



BAB II

GAMBARAN USAHA

Gambaran usaha dalam sebuah perencanaan bisnis harus dibuat secara terperinci. Hal ini dilakukan guna untuk mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan sebelum memulai usaha. Dapat dipastikan bahwa setiap usaha yang dijalankan selalu beresiko dan terkadang terkena masalah. Melalui hal itu dengan mempersiapkan segala perencanaan dengan rinci dapat menjaga proses suatu bisnis dapat tetap berjalan dengan baik dan tetap dapat memberikan keuntungan.

Konsep awal dari R² adalah berupa cafe tenda yang menyediakan berbagai pilihan roti, selai dan topping yang dapat dikustom sesuai dengan selera konsumen itu sendiri. Target pasar dari R² adalah masyarakat yang berdomisili di daerah sekitar cengkareng yang memiliki kelas sosial menengah. Untuk mencapai target pasar yang sudah ditentukan, strategi pemasaran yang akan dilakukan adalah mempromosikan R² dengan cara menyebarkan brosur, pemasangan spanduk, dan *update* di media sosial.

A. Visi dan Misi

Visi dari sebuah organisasi atau perusahaan merupakan sebuah gambaran masa depan dari perusahaan tersebut. Visi merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut, serta menjadi titik acuan agar perusahaan dapat berjalan sesuai dengan yang diinginkan dan tidak menyimpang.

Menurut David (2011 : 87) pernyataan visi mencoba memberi jawaban atas pertanyaan “ingin menjadi seperti apakah kita?”. Melalui visi yang sama, maka akan dapat menciptakan kebersamaan kepentingan yang dapat mengangkat para pekerja keluar dari rutinitas pekerjaan sehari – hari.



Menurut Hendro (2011 : 229), visi yang ideal haruslah bersifat :

1. Sederhana (*simple*), sehingga mudah dipahami, diimajinasikan, dibayangkan besar ukuran ataupun posisi perusahaan.
2. Bisa terukur (*measurable*), bila visi tidak sesuai dengan kondisi dan situasi atau terlalu sulit untuk diwujudkan maka visi akan berubah menjadi fiksi atau mustahil untuk diwujudkan.
3. Terjangkau (*reachable*), bila visi terukur, sederhana tetapi tidak mungkin bisa diwujudkan maka visi itu bukan visi yang ideal.
4. Alasan (*reason*), visi itu juga mengandung unsur pokok yaitu ada alasan kuat mengapa ingin usahanya (bisnis) menjadi seperti apa di waktu yang akan datang.
5. Ambisius, bila visi tidak mengandung unsur yang bersifat ambisi maka visi itu juga kehilangan energy tetapi ambisi yang baik itu mengandung unsur-unsur di atas termasuk tidak menentukan waktu yang tidak mungkin dicapai.
6. Periode waktu (*time frame*), visi yang tidak ada target waktu yang jelas maka visi itu akan semakin jelas bisa dicapai atau tidak.
7. Bersifat strategis (*strategic*), visi yang tidak mengandung unsur atau bersifat strategis maka tidak begitu besar dampaknya bagi perusahaan. Sifat strategisnya adalah :
 - a. Bisa menjadi tujuan untuk bersaing.
 - b. Ada unsur pembedanya dengan yang lain.
 - c. Bisa menjadi motivator
8. Ada kejelasan hubungan antara keadaan saat ini dengan yang akan datang.
9. Prespektif kondisi saat ini ke masa mendatang.

© 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. 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.



10. Komunikatif, jika visi tidak dapat dikomunikasikan atau terlalu rumit, maka yang mengerti tentang visi tersebut hanyalah diri sendiri. Oleh sebab itu, visi itu akan sulit terwujud bila yang mengerti dan yang mengetahui bukan orang-orang yang akan membantu mewujudkannya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Berikut penulis lampirkan visi yang dimiliki oleh R², yaitu : “Menjadikan R² sebagai usaha roti bakar terkenal dan memuaskan para konsumen”.

Ketika visi menjadi sebuah titik acuan serta tujuan yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan, maka misi adalah cara - cara serta tindakan yang dilakukan agar tujuan tersebut dapat tercapai.

