

RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA KUE KERING

“ PAINTED MINI COOKIES ”

DI DUREN SAWIT-JAKARTA TIMUR

Albertus Januar

Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jalan Yos Sudarso Kav 87, Jakarta

Telp : 021 – 65307062 Fax: 021-65306967

Abstrak

Rencana pendirian usaha ini bertujuan untuk menganalisa keuntungan dan titik impas dari usaha kue kering yang masuk dalam golongan usaha kecil. Rencana pendirian usaha kue kering *Painted Mini Cookies* disusun secara matang dengan memperhitungkan berbagai risiko bisnis yang nantinya akan dihadapi. Perencanaan disusun mulai dari pemilihan tempat usaha yang akan dilakukan di rumah pemilik. Mencari pemasok bahan baku yang sesuai dengan standar operasional. Mencari pegawai yang sesuai dengan bidangnya agar mendapatkan hasil yang maksimal. Industri yang akan dimasuki berada pada industri yang sangat bersaing, sehingga persaingan harga tidak dapat dihindari. Untuk mengatasi hal ini, *Painted Mini Cookies* melakukan promosi mulai dari pembuatan akun di media sosial dan membuat flyer yang akan dibagikan kepada calon konsumen agar dapat meningkatkan minat beli konsumen. Ramalan penjualan *Painted Mini Cookies* mengalami peningkatan setiap tahunnya, namun masih secara fluktuatif, sehingga tidak dapat diukur besarnya.

Kata Kunci : Kue Kering, *Painted Mini Cookies*.

BAB I

PENDAHULUAN

Kue kering biasanya dapat kita jumpai ketika hari raya tiba, berbagai macam varian kue kering dapat kita nikmati seperti, kue nastar, kue keju, kue sagu dan lain-lain. Antusias masyarakat terhadap kue kering menjelang hari raya sangatlah besar, sehingga memunculkan pengusaha-pengusaha baru untuk memulai usaha sampingan ini demi memenuhi keinginan pasar yang sangat besar ketika hari raya tiba, untuk mendapatkan hasil yang maksimal

tidak sedikit pengusaha kue kering melakukan inovasi terhadap produknya agar dapat menarik minat konsumen. Namun karena banyak munculnya pengusaha kue kering dadakan ketika menjelang hari raya, tak sedikit pengusaha kue kering yang gulung tikar karena hanya sekedar memanfaatkan peluang ketika hari raya tiba.

BAB II

ANALISIS INDUSTRI

Analisis industri berguna untuk mengidentifikasi beberapa karakteristik

penting dari industry sebagaimana juga untuk mencoba mengidentifikasi keunggulan bersaing perusahaan. Analisis ini juga bermanfaat untuk melihat bagaimana posisi perusahaan saat ini dan bagaimana kemampuan perusahaan tersebut untuk mempertahankan ataupun bahkan memperbesar pangsa pasarnya di masa yang akan datang, ditengah lingkungan persaingan yang ketat untuk saling memperebutkan pangsa pasar ini.

BAB III GAMBARAN USAHA

Produk yang ditawarkan *Painted Mini Cookies* adalah produk olahan kue kering berupa *meringue cookies dan macaron character* yang dikemas semenarik mungkin serta selalu menggunakan bahan baku yang berkualitas baik, agar konsumen merasa puas dengan produk dari *Painted Mini Cookies*. Berikut ini merupakan penjelasan singkat dan gambaran tentang produk yang di tawarkan oleh *Painted Mini Cookies* :

BAB IV RENCANA PRODUKSI DAN OPERASIONAL

Sebelum menjalankan kegiatan usaha, diperlukan diskripsi rencana operasi. Berikut ini adalah langkah-langkah yang direncanakan oleh *Painted Mini Cookies* dalam membuka usaha, antara lain :

1. Melakukan Perhitungan Bisnis

Sebelum memulai sebuah bisnis, diperlukan modal yang dibutuhkan untuk memulai bisnis

tersebut, serta mempertimbangkan apakah bisnis ini layak untuk dijalankan atau tidak melalui studi kelayakan bisnis. Sehingga kita harus memahami dan memperhitungkan beberapa aspek keuangan di antaranya adalah *Net Present Value (NPV)*, *Payback Period (PP)*, dan *Internal Rate of Return (IRR)*.

