



BAB II

GAMBARAN USAHA

Sebagai perusahaan yang akan atau baru berkembang, tentunya sudah menjadi sebuah keharusan bagi pelaku usaha dalam membuat perencanaan bisnis yang jelas, terukur, dan mendetil. Dalam penyusunan perencanaan, segala sesuatunya perlu disiapkan dan dipertimbangkan dengan matang sehingga pelaku usaha dapat mengetahui besaran perusahaan serta seberapa besar investasi bisnis yang diperlukan untuk menjalankan usaha tersebut. Dengan membuat perencanaan tentang gambaran usaha, pelaku usaha dapat mengetahui skala usaha yang sesuai bagi perusahaan. Berdasarkan pada pemaparan gambaran usaha, pelaku usaha juga dapat mengetahui apakah perusahaan yang akan dirintis tersebut layak dijalankan atau tidak.

A. Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan

1. Visi

Visi yang telah dirumuskan dan dijalankan oleh organisasi merupakan gambaran masa depan dari organisasi tersebut yang dinyatakan dengan singkat dan jelas. Menurut David (2014:171), visi adalah pernyataan terhadap cita-cita perusahaan. Syarat yang dianjurkan dalam menentukan visi adalah singkat dan dianjurkan menggunakan hanya satu kalimat. Pernyataan visi yang jelas dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan misi yang mendalam.

Dalam skala perusahaan besar maupun kecil, visi merupakan sebuah fondasi perusahaan dan perannya menjadi begitu penting. Dengan pernyataan visi yang jelas, tentunya seluruh bagian dari organisasi akan mengetahui kemana roda perusahaan akan berjalan dan apa tujuannya yang akan dicapai perusahaan dalam periode jangka



pendek maupun jangka panjang. Dalam membangun visi yang baik dan jelas, ada beberapa persyaratan yang perlu dipenuhi, antara lain:

- a. Berorientasi pada masa depan.
- b. Tidak dibuat berdasarkan kondisi atau tren saat ini.
- c. Mengekspresikan kreativitas.
- d. Mempunyai standar yang tinggi, ideal, serta harapan bagi karyawan.
- e. Menggambarkan keunikan bisnis dalam kompetisi

Visi dari *Pasta Belanga* adalah “Menjadi icon kuliner khas nusantara dalam skala nasional maupun internasional yang berwawasan lingkungan dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan”.

2. Misi

Misi merupakan serangkaian pernyataan yang perlu dilakukan oleh organisasi dalam mencapai tujuan yang telah dirumuskan dalam visi perusahaan. David (2014:171) melalui bukunya juga menyatakan bahwa pernyataan misi akan mengidentifikasi jalannya operasional suatu organisasi. Serangkaian pernyataan misi yang dibuat dengan jelas mampu mendeskripsikan nilai-nilai dan prioritas dari suatu organisasi serta mampu menggambarkan bidang bisnis yang sedang dijalankan saat ini.

Pernyataan misi dari suatu organisasi dapat menjelaskan perbedaan cara atau langkah yang dilakukan oleh organisasi tersebut dengan kompetitor sejenis. Melalui pernyataan misi, perusahaan dapat menjelaskan mengapa organisasi tersebut lahir, apa saja rangkaian tugas yang perlu dilakukan oleh organisasi, bagaimana cara menggapai tujuan dari visi perusahaan, serta mampu membawa perusahaan kepada suatu fokus. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam merancang misi yang efektif bagi perusahaan yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dimiliki 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.



- a. Produk barang atau jasa yang merupakan produk utama yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen.
- b. Konsep diri perusahaan yang membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya yang sejenis.
- c. Pasar secara geografis yang menjadi wilayah perusahaan berkompetisi.
- d. Teknologi yang digunakan perusahaan.
- e. Perhatian untuk keberlangsungan hidup perusahaan.
- f. Filosofi yang merupakan landasan kepercayaan dan etika perusahaan.
- g. Pembeli yang merupakan pelanggan dari perusahaan.
- h. Perhatian untuk citra umum perusahaan di mata masyarakat.
- i. Perhatian kepada kesejahteraan sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Misi *Pasta Belanga* yang telah dirumuskan dalam menjawab visi perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Menciptakan produk bercita rasa tinggi dengan kreativitas serta inovasi anak bangsa.
- b. Memperkenalkan citra rasa budaya Indonesia ke taraf nasional dan juga internasional
- c. Menjadi bermanfaat bagi masyarakat Indonesia.