Menurut David (2011 : 16) pernyataan misi adalah “pernyataan tujuan yang secara jelas membedakan satu bisnis dari perusahaan – perusahaan lain yang sejenis”.

Pernyataan misi yang jelas melukiskan nilai dan prioritas dari sebuah organisasi.

Manfaat daripada mengembangkan pernyataan misi, antara lain :

1. Memastikan kepaduan tujuan dalam organisasi.
2. Menyediakan landasan, atau standar, untuk mengalokasikan sumber daya organisasional.
3. Membangun iklim organisasional yang padu.
4. Menjadi titik fokus bagi individu – individu agar sejalan dengan maksud dan arah organisasi.
5. Memfasilitasi tujuan menjadi struktur kerja yang melibatkan pembagian tugas ke elemen – elemen yang bertanggung jawab dalam organisasi.
6. Menjelaskan maksud – maksud organisasional dan kemudian menjelaskan berbagai maksud ini ke dalam 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan pernyataan David di atas, maka sebuah misi haruslah

menunjukkan nilai – nilai dari perusahaan tersebut. Misi dari R² adalah sebagai berikut:

1. Mengutamakan kualitas dalam produk makanan.
2. Berorientasi kepada kepuasan konsumen.
3. Mengembangkan inovasi – inovasi produk dan pelayanan untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

B. Tujuan Perusahaan

Tujuan merupakan pernyataan tentang keadaan yang diinginkan di mana organisasi atau perusahaan bermaksud untuk mewujudkannya dan sebagai pernyataan tentang keadaan di waktu yang akan datang di mana organisasi sebagai kolektivitas mencoba untuk menimbulkannya.

Rivai (2015 : 26) dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Strategis” menyatakan bahwa, suatu perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas karena :

1. Tujuan membuat perusahaan memiliki arti (makna) bagi pihak luar dan dalam organisasi yang memiliki tujuan jelas, pihak luar dan dalam perusahaan menaruh hormat yang tinggi, karena mereka yakin bahwa keberadaan perusahaan itu bermanfaat untuk mereka.
2. Tujuan memberi arah karyawan untuk berperilaku berdasar norma perusahaan.
3. Tujuan sebagai alat untuk menilai prestasi kerja.
4. Tujuan merupakan sasaran konkret daripada pernyataan misi.

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.



Berdasarkan pengertian di atas, maka Tujuan dari bisnis “R²” adalah sebagai

berikut :

1. Tujuan jangka pendek, yaitu mendapatkan konsumen di sekitar lokasi pembukaan R².
2. Tujuan jangka menengah, yaitu membuka cabang di kompleks perumahan lainnya di wilayah Jakarta Barat.
3. Tujuan jangka panjang, yaitu melakukan ekspansi dengan membuka cabang di luar wilayah Jakarta Barat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C. Logo Usaha

Logo adalah identitas perusahaan sebagai tanda atau alamat yang akan mengkomunikasikan arti dan memberikan makna yang dalam terhadap jati diri perusahaan. Logo juga sebagai jiwa yang menghidupkan dan memberikan semangat bagi perusahaan di dalam melaksanakan misi dan mencapai tujuan perusahaan.

Dalam pembuatan logo yang baik sebaiknya memperhatikan aspek-aspek berikut:

1. Sederhana

Logo yang sederhana itu baik Tidak banyak variasi dan pesan dalam logo mudah dicerna. Namun meskipun sederhana, logo haruslah berbeda dengan yang lainnya, sehingga logo tidak terkesan membosankan.

2. Mudah diingat dan dimengerti

Logo yang baik itu logo yang dapat mencerminkan pesan atau identitas dari sebuah perusahaan atau organisasi tertentu dalam sekali lihat.

3. Tahan lama



Logo yang tidak termakan tren itu lebih baik. Walau dalam jangka waktu yang lama pun tidak terkesan kuno, sehingga tidak usah repot-repot mendesain ulang atau merevisi logo tersebut.

4. Enak di pandang

Logo yang tidak rapi dan acak-acakan akan dilewatkan. Itu juga menjadi kesan bahwa organisasi atau perusahaan pemiliknya tidak profesional.