2. Pendaftaran NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)

Setiap warga Negara Indonesia yang mempunyai penghasilan di atas PTKP (Penghasilan Tidak Kena Pajak) wajib mendaftarkan diri ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP). Pendaftaran juga dapat di lakukan secara elektronik melalui internet di situs resmi Direktorat Jendral Pajak.

3. Mendaftarkan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)

SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) terdiri dari :

- a. SIUP Perusahaan Mikro yang kekayaan bersih kurang dari Rp. 50.000.000,-
- b. SIUP Perusahaan Kecil (PK) kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,-

- c. SIUP Perusahaan Menengah (PM) kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,-
- d. SIUP Perusahaan Besar (PB) kekayaan bersih lebih dari Rp. 10.000.000.000,-

g. Surat Keterangan Domisili dari Pengelola Gedung (jika di Komplek Perkantoran)

h. Pas Photo Direktur/Penanggung Jawab Ukuran 3x4 Berwarna 4 Lembar.

Berikut adalah beberapa persyaratan untuk mendaftarkan SIUP :

- a. F.Copy Akte Notaris Pendirian dan Perubahan (jika ada)
- b. F.Copy SK.Menteri Hukum dan HAM (Perseroan Terbatas [PT]), / Pengesahan Pengadilan Negeri (Persekutuan Komanditer [CV])
- c. Asli Surat Keterangan Domisili Perusahaan
- d. F.Copy NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) Perusahaan
- e. F.Copy KTP Direktur/Penanggung Jawab Perusahaan
- f. F.Copy Kartu Keluarga Direktur/Penanggung Jawab Perusahaan Jika Perempuan

4. Mendaftarkan merek dagang

Merek merupakan ciri khas atau pembeda dari pesaing, oleh karena itu merek dagang harus dipatenkan agar tidak terjadi kendala.

- Permohonan pendaftaran merek diajukan dengan cara mengisi formulir yang telah disediakan untuk itu dalam bahasa Indonesia dan diketik rangkap 4 (empat);
- Pemohon wajib melampirkan:

- a. surat pernyataan di atas kertas bermeterai cukup yang ditandatangani oleh pemohon (bukan kuasanya), yang menyatakan bahwa merek yang dimohonkan adalah miliknya;
- b. surat kuasa khusus, apabila permohonan pendaftaran diajukan melalui kuasa;

- c. salinan resmi akte pendirian badan hukum atau fotokopinya yang dilegalisir oleh notaris, apabila pemohon badan hukum;
- d. 24 lembar etiket merek (4 lembar dilekatkan pada formulir) yang dicetak di atas kertas;
- e. bukti prioritas asli dan terjemahannya dalam bahasa Indonesia, apabila permohonan diajukan menggunakan hak prioritas;
- f. fotokopi kartu tanda penduduk pemohon;
- g. bukti pembayaran biaya permohonan.

5. Mendaftarkan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan Serfitikat Halal

Mini Cookies memproduksi olahan pangan dari industri rumah tangga, sehingga perlu mendaftarkan ke BPOM agar konsumen percaya produk olahan dari Mini Cookies aman dan berkualitas. **Pendaftaran dan pengurusan nomor Dinas Kesehatan** untuk makanan kecil, bisa langsung datang ke Dinas Kesehatan dengan membawa persyaratan seperti :

- a. Fotokopi KTP
- b. Pas foto 3×4 sebanyak 2 lembar

c. Surat Keterangan Domisili Usaha dari kantor Camat

d. Surat keterangan Puskesmas atau Dokter

e. Denah lokasi dan denah bangunan

Sedangkan untuk mendapatkan **sertifikat halal** dari MUI, kita bisa mendaftarkan secara online dengan mengakses websitenya.