Hal ini dapat dilakukan melalui program peningkatan taraf hidup petani rempah – rempah oleh perusahaan pada jangka panjang kedepannya. Dalam hal ini yang dapat dilakukan penulis dalam meningkatkan taraf hidup para petani rempah – rempah dengan membeli bahan mentah tersebut dengan harga yang pantas. Dengan demikian hal itu berdampak pada terciptanya produk berkualitas melalui bahan yang berkualitas untuk para konsumen.

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. Tujuan Perusahaan

Tujuan merupakan hasil akhir yang ingin dicapai individu ataupun kelompok yang sedang bekerja, atau secara ideal, tujuan merupakan hasil yang diharapkan menurut nilai orang-orang. Segala tujuan yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan tentunya harus dirancang secara ideal, dianalisa, dan dikomunikasikan kepada seluruh jajaran perusahaan. Alat yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menciptakan perencanaan tujuan yang ideal adalah dengan menggunakan analisis SMART yang akan dijelaskan dibawah:

a. *Specific*

Sasaran atau tujuan yang ditetapkan harus dapat dengan jelas dideskripsikan. Sebagai contoh jika tujuan dari suatu usaha pasta adalah meningkatkan penetrasi pasar regionalnya, perusahaan perlu mendeskripsikan lebih spesifik kembali regional mana dan siapa target yang akan dituju. Contoh yang lebih tepat adalah peningkatan penetrasi pasar regional Jakarta Pusat dengan demografis penduduk menengah keatas. Jika tujuan dapat dideskripsikan dengan jelas dan mendetail, maka perencanaan akan dapat dengan jelas dipahami oleh seluruh jajaran perusahaan.

a. *Measurable*

Sasaran atau tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan harus dapat terukur dengan jelas. Perusahaan harus menggunakan parameter yang valid dalam mengukur kesuksesan sebuah tujuan. Parameter yang dapat digunakan dalam mengukur dapat berbagai macam, jangka waktu, persentase data, kualitas yang berbanding kepada kepuasan, uang, dan atau ukuran lainnya sesuai dengan kebutuhan. Seperti pada contoh sebelumnya, kesuksesan sebuah usaha pasta dalam meningkatkan penetrasi pasar pada regional Jakarta Pusat dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Himpunan IBI KIKG (Institusi 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.



digambarkan melalui persentase data penjualan yang meningkat atau berdasarkan pada penghasilan yang diterima perusahaan.

C

Aggressive

Tujuan yang ditentukan oleh perusahaan harus menantang atau challenging, artinya tidak mudah untuk dicapai oleh perusahaan dengan periode waktu yang relatif sangat singkat. Sebagai contoh penetrasi pasar yang dilakukan oleh usaha pasta tentunya bisa gagal atau berhasil tergantung pada insentif dan komunikasi yang efektif kepada pelanggan. Hal tersebut membuktikan bahwa penetrasi pasar tentunya tidak mudah dilakukan bagi sebagian banyak perusahaan, diperlukan kerja keras dan proses yang cukup panjang.

Realistic

Tujuan yang ditentukan oleh perusahaan harus realistis yang artinya dapat direalisasikan atau diwujudkan dengan nyata. Contoh jika usaha pasta yang baru berdiri selama 1 tahun memiliki tujuan dalam menguasai pasar pasta di regional Jakarta Pusat. Hal tersebut sangat tidak mungkin dilakukan mengingat banyaknya *restaurant* serta *booth* pasta yang berada di Jakarta Pusat. Menguasai pasar pasta sangat tidak mungkin dilakukan dikarenakan beragamnya selera serta kebutuhan dari setiap orang yang berbeda-beda.

Time-bound

Demi mencapai tujuan yang ideal, maka perusahaan perlu menetapkan periode waktu yang pasti dalam penyelesaian tujuan perusahaan, misalnya 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, atau bahkan 1 tahun. Usaha pasta yang ingin melakukan peningkatan penetrasi pasar memiliki tenggang waktu selama 6 bulan dalam menjalankan programnya secara merata dan menyeluruh di regional Jakarta Pusat.

