan	90.000	3	Rp270.000	tokopedia.com
10.	lap dapur @4 pieces	39.900	1	Rp39.900	IKEA
11.	mangkok makan	22.500	20	Rp450.000	IKEA
12.	garpu makan 1 lusin	20.000	10	Rp200.000	tokopedia.com
13.	tempat makanan	39.900	4	Rp159.600	IKEA
14.	piring plastik	4.500	120	Rp540.000	tokopedia.com
15.	sendok plastik (@50 pieces)	16.500	100	Rp1.650.000	tokopedia.com
total perlengkapan (per bulan)				Rp8.444.470	
per tahun= total biaya x 12 bulan				Rp101.333.640	

Sumber: Ropang PIK, Mei 2016

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 Ropang PIK :

Tabel 2.3

Daftar Bahan Baku Ropang PIK

No	Bahan Baku	Harga (dalam Rupiah)	Unit	Total Harga	Pemasok
			(Buah)	(dalam	



				Rupiah)	
1	minyak goreng filma 5 ltr	77000	4	Rp308.000	hypermart
2	blue band tin 2kg	91700	5	Rp458.500	hypermart
3	nestle milo balls 330gr	40625	6	Rp243.750	hypermart
4	coco crunch 330gr	37825	6	Rp226.950	hypermart
5	corn flakes 275gr	28850	6	Rp173.100	hypermart
6	nestle honey stars 150gr	23625	6	Rp141.750	hypermart
7	oreo biscuit rolls 274gr	12700	12	Rp152.400	hypermart
8	quaker oats instant 800 gr	41325	10	Rp413.250	hypermart
9	bendera skm putih gold 370gr	13300	13	Rp172.900	hypermart
10	bendera skm ckt 220gr	7875	8	Rp63.000	hypermart
11	milo 800 gr	72625	8	Rp581.000	hypermart
12	mariza jam srikaya 350 gr	20100	7	Rp140.700	hypermart
13	ceres 90 gr	9825	8	Rp78.600	hypermart
14	morin stroberi jam 330 gr	27250	8	Rp218.000	hypermart
15	cheddar cheese spread 240gr	29625	8	Rp237.000	hypermart
16	mariza blueberry jam 350gr	20800	10	Rp208.000	hypermart
17	madurasa premium 650 ml	121025	12	Rp1.452.300	hypermart
18	skippy pb creamy 350 gr	49225	8	Rp393.800	hypermart
19	smucker redrasberry 340 gr	60100	7	Rp420.700	hypermart
20	smucker apricot 340gr	52215	7	Rp365.505	hypermart
21	nutella 750 gr	115125	10	Rp1.151.250	hypermart
22	ovomaltine 400 gr	55000	12	Rp660.000	mataharimall.com
23	pronas 340gr	20840	12	Rp250.080	hypermart
24	kernel gold corn 432gr	22600	14	Rp316.400	hypermart
25	telur ayam @10 pieces	21500	40	Rp860.000	hypermart
26	kraft cheese 2kg	205000	13	Rp2.665.000	hypermart
27	wheat bread (@8 pieces)	12000	84	Rp1.008.000	aj bakery
28	wilmond mandarin orange 312gr	16000	8	Rp128.000	hypermart
29	wilmond peach 825gr	58000	8	Rp464.000	hypermart
30	sosro the asli	18000	8	Rp144.000	hypermart
31	indocafe cappucino	89200	8	Rp713.600	hypermart
32	marjan orange 500 ml	10000	8	Rp80.000	hypermart
33	sarang tawon mqs. 500 ml	16000	8	Rp128.000	hypermart
34	marjan fruit punch 500 ml	21000	8	Rp168.000	hypermart
35	lychee in syrup 565gr	28000	8	Rp224.000	hypermart
36	wilmond longan 565	42000	8	Rp336.000	hypermart
total biaya bahan baku (per bulan)				Rp15.745.535	

1. Ditanya 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.



per tahun = x 12 bulan	Rp188.946.420
------------------------	---------------

Sumber: Ropang PIK, Mei 2016

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

I. Sumber Daya Manusia

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, Ropang PIK akan mempekerjakan beberapa karyawan dengan tanggung jawab yang berbeda- beda.

Berikut merupakan rencana penggunaan Sumber Daya Manusia dari Ropang PIK :

Tabel 2.4

Rencana Sumber Daya Manusia Ropang PIK

No.	Jabatan	Jumlah
1.	Manajer	1
2.	Juru Masak	2
3.	Juru kebersihan	1
4.	Pramusaji	2
5.	Asisten Masak	1

Sumber: Ropang PIK, Mei 2016

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.