5. Sesuai fungsi

Sebuah logo harus melambangkan fungsi, makna dan produk dari pemiliknya sehingga orang yang melihat tidak salah mengerti.

6. Tepat

Yang dimaksud tepat disini mengenai pemilihan berbagai elemen dalam logo, seperti warna, font, mascot, dan lain-lain.

7. Unik dan menarik

Logo yang unik dan menarik akan membuat orang yang melihat tertarik. Juga akan menjadi ciri khas dari suatu organisasi atau perusahaan tertentu.

Berdasarkan penjelasan logo diatas, maka penulis membuat logo seperti

berikut :

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

Gambar 2.1

Logo R²



© 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.

D. Produk

Produk menurut Kotler dan Armstrong (2012:224) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

Produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, dan setiap jenis produk memiliki strategi bauran pemasaran yang berbeda-beda. Klasifikasi produk menurut Kotler dan Armstrong (2011:239), antara lain:

1. Berdasarkan aspek daya tahan dan keberwujudan produk



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a. Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Contohnya: sabun, pasta gigi, minuman kaleng, dan sebagainya. Karena barang-barang ini sering dibeli, strategi yang tepat adalah membuat barang-barang tersebut tersedia di banyak lokasi, hanya menggunakan mark-up yang kecil, dan beriklan besar-besaran untuk mendorong percobaan dan membangun preferensi.

b. Barang tahan lama (*durable goods*)

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya dapat digunakan untuk waktu yang cukup lama. Contohnya : lemari es, mesin cuci, pakaian, kompor dan lain-lain. Produk-produk tahan lama biasanya memerlukan penjualan proposal dan jasa, menuntut margin yang lebih tinggi, dan memerlukan garansi penjualan yang lebih baik.

c. Jasa (*services*)

Jasa adalah produk yang tidak berwujud, tak terpisahkan, bervariasi, dan dapat musnah. Akibatnya, jasa biasanya memerlukan kendali atas kualitas, kredibilitas pemasok, dan kemampuan adaptasi yang lebih besar. Contoh dari jasa adalah salon, bengkel, tempat penitipan, bimbingan belajar, dan sebagainya.

2. Berdasarkan kegunaan produk

Klasifikasi produk berdasarkan kegunaan dilihat dari manfaat produk tersebut ketika dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen baik konsumen akhir atau industri.

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



a. Klasifikasi Barang Konsumen

Menurut kegunaannya, barang konsumen dibagi menjadi empat klasifikasi, yaitu :

- 1) Barang kenyamanan (*Convenience*), barang yang sering dibeli konsumen segera dengan usaha yang minimum, yang terdiri dari barang kebutuhan pokok yaitu barang yang dibeli konsumen secara teratur. Barang impuls, biasanya dibeli tanpa perencanaan atau pencarian. Barang darurat, dibeli ketika ada kebutuhan yang mendesak.
- 2) Barang belanja (*shopping goods*) adalah barang – barang yang secara karakteristik dibandingkan oleh konsumen berdasarkan kecocokan, kualitas, harga dan gaya. Kategori barang belanjaan dibagi menjadi dua yaitu barang belanjaan homogeni yang mempunyai kualitas serupa tetapi harganya cukup beda sehingga memberikan alasan yang kuat bagi perbandingan belanja. Kedua barang heterogen mempunyai fitur produk dan jasa yang berbeda yang mungkin lebih penting daripada harga.
- 3) Barang khusus (*specialty goods*), mempunyai karakteristik atau identifikasi merek yang unik dimana ada cukup banyak pembeli yang bersedia melakukan usaha pembelian khusus. Barang khusus tidak memerlukan perbandingan, pembeli hanya menginvestasikan waktu untuk menjangkau penyalur yang menjual produk – produk yang diinginkan.
- 4) Barang yang tidak dicari (*unsought goods*) adalah barang yang tidak dikenal konsumen atau biasanya tidak terpikirkan untuk dibeli.

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.