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.



B. Logo Perusahaan

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. Logo lebih lazim dikenal oleh penglihatan atau visual, seperti ciri khas berupa warna dan bentuk logo tersebut.

Gambar 2.1
Logo Pasta Belanga



Sumber : *Pasta Belanga*

C. Gambaran Sekilas Produk

Produk menurut Kotler dan Amstrong (2012:248) adalah : *“Anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need”*.

Produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Artinya produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan

ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Pasta menjadi salah satu jajanan kuliner yang digemari oleh anak muda saat ini, terlihat dari ramainya kunjungan di salah satu restoran pasta yang didominasi oleh anak muda, mungkin karena makanan ini yang berasal dari Eropa sehingga mempunyai gengsi yang cukup tinggi bagi setiap individu tersebut. Tren pasta yang sudah menyebar dikalangan masyarakat kini diprediksi akan terus berkembang dimasa mendatang dengan semakin banyaknya varian pasta dan bumbu yang ditampilkan untuk menarik minat konsumen.

Maka dari itu kami membuat varian bumbu masakan khas nusantara yang dapat dipadukan dengan berbagai macam pasta beserta *topping*-nya sebagai suatu inovasi baru yang belum pernah ada sebelumnya. Selain itu kami akan menampilkan konsep kedai yang unik sehingga dapat menarik minat pembeli dan membuat mereka ingin merasakan produk yang dijual serta merasakan keunikannya. Ditambah saat mereka merasakan produknya yang lezat, mereka akan berpikiran untuk melakukan pembelian ulang.

D. Jenis dan Ukuran Usaha

1. Jenis Usaha

Berikut adalah beberapa jenis bentuk badan usaha yang umum digunakan oleh perusahaan :

a. Perusahaan Perseorangan

Perusahaan yang dimiliki, dikelola, dan dipimpin seseorang yang bertanggung jawab penuh terhadap semua risiko dan aktivitas perusahaan. Tidak ada pemisahan modal antara kekayaan pribadi dan kekayaan perusahaan.

(1) Kelebihan dari perusahaan perseorangan:





- (a) Pemilik bebas mengambil keputusan;
- (b) Seluruh keuntungan perusahaan menjadi hak pemilik perusahaan;
- (c) Rahasia perusahaan terjamin;
- (d) Pemilik lebih giat berusaha;

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- (2) Kelemahan dari perusahaan perseorangan
 - (a) Tanggung jawab pemilik tidak terbatas;
 - (b) Sumber keuangan perusahaan terbatas;
 - (c) Kelangsungan hidup perusahaan kurang terjamin;
 - (d) Seluruh aktivitas manajemen dilakukan sendiri sehingga pengelolaan manajemen menjadi kompleks.

b) Firma

Persekutuan antara dua orang atau lebih yang bersama-sama melaksanakan usaha. Pada umumnya, firma dibentuk orang-orang yang memiliki keahlian atau profesi yang sama dan tanggung jawab masing - masing anggota tidak terbatas, laba ataupun kerugian akan ditanggung bersama.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- (1) Kelebihan dari Firma
 - (a) Kemampuan manajemen lebih besar karena ada pembagian kerja di antara para anggota;
 - (b) Pendiriannya relatif mudah, baik dengan akta maupun tidak memerlukan akta pendirian;
 - (c) Kebutuhan modal lebih mudah terpenuhi.
- (2) Kelemahan dari Firma
 - (a) Tanggung jawab pemilik tidak terbatas;

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.



- (b) Kerugian yang disebabkan seseorang anggota harus ditanggung bersama anggota lainnya;
- (c) Kelangsungan hidup perusahaan tidak menentu.

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

Perseroan Komanditer (Commanditer Vennootschap)

Bentuk perjanjian kerja sama berusaha bersama antara dua orang atau dengan akta otentik sebagai akta pendirian yang dibuat di hadapan notaris yang berwenang. Para pendiri terdiri atas persero aktif dan persero pasif. Hal yang membedakan antara kedua persero itu adalah tanggung jawabnya dalam perseroan. Persero aktif adalah orang yang aktif menjalankan dan mengelola perusahaan, termasuk bertanggung jawab penuh atas kekayaan pribadinya. Persero pasif adalah orang yang hanya bertanggung jawab sebatas uang yang disetor dalam perusahaan, tanpa melibatkan harta dan kekayaan pribadinya.