6. Membeli peralatan dan perlengkapan

Membeli Peralatan dan Perlengkapan dibutuhkan untuk mendukung kegiatan operasional *Mini Cookies*. Pembelian dilakukan dengan membuat daftar pembelian dan dana yang dianggarkan untuk pembelian tersebut.

7. Mencari supplier Bahan Baku

Supplier bahan baku harus memiliki kualitas yang bagus dengan harga seminimal mungkin. Hal ini bertujuan agar produk yang dihasilkan *Mini Cookies* memiliki kualitas yang bagus dan memperoleh keuntungan semaksimal mungkin.

8. Merekrut tenaga kerja

Merekrut tenaga kerja berdasarkan rekomendasi dari

sahabat atau kenalan pemilik, kemudian melakukan interview dan memberikan pelatihan khusus bagi karyawan yang baru diterima kerja.

9. Membuat rincian kerja karyawan

Membuat dan merumuskan perincian kerja untuk menjelaskan posisi, tanggung jawab serta tugas-tugas yang harus dikerjakan oleh karyawan dan kemudian dibagikan kepada masing-masing karyawan dengan memberikan pengarahan.

10. Membuat Rencana Promosi

Promosi dilakukan untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen dengan cara menyebarkan brosur, membuat iklan di media sosial, dll. Positioning dilakukan untuk memperkuat citra *Painted Mini Cookies* di benak konsumen. Promosi dan Positioning merupakan 2 aspek yang paling penting dalam proses pemasaran, sehingga dalam membuat rencana promosi dan positioning perlu di susun secara matang agar tidak salah target pasarnya.

11. Membuat produk

Setelah melakukan pemasaran, maka dilakukan proses pembuatan produk sebelum produk siap untuk

ditawarkan kepada calon konsumen. Dalam proses ini diperlukan ketelitian dalam membuat produk, agar konsumen tidak kecewa dengan hasil yang di dapat.

12. Menjual produk

Pada tahap ini, produk siap untuk ditawarkan kepada konsumen, yang

sebelumnya telah melakukan pemesanan produk.

BAB V

RENCANA PEMASARAN

Rencana pemasaran dipakai sebagai alat pengendali kegiatan pemasaran, yakni apakah kegiatan pemasaran tersebut benar-benar telah menjalankan tugasnya dengan baik, telah disusun berdasarkan potensi sumber daya yang dimiliki perusahaan, serta mempertimbangkan perubahan yang terjadi di masa yang akan datang. Perencanaan pemasaran meliputi Segmentasi pasar, targetting, positioning, produk, harga, distribusi, promosi, people, proses, *physical evidence*, ramalan penjualan, dan pengendalian pemasaran.

A. Segmentasi Pasar

Melalui segmentasi pasar, perusahaan membagi pasar yang besar ke dalam segmen-segmen yang kecil, sehingga dapat dijangkau oleh perusahaan secara lebih efisien dan efektif dengan produk dan jasa

yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam segmen tersebut.

Pasar dapat di segmentasikan berdasarkan empat kelompok besar variabel, yaitu variabel geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Dengan menggunakan keempat kombinasi variabel tersebut maka akan memperoleh cara segmentasi yang terbaik.

1. Segmentasi Geografis

Berdasarkan segmentasi geografis, segmen yang dituju oleh *Painted Mini Cookies* adalah konsumen yang tinggal di kota Jakarta, namun tidak menutup kemungkinan untuk menjangkau wilayah lainnya. Jakarta merupakan ibu kota Indonesia yang memiliki potensi besar dalam berbagai aspek dan akan terus berkembang sehingga menjadi sasaran utama *Painted Mini Cookies* untuk mengembangkan bisnis.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis adalah membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok berbeda berdasarkan variabel demografis seperti umur, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, dan kebangsaan. Segmentasi pasar berdasarkan variabel demografis paling cocok untuk menggambarkan kebutuhan,

keinginan, dan tingkat pemakaian konsumen.