Barang konsumen tersebut diklasifikasikan berdasarkan kebiasaan konsumen ketika melakukan pembelian. Semua klasifikasi barang tersebut merupakan produk yang digunakan oleh konsumen akhir sehingga produk tersebut bisa dikatakan produk keperluan rumah tangga.

b. Klasifikasi Barang Industri

Barang industri merupakan semua jenis produk yang digunakan dalam produksi barang lainnya. Barang industri diklasifikasikan berdasarkan biaya relatif mereka dan bagaimana mereka memasuki proses produksi.

Klasifikasi barang produksi dibagi menjadi tiga, diantaranya :

- 1) Bahan baku dan suku cadang (*materials and parts*), adalah barang yang seluruhnya menjadi bagian dari produk produsen. Bahan dan suku cadang dibagi dua yaitu bahan mentah serta bahan dan suku cadang manufaktur.
- 2) Barang modal (*capital item's*) adalah barang tahan lama yang memfasilitasi pengembangan atau pengelolaan produk jadi.
- 3) Layanan bisnis dan pasokan (*supply and business services*) adalah barang dan jasa jangka pendek yang memfasilitasi pengembangan atau pengelolaan produk jadi. Setiap produk dapat dihubungkan dengan produk lain untuk memastikan bahwa perusahaan menawarkan dan memasarkan kumpulan produk yang optimal.

Berdasarkan pengklasifikasian produk menurut daya tahan produk, makanan yang ditawarkan oleh Ropang R² termasuk dalam kategori barang yang tidak tahan lama (*nondurable goods*) karena produk tersebut biasanya habis dalam satu pemakaian. Sedangkan berdasarkan kegunaannya,

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.



makanan yang ditawarkan oleh R² termasuk dalam kategori barang konsumen yaitu barang belanja (*shopping goods*) karena produk tersebut tidak termasuk dalam kebutuhan pokok konsumen dan biasanya dipilih berdasarkan gaya hidup, harga, dan kualitas.

Produk yang ditawarkan oleh R² adalah sebagai berikut :

- 1) Roti Bakar
 - Roti. R² memiliki 3 macam roti, yaitu : roti gandum, pandan, dan polos.
 - Rasa Selai. R² memiliki 8 jenis varian rasa, yaitu : *blueberry*, kacang (*skippy*) , *strawberry*, coklat (*nutella* dan *ovomaltine*), serikaya, durian, dan nanas.
 - Topping. Jenis-jenis topping yang ditawarkan oleh R² antara lain : coklat *meises*, keju, *oreo*, *chocolate chip*, kismis, pisang, mangga, dan *almond*.
- 2) *French Fries*, yang ditawarkan R² sebagai snack.
- 3) Minuman. R² juga menawarkan minuman seperti teh dan kopi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

E. Latar Belakang Pemilik

Nama : Rika Mandasari
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 16 Juni 1994
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Rumah : Taman Palem Lestari Blok A11 No. 59
Nomor Handphone : 087880194056
Alamat E-mail : rika.mandasari94@gmail.com
Pendidikan : Strata Satu Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

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.



Rika Mandasari adalah seorang mahasiswa semester 7 Institut Bisnis dan

Informatika Kwik Kian Gie Program Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2012. Rika Mandasari memilih jurusan ilmu administrasi bisnis dikarenakan motivasi dari kedua orang tua. Rika Mandasari berasal dari keluarga pebisnis yang bergerak di bidang Peleburan Alumunium dan memiliki seorang kakak laki-laki yang juga sedang belajar bahasa di jepang. Penulis memiliki rasa ketertarikan terhadap pastry. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk mempelajari tentang *pastry* di Indonesia *Patisserie School*, Pantai Indah Kapuk.

Penulis memilih bisnis roti bakar tersebut karena memiliki rasa ketertarikan terhadap kuliner dan penulis juga termotivasi karena melihat akhir-akhir ini bisnis kuliner di kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, medan, dan kota-kota lainnya sudah semakin berkembang. Pada zaman sekarang ini banyak orang yang sangat menyukai kuliner roti bakar karena harganya yang murah dan memiliki rasa yang enak, gurih dan nikmat. Roti bakar ini juga bisa dinikmati oleh semua umur dan semua kalangan masyarakat.