(1) Kelebihan dari Perseroan Komanditer:

- (a) Kemampuan manajemen menjadi lebih besar;
- (b) Proses pendiriannya relatif mudah;
- (c) Modal yang dikumpulkan bisa lebih besar;
- (d) Mudah memperoleh kredit;

(2) Kelemahan dari Perseroan Komanditer:

- (a) Sebagian sekutu yang menjadi persero aktif memiliki tanggung jawab tidak terbatas;
- (b) Sulit untuk menarik kembali modalnya;
- (c) Kelangsungan hidup perusahaan tidak menentu.

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.



d. Perseroan Terbatas (PT)

Ⓒ Suatu badan usaha yang mempunyai kekayaan, hak, serta kewajiban sendiri, yang terpisah dari kekayaan, hak, serta kewajiban para pendiri maupun pemilik. Berbeda dengan bentuk usaha lainnya. Perseroan Terbatas mempunyai kelangsungan hidup yang lebih panjang karena perusahaan akan tetap berjalan meskipun pendiri atau pemiliknya meninggal dunia.

Tanda keikutsertaan seseorang sebagai pemilik adalah saham yang dimilikinya. Semakin besar saham yang dimiliki seseorang, semakin besar pula peran dan kedudukannya sebagai pemilik perusahaan yang menerbitkan saham tersebut.

Tanggung jawab seorang pemegang saham terhadap pihak ke tiga terbatas pada modal sahamnya. Dengan kata lain, tanggung jawab pemilik terhadap kewajiban-kewajiban finansial perusahaan ditentukan oleh besarnya modal yang diikutsertakan pada perseroan.

(1) Kelebihan dari Perseroan Terbatas:

- (a) Kelangsungan hidup perusahaan terjamin;
- (b) Terbatasnya tanggung jawab, sehingga tidak menimbulkan resiko bagi kekayaan pribadi maupun kekayaan keluarga pemilik;
- (c) Saham dapat diperjualbelikan dengan relatif mudah;
- (d) Kebutuhan modal lebih besar akan terpenuhi dan memungkinkan perluasan usaha;
- (e) Pengelolaan perusahaan dapat dilakukan lebih efisien.

(2) Kelemahan dari Perseroan Terbatas

- (a) Biaya pendiriannya relatif mahal;
- (b) Rahasia tidak terjamin;

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.



- (c) Kurangnya hubungan yang efektif antara pemegang saham.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

Semua perusahaan dalam bentuk apapun dan bergerak dalam bidang usaha apapun yang sebagian atau seluruh modalnya merupakan kekayaan negara, kecuali jika ditentukan lain berdasarkan undang-undang. Ciri-ciri dari BUMN antara lain adalah:

- (1) Tujuan utama usaha adalah melayani kepentingan umum sekaligus untuk mencari keuntungan;
- (2) Berstatus badan hukum dan diatur berdasarkan undang-undang;
- (3) Pada umumnya bergerak pada bidang jasa-jasa vital;
- (4) Mempunyai nama dan kekayaan sendiri serta bebas bergerak untuk mengikat suatu perjanjian, serta hubungan-hubungan dengan pihak lain;
- (5) Dapat dituntut dan menuntut, sesuai dengan ayat dan pasal dalam hukum perdata;
- (6) Seluruh atau sebagian modalnya dimiliki negara serta dapat memperoleh dana dari pinjaman dalam dan luar negeri atau dari masyarakat dalam bentuk obligasi;
- (7) Pada prinsipnya secara finansial harus dapat berdiri sendiri;
- (8) Setiap tahun perusahaan menyusun laporan tahunan yang memuat neraca dan laporan laba-rugi untuk disampaikan kepada yang berkepentingan.

Koperasi

Suatu bentuk badan dan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi yang melandaskan kegiatannya pada prinsip koperasi

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.



sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan azas kekeluargaan.