Berdasarkan faktor demografis, *Painted Mini Cookies* membagi pasar berdasarkan variabel usia dan pendapatan. Berdasarkan usia, *Painted Mini Cookies* ditujukan untuk usia berkisar antara 7-65 tahun. Berdasarkan pendapatan, *Painted Mini Cookies* menjangkau konsumen yang memiliki penghasilan Rp 1.000.000,00/bulan keatas. Penghasilan tersebut dapat berasal dari uang yang diberikan orang tua untuk konsumen yang belum bekerja atau dari gaji/pendapatan bagi yang telah bekerja.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis adalah pembagian pasar ke dalam kelompok-kelompok berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, atau karakteristik kepribadian. Variabel segmentasi ini biasanya dikombinasikan dengan variabel demografis karena memiliki ciri atau karakteristik psikografis yang berdasarkan faktor psikografis, *Painted Mini Cookies* membagi pasar berdasarkan variabel kelas sosial. Berdasarkan kelas sosial, *Painted Mini Cookies* menjangkau kelas sosial menengah dan kelas sosial atas.

4. Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku membagi pembeli ke sejumlah kelompok berdasarkan manfaat, pengetahuan, sikap, penggunaan, atau tanggapan konsumen terhadap suatu produk.

Berdasarkan segmentasi perilaku, *Painted Mini Cookies* mengelompokkan konsumen berdasarkan manfaat yaitu kualitas produk dan pengalaman produk yang berbeda.

B. Target pasar

Mini Cookies merupakan bisnis yang bergerak di bidang kuliner khususnya makanan ringan atau kue kering, oleh karena itu target pasarnya menjangkau semua kalangan baik pria maupun wanita, anak-anak sampai dewasa yang menyukai makanan ringan seperti kue kering.

C. Positioning

Positioning *Painted Mini Cookies* dapat dilihat dari bentuk kue yang kecil/mini, sehingga saya berharap konsumen dapat mengingat dalam benaknya, ketika mendengar kata *Painted Mini Cookies* berarti hal pertama yang mereka terka adalah produknya yang kecil/mini.

D. Produk

Painted Mini Cookies memberikan konsep yang berbeda dibandingkan dengan penjual kue kering lainnya, karena *Painted Mini Cookies* menyajikan produknya dengan

tampilan yang unik dan menarik, sehingga membuat produk *Painted Mini Cookies* memiliki suatu keunggulan tersendiri dibandingkan dengan pesaingnya. Selain itu, produk yang ditawarkan oleh *Painted Mini Cookies* semuanya menggunakan bahan alami, tidak menggunakan bahan pengawet. Semuanya selalu ditawarkan dalam keadaan fresh dan bersih, sehingga aman untuk di konsumsi.

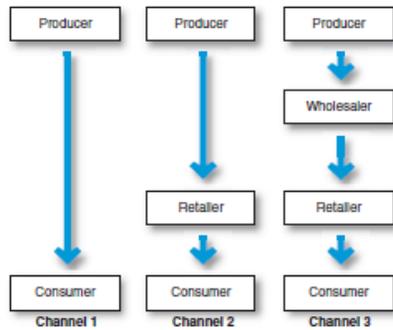
E. Harga

Penetapan harga yang dilakukan oleh *Painted Mini Cookies* adalah penetapan harga berdasarkan persaingan. *Painted Mini Cookies* mempertimbangkan nilai dari pesaing, yaitu harga produk yang ditawarkan kepada konsumen, sehingga *Painted Mini Cookies* tidak menetapkan harga terlalu tinggi ataupun dibawah harga seharusnya agar mampu bersaing.

F. Distribusi

Berdasarkan gambar 5.1 di bawah ini, Menurut Kotler dan Armstrong (2011:343) dapat dijelaskan bahwa saluran distribusi memiliki beberapa tingkatan. Berikut adalah penjelasannya

Saluran Distribusi



Sumber : Kotler and Armstrong (2011:343)

Berdasarkan tingkat saluran distribusi, *Painted Mini Cookies* dapat digolongkan ke dalam saluran tingkat 2. Hal ini dikarenakan *Painted Mini Cookies* sebagai produsen menjual produk lewat pengecer/*retailer* atau dapat pula menjual secara langsung kepada konsumen akhir.