F Identitas Perusahaan

1. Nama Usaha : R² (ROPANG BY RIKA)
2. Bidang Usaha : Kuliner
3. Jenis Produk : Roti Bakar
4. Alamat : Ruko Permata Taman Palem Blok B3 No. 28
5. Facebook : RopangR2
6. Instagram : RopangR2_ID
7. Email : ropangr2@yahoo.com
8. Bentuk Badan Usaha : Perorangan

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



G. Jenis Usaha

Menurut Hendro (2011 : 216), ada 3 jenis kepemilikan (*ownership*) bisnis, yaitu :

1. Kepemilikan Tunggal (*Sole-Proprietorship*)

Struktur kepengurusan ini dikuasai dan dikelola oleh satu orang (tunggal). Jadi, 100% kepemilikan ada di tangan satu orang.

Sistem ini ada keuntungan dan kelemahan. Keuntungannya adalah semua kebijakan dan keuntungan yang diterima (100% dividen), strategi, dan aturan main ditentukan oleh satu orang. Kelemahannya adalah bisa terjadinya pengelola tunggal yang cenderung *one man show* dan tidak ada pengendalian lain sebagai penyeimbangannya.

2. Persekutuan (*Partnership*)

Struktur kepengurusan ini tidak lagi dikuasai oleh satu orang, tetapi lebih dari satu orang sehingga ada *check and balance* dari pihak lain untuk sama-sama membangun sebuah bisnis dan saling memberi masukan. Namun, kelemahannya adalah keuntungan sudah dibagi sesuai dengan kesepakatan. Rasa saling menghargai dan mengerti menjadi titik penting sistem ini.

3. Kerja sama dengan banyak orang (*Corporation*)

Bentuk ini berupa bentuk *partnership*, hanya berbeda pada jumlah orangnya. Bentuk '*Corporation*' bisa berupa *limited company* (Perseroan Terbatas), *private limited* (Pty Ltd), Sdn Bhd, dan lain-lain.

Sistem ini sering disebut sistem stockholder karena pembagian keuntungannya (deviden) disesuaikan dengan jumlah/ presentase saham orang-orang yang memilikinya.

© 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. 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.



Model kepengurusan dan pendirian dengan sistem cooperation (kerja sama banyak orang) bisa memberikan kesempatan kepada pemegang saham minoritas untuk menjual sahamnya ke orang lain di pasar modal (bila telah *go public*) atau ke orang lain asalkan diketahui lewat Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) atau lewat notaris.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan pengertian di atas, bentuk kepemilikan R² adalah perusahaan perseorangan dan Rika Mandasari merupakan pemilik tunggal dari R², sehingga seluruh modal berasal dari uang tabungan penulis sendiri dan modal yang diberikan oleh orang tua kepada penulis. Segala bentuk keuntungan yang didapat akan dimiliki seluruhnya oleh pemilik setelah dikurangi dengan biaya-biaya operasional. Tidak terdapat pembagian keuntungan dalam bentuk apapun dengan pihak lain dan pemilik bertanggung jawab sepenuhnya atas seluruh kegiatan yang terjadi di dalam R².

H. Ukuran Bisnis

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 bab I pasal 1, pengertian dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, 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 besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.

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.



3. Usaha menengah yaitu 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 usaha besar.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 bab IV pasal 6 kriteria dari Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah adalah sebagai berikut :

1. Usaha Mikro
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha Kecil
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

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.



3. Usaha Menengah

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Kemudian dalam klasifikasi berdasarkan *International Standard Industrial Classification (ISIC)* yang telah disesuaikan dengan kondisi di Indonesia dengan nama Klasifikasi Lapangan Usaha Industri / KLUI (BPS, 2003), penggolongan skala perusahaan dibagi dalam empat golongan, yaitu :

1. Besar, dengan jumlah tenaga kerja 100 orang atau lebih
2. Sedang, dengan jumlah tenaga kerja 20-99 orang
3. Kecil, dengan jumlah tenaga kerja 5-19 orang
4. Rumah tangga, dengan jumlah tenaga kerja 1-4 orang.