C Ciri-ciri dari koperasi antara lain adalah:

- (1) Lebih mementingkan keanggotaan dan sifat persamaan;
- (2) Anggota-anggotanya bebas keluar-masuk;
- (3) Menjalankan usaha untuk kesejahteraan anggota;
- (4) Didirikan secara tertulis dengan akta pendirian dari notaris;
- (5) Tanggung jawab kelancaran usaha koperasi berada di tangan pengurus;
- (6) Para anggota bertanggung jawab atas hutang-hutang koperasi terhadap pihak lain;

Jenis usaha yang akan digunakan oleh *Pasta Belanga* adalah Persekutuan Komanditer (CV). Hal ini disebabkan kontrak kerjasama yang dilakukan oleh *Pasta Belanga* tidak melibatkan distributor dengan skala perusahaan yang cukup besar seperti pasar swalayan, sehingga legalitas badan usaha yang diperlukan sebagai jaminan bahwa *Pasta Belanga* merupakan perusahaan yang kredibel cukup badan usaha berbentuk CV ataupun perseorangan.

2. Ukuran Usaha

Penentuan ukuran usaha merupakan masalah umum yang timbul bagi pelaku usaha pada saat perusahaan akan dibentuk. Berdasarkan besaran skala perusahaan, masih sering dijumpai pelaku usaha yang kerap bimbang dalam memutuskan ukuran bisnis yang akan dipilih. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), uraian usaha adalah sebagai berikut:

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.



a. Usaha Mikro usaha produktif untuk orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur Undang-Undang ini.

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

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.

Berdasarkan definisi sebelumnya, berikut adalah kriteria dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, antara lain:

Usaha Mikro

- (1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- (2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,-(tiga ratus juta rupiah).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institit 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.



b. Usaha Kecil

- C** (1) 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
- (2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,- (dua miliar lima ratus juta rupiah).

C. Usaha Menengah

- (1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp 10.000.000.000,- (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- (2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,- (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,- (lima puluh miliar rupiah).

Berdasarkan pada uraian di atas, usaha *Pasta Belanga* masuk ke dalam golongan usaha kecil karena total aset yang dimiliki adalah sebesar Rp.263.768.769,- (dua ratus enam puluh tiga juta tujuh ratus enam puluh delapan ribu tujuh ratus enam puluh sembilan rupiah).

E. Latar Belakang Pemilik dan Alamat Perusahaan

Fadhel Zarmen Tanjung lahir di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1993, pendiri *Pasta Belanga* ini bercita-cita membangun sebuah usaha yang *sustainable*, yang bertahan dalam segala kondisi dan cuaca perbisnisan di Indonesia, salah satunya merupakan bisnis makanan yang merupakan kebutuhan dari semua orang. Selain kebutuhan utama,



makanan juga tergolong unik karena beberapa produk makanan memiliki unsur estetika yang memberikan nilai tambah pada produk tersebut sehingga dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi. Karena itu cita – cita tersebut dapat diwujudkan dengan berbekal pengetahuan secara teori maupun praktek.

Selain menempuh pendidikan formal di Kwik Kian Gie School of Business, penulis juga mendapatkan teori, informasi dan pembelajaran yang berhubungan dengan aktivitas dalam menciptakan dan membangun sebuah bisnis. Disamping itu pengetahuan yang bersifat praktik atau informal sebagian besar telah didapatkan calon lulusan strata 1 jurusan Ilmu Administrasi Bisnis ini dari pengalaman membantu usaha orang tua yang berprofesi sebagai wirausaha. Salah satu unsur yang membuat pemilik ingin menciptakan *Pasta Belanga* adalah karena ingin menciptakan suatu produk unik yang memiliki varian rasa lezat serta dapat dikonsumsi oleh orang banyak. Usaha *Pasta Belanga* sendiri merupakan usaha yang dilakukan dengan menggunakan gerobak yang menyasar pusat keramaian kota wilayah DKI Jakarta khususnya di wilayah Jakarta Pusat dan Jakarta Timur.

F. Identitas Pemilik Perusahaan

Nama	: Fadhel Zarmen Tanjung
Tempat, Tanggal Lahir	: Jakarta, 7 Mei 1993
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Alamat	: Jl. Pramuka sari III RT002/08 no.Pav8
Email	: fadhel.zarmen@ymail.com
Pendidikan Terakhir	: Calon strata satu Ilmu Administrasi Bisnis Kwik Kian Gie School of Business.