G. Promosi

Untuk mempromosikan *Painted Mini Cookies* dapat menggunakan berbagai sarana seperti pemakaian media promosi yang tepat akan berpengaruh terhadap efektifitas promosi. Penentuan saran promosi dapat dilakukan dengan memperhatikan target atau sasaran bisnis *Painted Mini Cookies*.

Painted Mini Cookies merencanakan untuk melakukan promosi penjualan dengan cara sebagai berikut :

1. Brosur

Brosur berguna untuk menginformasikan keunggulan produk yang akan ditawarkan kepada konsumen yang didesain semenarik mungkin. Melalui brosur juga akan diinformasikan secara detail mengenai layanan

yang ada, alamat perusahaan, dan nomer kontak dari perusahaan.



2. Personal Communication

Salah satu bentuk promosi yang paling efektif dalam personal communication adalah *word of mouth promotion*, karena tidak memerlukan biaya dalam proses penyampaiannya. Media promosi ini tersebar melalui penyampaian pesan dari mulut ke mulut, sehingga orang-orang akan mengenal produk dari *Painted Mini Cookies*.

3. Media Sosial

Pada langkah ini, *Painted Mini Cookies* akan membuat akun pada jejaring sosial seperti *twitter*, *facebook*, dan *instagram* untuk melakukan promosi. Langkah ini dipilih karena tidak ada biaya yang harus dikeluarkan untuk memperkenalkan perusahaan. Sehingga media sosial merupakan langkah tepat untuk mempromosikan produk. Berikut adalah gambaran beberapa media sosial :

a. Twitter



b. Facebook



c. Instagram



H. People

People adalah semua orang yang terlibat dalam kegiatan memproduksi produk serta memberikan pelayanan produk kepada konsumen. Orang yang memproduksi dan memasarkan suatu produk juga memiliki penilaian dimata konsumen. Dalam hal ini lebih ditekankan pada sumber daya manusianya, dalam *Painted Mini Cookies* orang-orangnya adalah manajer, chef, bagian administrasi & keuangan, dan bagian penjualan.

I. Process

Proses adalah serangkaian tindakan yang diperlukan untuk memberikan produk atau jasa dengan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Suatu proses bisa berisi tentang metode atau prosedur yang

diberlakukan untuk memperoleh produk yang dibutuhkan konsumen. Proses pelayanan yang cepat, mudah dan ramah memberikan nilai lebih konsumen terhadap suatu produk. Proses dalam *Painted Mini Cookies* lebih dimaksud pada pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

J. Physical Evidence

Physical evidence adalah perangkat – perangkat yang dibutuhkan untuk mendukung penampilan suatu produk, sehingga memperlihatkan secara langsung kualitas produk serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen. *Painted Mini Cookies* lebih mengedepankan aspek pengalaman/*experience*, atau dapat di katakana ketika konsumen membeli produk *Painted Mini Cookies* diharapkan mendapat pengalaman yang unik dengan produk yang di hasilkan.

BAB VI

RENCANA OPERASI

A. Bentuk Kepemilikan

Painted Mini Cookies merupakan sebuah usaha perseorangan. Menurut Fuad (2006:65) perusahaan perseorangan adalah perusahaan yang dikelola dan diawasi oleh satu orang. Di satu sisi pengelola perusahaan memperoleh semua keuntungan perusahaan, di sisi lain ia juga menanggung semua risiko yang timbul dalam kegiatan perusahaan.

Pendirian *Painted Mini Cookies* sepenuhnya menggunakan dana pribadi dari pemilik dengan modal awalnya 100% dan penambahan modal dilakukan dengan menggunakan hasil dari keuntungan

penjualan. Tidak terdapat pembagian keuntungan kepada pihak lain karena usaha ini merupakan usaha perorangan.

B. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan pola hubungan antara individu dalam suatu kelompok dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan yang secara formal dibagi, dikelompokkan dan dikoordinasikan sehingga merupakan sebuah kesatuan yang diarahkan secara terus menerus pada suatu tujuan tertentu.