Berdasarkan pengertian dan karakteristik di atas, R² termasuk dalam usaha kecil, hal ini dapat dilihat dari jumlah kekayaan bersih yang dimiliki oleh R² yaitu 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, serta jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh R² adalah 5 orang.



I. Peralatan dan Perlengkapan

C. Peralatan

Peralatan dapat didefinisikan sebagai barang-barang yang dapat digunakan dalam jangka waktu yang relatif lama dan mengalami penyusutan. Sedangkan perlengkapan dapat didefinisikan sebagai barang-barang yang dapat digunakan yang berumur ekonomis kurang dari satu tahun.

Dibawah ini adalah berbagai macam peralatan yang nantinya akan digunakan serta dibutuhkan dalam setiap aktivitas proses bisnis yang dilakukan oleh perusahaan ini. Peralatan tersebut akan sangat berguna dalam memperlancar serta mempercepat proses yang ada.

Berikut pada tabel 2.1 dan 2.2 akan disajikan berbagai macam peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha ini, antara lain :

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.



Tabel 2.1

Peralatan R²

No	Peralatan	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
1	OX 961 – pisau set	2	150.000	300.000
2	Tanica Flora Sendok Garpu Set 12 Pieces	10	50.000	500.000
3	Bakaran / panggangan ikan terusan besar	2	15.000	30.000
4	Talenan 52cm	2	100.000	200.000
5	Alat panggang	2	1.200.000	2.400.000
6	Tenda Besi	1	2.500.000	2.500.000
7	Set meja café solid meh	3	1.500.000	4.500.000
8	Gerobak	1	1.200.000	1.200.000
10	Piring ceper melamine 9” inch	36	10.000	360.000
11	Tempat Tissue	3	15.000	45.000
12	Tempat Bumbu Dapur - Spice Jars	6	9.800	58.800
13	Botol tempat saos / kecap	3	9.000	27.000
14	Gelas kaca bening besar	36	5.000	180.000
15	Gelas kaca bening kecil	12	3.000	36.000
16	Sendok teh (6pcs/box)	2	19.000	38.000
17	Kipas Tangan Bambu Kotak	4	2.400	9.600
18	Bola lampu	2	35.000	70.000
19	Kabel	1	120.000	120.000
20	Saklar lampu	2	30.000	60.000
21	Kipas angin kecil	1	150.000	150.000
22	Rinnai Kompor Gas 2 Tungku RI602BGX	1	363.000	363.000
23	Large Saucepan 20 cm (3 liter)	1	260.000	260.000
24	Small Saucepan 18 cm (2 liter)	1	190.000	190.000
25	Termos Air Panas Lionstar 50H 2 Liter	1	85.000	85.000
26	Teko plastik LionStar 2 liter	2	20.000	40.000
27	Otten Coffee Mug Houssina Vacuum 480 ml	1	150.000	150.000
28	Stainless Steel Kitchen Tool 4 set Spatula, Centong, Sutil	1	85.000	85.000
29	Cash register casio SE SG1	1	1.500.000	1.500.000
30	Tabung gas elpiji (3kg)	2	102.000	204.000
31	Galon air	5	35.000	175.000
	Total			Rp.15.836.900

Sumber : Lazada, Elevania, Tokopedia, Carrefour, olx.co.id, pusatalatpanggang

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - 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 R²

No	Perlengkapan	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
1	Sabun cuci piring	5	2.000	10.000
2	Pulpen	2	1.500	3.000
3	Tissue kotak	6	8.500	51.000
4	Sabut cuci piring	2	5.300	10.600
5	Plastic bag isi 50 pcs	4	18.500	74.000
6	Trash bag sedang (12 pcs)	4	10.000	40.000
7	Plastic mika (50pcs/kantong)	3	31.000	93.000
8	Batu arang (50kg)	1	225.000	225.000
9	Isi ulang gas Elpiji (3kg)	2	13.000	26.000
10	Sedotan isi 800 pcs	5	14.000	70.000
11	Tusuk gigi isi 100 pcs	5	5.500	27.500
12	Ember sedang	2	50.000	100.000
13	Serbet	6	10.000	60.000
14	Stapler Max HD-10	2	12.000	24.000
15	Isi staples etona no 10	5	1.500	7.500
	Total per Bulan			Rp. 821.600
	Total per Tahun		(Rp. 821.600 x 12)	Rp. 9.859.200

Sumber : arangbatok.org, Hypermart, Kaskus, Pasar Laris, Immanuel Stationary

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.