Bentuk Badan Hukum : Persekutuan Komanditer



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

G. Peralatan yang dibutuhkan

Peralatan adalah segala macam benda yang digunakan untuk mendukung suatu usaha dan memiliki nilai ekonomis lebih dari satu tahun. Sedangkan perlengkapan adalah segala macam benda yang mendukung kegiatan suatu usaha, namun dapat habis setelah masa pakai selesai. Dalam usaha mendirikan *Pasta Belanga*, terdapat beberapa peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan dalam menunjang kegiatan operasional perusahaan.

Bahan baku merupakan barang-barang yang digunakan dalam proses produksi. Pemilihan bahan baku guna operasional merupakan hal yang sangat penting karena akan berpengaruh pada hasil produk akhir pasta. Berikut pada Tabel 2.1 hingga Tabel 2.3 merupakan deskripsi peralatan, perlengkapan, dan bahan baku yang akan digunakan oleh *Pasta Belanga*:

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
Peralatan Pasta Belanga (dalam Rupiah)

Biaya Peralatan Operasional				
	Nama Peralatan	Unit	Harga	Total
1	Gerobak	3	5,000,000	15,000,000
2	Dandang air kecil	12	250,000	3,000,000
4	Kompas gas api besar	3	250,000	750,000
5	Selang gas regulator	3	75,000	225,000
6	Ice box	3	300,000	900,000
12	Panci	6	150,000	900,000
13	Timbangan digital	3	300,000	900,000
15	Sepeda Motor	1	10,000,000	10,000,000
16	Modem Bolt 4G	1	345,000	345,000
Total				32,020,000

Sumber: *Pasta Belanga*

Tabel 2.2
Perlengkapan Pasta Belanga (dalam Rupiah)

Biaya Perlengkapan Operasional				
No	Nama Perlengkapan	Unit	Harga	Total
1	Gas	24	30,000	720,000
2	Sarung tangan plastik	12	15,000	180,000
3	Kemasan	5400	1,050	5,670,000
4	Garpu	5400	150	810,000
5	Tisu	5400	10	54,000
6	Plastik kresek	5400	30	162,000
7	Garbage bag	72	300	21,600
8	Peniris Mie/Pasta	9	40,000	360,000
9	Wadah bumbu	9	30,000	270,000
10	Wadah topping	9	10,000	90,000
11	Wadah Keju	3	10,000	30,000
12	Wadah daun peterseli	3	10,000	30,000
13	Botol Sauce	6	10,000	60,000
14	Spatula	9	30,000	270,000
Total				8,727,600

Sumber: *Pasta Belanga*

1. Urut yang 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.

Hak Cipta © 2019 IBIKKG dan Informatika Kwik Kian Gie



Tabel 2.3
Bahan Baku Pasta Belanga (dalam Rupiah)

Biaya Bahan Baku per Bulan				
No	Nama Perlengkapan	Unit	Harga	Total
1	Garam Meja 500gr	108	3,700	399,600
2	Pasta spaghetti La fonte 500gr	180	12,000	2,160,000
3	Pasta fettuccine La fonte 500gr	180	18,000	3,240,000
4	Pasta penne Spigadoro 500gr	180	15,000	2,700,000
5	Minyak goreng Sania 1L	108	15,000	1,620,000
6	Saus ABC 5,7kg	1	105,000	105,000
7	Merica 50gr	36	10,000	360,000
8	Keju Prochiz 180gr	270	19,000	5,130,000
9	Daun peterseli 250gr	48	10,000	480,000
10	Daging ayam 1kg	65	28,000	1,820,000
11	Tuna Maya 185gr	117	19,000	2,223,000
12	Bumbu rendang Indofood 50gr	180	5,000	900,000
13	Bumbu opor Indofood 50gr	180	5,000	900,000
14	Bumbu kari Indofood 50gr	180	5,000	900,000
15	Kelapa santan 1L	180	16,500	2,970,000
16	Air minum isi ulang (Galon)	36	6,000	216,000
Total				26,123,600

Sumber: *Pasta Belanga*

1. Ditaring 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.