Struktur organisasi selalu ditemui dalam sebuah perusahaan atau organisasi dalam berbagai skala bahkan menjadi sesuatu yang harus dimiliki. Fungsi dari struktur organisasi adalah dapat memudahkan pemilik usaha memisahkan fungsi delegasi antar setiap bagian pekerjaan agar setiap pekerjaan yang diberikan ke karyawan sesuai dengan posisinya sehingga pekerjaan yang dihasilkan akan maksimal.

Deskripsi kepemilikan dan pembagian tugas karyawan *Painted Mini Cookies* adalah sebagai berikut :

1. Manajer

Dalam posisi ini, pemiliklah yang menjadi manajer. Seorang manajer memiliki bertanggung jawab secara penuh atas pengawasan, perencanaan, pengontrolan operasional dan manajemen *Painted Mini Cookies*. Wewenang dan tanggung jawab dari manajer *Painted Mini Cookies* adalah :

a. Mengelola seluruh kegiatan operasional *Painted Mini Cookies*.

b. Mengendalikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh seluruh karyawan *Painted Mini Cookies*.

c. Merencanakan dan mengendalikan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Kualifikasi untuk menjadi Administrasi dan keuangan sebagai berikut :

(1) Minimal berpendidikan S1 jurusan ekonomi

(2) Pria berusia 25-30 tahun

(3) Dapat berkomunikasi dengan baik

(4) Memiliki kemampuan untuk memimpin dan memotivasi orang lain

(5) Terorganisir dan mampu membuat perencanaan dengan baik

2. Produksi

Bagian produksi di tempati oleh seorang Chef Pastry, berikut wewenang dan tanggung jawab :

a. Membuat kue sesuai dengan pesanan

b. Bertanggung jawab atas seluruh dekorasi kue kering yang dibuat

c. Mengecek peralatan, perlengkapan serta bahan baku yang dibutuhkan secara berkala

Kualifikasi untuk menjadi Chef Pastry sebagai berikut :

- (1) Pendidikan terakhir minimal D3 jurusan perhotelan bidang pastry
- (2) Pria berusia 23-30 tahun
- (3) Kreatif dan inovatif
- (4) Mampu bekerja dibawah tekanan

3. Administrasi dan Keuangan

Administrasi bertanggung jawab untuk membuat laporan keuangan secara rutin, berikut wewenang dan tanggung jawab administrasi :

- a. Membuat laporan keuangan secara rutin.
- b. Melakukan audit dan stok opname
- c. Mengurus keuangan penjualan

Kualifikasi untuk menjadi Administrasi dan keuangan sebagai berikut :

- (1) Pendidikan terakhir minimal D3 akuntansi
- (2) Fasih menggunakan aplikasi Microsoft (*word dan excel*)
- (3) Jujur dan bertanggung jawab
- (4) Disiplin dan rajin

4. Penjualan

Penjualan dibagi menjadi dua bagian, bagian yang pertama bertugas sebagai *customer service* yang bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, serta memberikan penjelasan yang dibutuhkan oleh konsumen, serta mencatat pesanan yang akan di pesan.

Bagian yang kedua bertugas untuk melakukan proses packaging, serta melakukan proses pengiriman kepada konsumen. Berikut adalah wewenang dan tanggung jawab :

- a. Memberikan informasi tentang produk kepada calon konsumen.
- b. Mencatat pesanan yang dipesan oleh konsumen.
- c. Melakukan proses packaging setelah pesanan siap dikirim.
- d. Menyebarkan brosur di daerah sekitar

Kualifikasi untuk menjadi bagian penjualan sebagai berikut :

- (1) Wanita berusia 17-25 tahun (*customer service*)
- (2) Pria berusia 20-25 tahun (kurir)
- (3) Pendidikan terakhir minimal SMU atau SMK
- (4) Memiliki SIM C (kurir)
- (5) Dapat berkomunikasi dengan baik
- (6) Ramah dan cekatan
- (7) Aktif dalam media sosial (*customer service*)
- (8) Jujur dan bertanggung jawab
- (9) Disiplin dan rajin

C. Balas Jasa

Untuk meningkatkan produktivitas dan kinerja para karyawan, maka akan diberikan balas jasa. Balas jasa diberikan tersebut berupa gaji pokok yang akan diterima setiap bulannya, dan juga THR (Tunjangan hari raya). Balas jasa yang diberikan diasumsikan meningkat sebesar 10% tiap tahunnya. Hal ini berdasarkan pada asumsi kenaikan tingkat inflasi sebesar 6.29% di Indonesia yang menyebabkan kenaikan biaya hidup.