J. Kebutuhan Bahan Baku

Bahan baku yang dibutuhkan oleh R² untuk operasi bisnisnya, meliputi :

Tabel 2.3
Bahan Baku R²

Hak No	Bahan Baku	Jumlah	Harga Satuan	Total Harga
1	Margarin (2kg)	50	Rp 35,000	Rp 1,750,000
2	Roti (10pcs/kantong)	160	Rp 11,000	Rp 1,760,000
3	Roti Gandum (10pcs)	160	Rp 13,000	Rp 2,080,000
4	Roti Pandan (10pcs)	160	Rp 10,000	Rp 1,600,000
5	Saus sambal 600ml	20	Rp 15,000	Rp 300,000
6	Hero <i>Blueberry Jam</i> 340g	25	Rp 15,000	Rp 375,000
7	Skippy <i>Cream</i> 500g	25	Rp 17,200	Rp 430,000
8	Smucker's <i>Strawberry Preserves</i> 510g	25	Rp 20,000	Rp 500,000
9	<i>Nutella Hazelnut-Cocoa Spread</i> 750g	40	Rp 40,000	Rp 1,600,000
10	Coklat meises 1kg	50	Rp 11,000	Rp 550,000
11	Susu kental manis	25	Rp 7,500	Rp 187,500
12	Selai coklat ovomaltine 400gr	35	Rp 42,000	Rp 1,470,000
13	Selai serikaya	25	Rp 16,000	Rp 400,000
14	Teh sari wangi (100pcs)	20	Rp 12,000	Rp 240,000
15	Bubuk kopi (1kg)	15	Rp 25,000	Rp 375,000
16	Keju kraft	35	Rp 12,000	Rp 420,000
17	Gula (1kg)	25	Rp 12,000	Rp 300,000
18	Selai durian	20	Rp 17,000	Rp 340,000
19	Selai nanas	15	Rp 15,000	Rp 225,000
20	Fortune <i>cooking oil</i> botol 2ltr	1	Rp 22,650	Rp 22,650
21	Sania <i>cooking oil</i> ref 2ltr	15	Rp 16,000	Rp 240,000
22	<i>French Fries</i> 1000gr	50	Rp 15,000	Rp 750,000
23	<i>Almond</i>	20	Rp 35,000	Rp 700,000
24	<i>Chocolate chip</i>	20	Rp 12,000	Rp 240,000
25	oreo	20	Rp 12,000	Rp 240,000
26	Kismis	20	Rp 12,000	Rp 240,000
27	pisang	20	Rp 20,000	Rp 400,000
28	mangga	20	Rp 15,000	Rp 300,000
29	Isi ulang galon air	10	Rp 5,000	Rp 50,000
	Total per Bulan			Rp 18,085,150
	Total per Tahun	(Rp. 38,922,650 x 12)		Rp217,021,800

Sumber : HelloBakery, Hypermart, Kaskus, Pasar Laris, Dunia Rasa

Hak cipta milik IBI 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.



K. Sumber Daya Manusia

Ⓒ Sumber daya manusia merupakan salah satu aset penting yang dimiliki oleh perusahaan sebagai penggerak perusahaan untuk mencapai tujuannya. Dalam pengoperasian usahanya, R² mempekerjakan beberapa sumber daya manusia sesuai dengan keahliannya masing-masing agar proses usaha berjalan dengan efektif dan sesuai dengan arahan.

Berikut ini dapat dilihat rencana kebutuhan jumlah sumber daya manusia yang akan digunakan:

Tabel 2.4

Rencana Kebutuhan Jumlah Sumber Daya Manusia

No	Jabatan	Jumlah
1	Manajer	1
2	Juru Masak	2
3	Pramusaji	2
Total		4

Sumber : R²

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak cipta milik IBI RKG (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.