Berdasarkan peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 176 Tahun 2014 tentang Upah Minimum Provinsi Tahun 2015 (Pergub DKI Jakarta 176/2015), UMP tahun 2015 di Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta adalah sebesar Rp 2.700.000 (dua juta tujuh ratus ribu rupiah) dan menurut Pasal 94 Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan (UU Ketenagakerjaan) mengatur bahwa besarnya upah pokok sedikit-dikitnya 75% (tujuh puluh lima persen) dari jumlah upah pokok dan tunjangan tetap.

BAB VII

PENILAIAN RISIKO

Penilaian risiko adalah suatu metode yang dilakukan untuk mendeteksi atau mengevaluasi aktifitas kerja. Fungsinya untuk mencegah terjadinya kerugian, kerusakan atau cedera di tempat kerja. Penilaian ini juga harus melibatkan pengendalian yang diperlukan untuk menghilangkan, mengurangi, atau meminimalkan risiko. Risiko yang berhubungan dengan ketidakpastian ini terjadi oleh karena kurang atau tidak

tersedianya informasi tentang apa yang akan terjadi.

A. Evaluasi Kelemahan dari Bisnis

Setiap bisnis yang dijalankan pasti memiliki suatu kelemahan. Kelemahan ini dapat muncul dari lingkungan dalam maupun lingkungan luar. Namun hal terpenting ialah bagaimana perusahaan mampu untuk mengatasi dan menanggulangi setiap kelemahan yang ada. Kelemahan dari lingkungan dalam seperti buruknya kinerja para karyawan sehingga dapat mengganggu aktifitas perusahaan. Kelemahan dari luar seperti banyaknya pesaing yang menjual produk sejenis dan perekonomian yang tidak stabil. Berdasarkan pengamatan, *Painted Mini Cookies* memiliki beberapa kelemahan yaitu :

1. Merek belum dikenal oleh masyarakat

Brand (merek dagang) merupakan suatu pertimbangan pembeli untuk membeli atau menggunakan suatu produk, kepercayaan akan kualitas produk yang ditawarkan merupakan unsur terpenting untuk menyakinkan konsumen bahwa produk yang kita tawarkan memiliki kualitas yang baik.

2. Risiko kenaikan harga

Kondisi ekonomi yang tidak stabil dapat menyebabkan kenaikan harga listrik, air, dan kenaikan bahan baku dari pemasok, hal ini dapat menyebabkan kenaikan harga penjualan sehingga dapat menurunkan tingkat penjualan.

3. Persaingan harga

Harga merupakan salah satu faktor penting yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam membeli suatu produk. Banyaknya pesaing yang menawarkan harga kompetitif membuat faktor persaingan harga menjadi semakin ketat, hal ini dapat menyebabkan kelayaitasan konsumen terganggu.

4. Pengiriman

Faktor keterlambatan dalam pengiriman seringkali terjadi. Hal ini disebabkan karena dari pihak jasa pengiriman mengalami kendala seperti cuaca buruk atau banyaknya jumlah pengiriman.

B. Teknologi – Teknologi Baru

Teknologi baru akan sangat membantu kemajuan suatu usaha, tetapi teknologi baru yang bermunculan harus diseleksi terlebih dahulu agar dapat digunakan dengan lebih efisien. Dengan pemakaian teknologi baru akan membantu *Painted Mini Cookies* dalam mengatasi segala kendala dan permasalahan kelemahan dari bisnis, diantaranya :

1. Pemasaran dan penjualan melalui internet

Painted Mini Cookies menggunakan media internet dalam memasarkan dan menjual produknya. Internet merupakan salah satu media promosi yang paling efektif karena internet menjangkau seluruh dunia. Media yang digunakan antara lain ialah *facebook, twitter, instagram dan web*.

2. Transaksi via bank

Untuk setiap produk yang di beli konsumen, konsumen membayar melalui bank dengan cara mentransfer. Dengan adanya teknologi ini sangat memberikan rasa keamanan, kenyamanan dan kemudahan dalam hal transaksi uang.

C. Rencana Pengendalian

Rencana pengendalian sangat penting dilakukan untuk mengatasi segala kelemahan yang ada pada perusahaan. Rencana tersebut berguna untuk menghindari, mengurangi, bahkan menghilangkan segala kelemahan yang ada. Oleh sebab itu, *Painted Mini Cookies* memiliki rencana – rencana pengendalian untuk mengatasi segala kelemahan perusahaan yaitu :

1. Melakukan kegiatan promosi

Painted Mini Cookies melakukan kegiatan promosi guna memperkenalkan produk dan merek ke masyarakat. Promosi yang dilakukan seperti menyebar brosur ditempat keramaian dan membuat iklan di media sosial. Mutu dan kualitas produk sangat diperhatikan untuk mempertahankan kepercayaan pembeli untuk melakukan pembelian ulang dan turut mempromosikan produk dan merek perusahaan.

2. Risiko kenaikan harga

Kenaikan harga bahan baku akibat kondisi ekonomi yang tidak stabil dapat mempengaruhi harga bahan baku. Namun hal ini dapat diatasi dengan mengurangi kuantitas produk yang ditawarkan ke konsumen atau dengan merevisi harga jual secara berkala.

3. Persaingan harga

Untuk mengatasi masalah persaingan harga, *Painted Mini Cookies* akan mengurangi biaya-biaya operasional yang tidak terlalu diperlukan sehingga dapat menekan tingkat biaya operasional yang dikeluarkan.

4. Pengiriman

Kendala dalam hal pengiriman dapat diatasi dengan cara melakukan perjanjian dengan pembeli tentang batas waktu pengiriman barang, sehingga dapat meminimalisir keterlambatan barang sampai ketangan konsumen.

BAB VIII

PERENCANAAN KEUANGAN

Perencanaan keuangan sangat dibutuhkan dalam mendirikan sebuah usaha karena dapat memberi sebuah gambaran lengkap mengenai bagaimana dan kapan dana datang ke dalam organisasi, untuk apa saja dana dikeluarkan, berapa banyak kas yang tersedia, dan posisi finansial yang diproyeksikan pada perusahaan. Perencanaan keuangan yang akan disusun *Painted Mini Cookies* meliputi rencana kebutuhan dana, proyeksi penjualan, biaya tenaga kerja, biaya penyusutan, biaya

pemeliharaan peralatan, biaya pemasaran, biaya perlengkapan, *income statement proforma*, *cash flow projection*, *balance sheet proforma*, dan analisis kelayakan usaha.

BAB IX

REKOMENDASI

Perencanaan keuangan *Painted Mini Cookies* dibuat berdasarkan perhitungan dan pembuatan *proforma income statement*, *proforma cash flow*, *proforma balance sheet*, dan perhitungan untuk analisis kelayakan usaha. Dari perhitungan-perhitungan tersebut dapat disimpulkan antara lain: penerimaan *Painted Mini Cookies* setiap tahun melebihi nilai penerimaan target *Break Even Point*-nya ; hasil perhitungan *Net Present Value* bernilai positif, yaitu $\text{Rp } 10.647.587 > 0$; hasil perhitungan *Profitability Index* bernilai $1,1369 > 1$; *Payback Period* untuk bisnis *Mini Cookies* adalah 1 Tahun 11 Bulan 21 Hari; hasil perhitungan *Internal Rate of Return* bisnis *Mini Cookies* adalah 47,07%, dengan kata lain nilainya lebih besar dari suku bunga yang diharapkan yaitu 40%. Berdasarkan kesimpulan perencanaan keuangan ini maka *Painted Mini Cookies* dapat dikatakan sebagai usaha yang layak untuk dijalankan.