

RESUME

Abstrak

R.M Angin Mamiri adalah Rumah makan Angin Mamiri merupakan usaha bisnis yang bergerak di bidang industri rumah makan, makanan yang disediakan adalah masakan tradisional khas yang berasal dari Sulawesi Selatan dengan konsep budaya tradisional. Lokasi R.M Angin Mamiri terletak di Jl. Boulevard Raya 8/3 Kelapa Gading - Jakarta Utara, adalah lokasi strategis yang merupakan salah satu jalur yang ramai dan banyak dilewati oleh masyarakat dari daerah Kelapa Gading dan sekitarnya. Target pasar dari R.M Angin Mamiri ditujukan untuk semua kalangan baik pria maupun wanita, yang berusia remaja hingga dewasa yang memiliki tingkat penghasilan menengah keatas. Proforman income statement R.M Angin Mamiri menunjukkan penjualan dari laba yang terus meningkat dalam kurun waktu lima tahun. Pada Laporan proyeksi arus kas dijelaskan mengenai kas masuk dan kas yang dikeluarkan, arus kas akhir selalu menunjukkan angka yang positif selama lima tahun

Abstract

R.M Angin Mamiri is food Mamiri Wind is a business engaged in the restaurant industry, the food is prepared traditional dishes typical from South Sulawesi to the concept of traditional culture. Location R.M Angin Mamiri located at Jl. 8/3 Boulevard Raya Kelapa Gading - North Jakarta, is a strategic location that is one of the many paths and passed by many in the public area of Kelapa Gading. The target market of R.M Angin Mamiri intended for all people, men and women, aged adolescents and adults who have a medium income level keatas. Proforman R.M Angin Mamiri income statement shows sales of profit continues meningkat within a period of five years. In the report explained on the cash flow projections of cash and cash spent, the final cash flow is always positive figures show that over five years

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha R.M Angin Mamiri ini didirikan karena kurangnya rumah makan khas daerah yang ada, terutama makanan khas daerah Sulawesi Selatan. Dengan adanya usaha rumah makan ini, diharapkan agar konsumen datang untuk menikmati makanan yang khas dari daerah Sulawesi Selatan ini. Adanya pertumbuhan jumlah penduduk yang disebabkan oleh kelahiran dan modernisasi gaya hidup yang mengakibatkan peluang usaha bisnis makanan tradisional menjadi semakin berkurang. Sehingga dengan adanya tren makanan modern yang selama ini begitu berkembang di Indonesia



model lima kekuatan porter adalah suatu kerangka kerja untuk melihat kuat atau lemahnya struktur persaingan perusahaan.

1. Ancaman dari Pesaing Baru
2. Kekuatan Daya Tawar Pemasok
3. Kekuatan Daya Tawar Pembeli
4. Potensi Masaknya Produk Pengganti
5. Persaingan di dalam Industri

Segmentasi Pasar

Menurut Kotler dan Amstrong terdapat 4 cara dalam menerapkan segmentasi pasar konsumen yaitu adalah segmentasi geografi, segmentasi demografi, segmentasi psikografis dan segmentasi perilaku.

Pengelompokan segmentasi pasar yaitu sebagai berikut:

1. Segmentasi Geografis

Berdasarkan segmentasi Geografisnya R.M Angin Mamiri terletak di jalan raya tepatnya pada Jl.Boulevard Raya. Kelapa Gading - Jakarta Utara, lokasi tersebut sangat strategis karena merupakan salah satu jalur yang banyak di lewati oleh banyak orang dengan kepadatan lintas, sehingga jalan Boulevard ini selalu ramai di lewati oleh masyarakat. R.M Angin Mamiri sementara ini hanya mencakup wilayah Jakarta Utara (Sunter dan Kelapa Gading), hal ini dikarenakan daerah tersebut sangat strategis dan mudah dikunjungi oleh konsumen.

2. Segmentasi Demografis

Berdasarkan segmentasi demografis diatas, target dari R.M Angin Mamiri akan ditujukan untuk usia remaja hingga dewasa yang berkisaran antara umur 16 – 70 tahun, rumah makan ini ditujukan semua kalangan baik pria maupun wanita yang memiliki tingkat menengah keatas dengan tingkat penghasilan diatas 4 juta/bulan nya.

3. Segmentasi Psikografis .

R.M Angin Mamiri akan menyediakan tempat yang nyaman untuk pelanggan dan menciptakan berbagai kebutuhan pelanggan, sehingga akan dapat menciptakan suatu loyalitas terhadap pelanggan dengan cara mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang baik dengan pelanggan. Berikut R.M Angin Mamiri melakukan segmentasi psikografis sebagai berikut:





a. Gaya hidup

R.M Angin Mamiri fokus pada gaya hidup modern serta tidak lupa untuk memperkenalkan makanan – makanan yang khas dari Sulawesi sehingga menjadi pengalaman terbaru bagi konsumen dengan bidang kuliner yang berbeda dibandingkan dengan yang lainnya

b. keperibadian

Fokus segmentasi R.M Angin Mamiri yaitu menawarkan gaya hidup di dalam kuliner yang menyajikan masakan yang khas Sulawesi, khususnya bagi masyarakat kota besar seperti Jakarta yang belum mengetahui masakan dari Sulawesi ini

c. nilai

R.M Angin Mamiri juga fokus untuk menciptakan kepuasan pelanggan sehingga rumah makan ini dapat menciptakan loyalitas pelanggan dengan mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang baik dengan para pelanggan yang berkunjung.

4. Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku mengelompokkan pembeli berdasarkan pada pengetahuan, sikap, penggunaan, atau reaksi mereka terhadap suatu produk yang di tawarkan kepada konsumen. R.M Angin Mamiri juga fokus pada mereka yang memiliki gaya hidup moderen yang ingin mencoba untuk merasakan pengalaman baru dalam bidang kuliner yang belum pernah mereka rasakan sebelumnya.

Analisis S.W.O.T

Penerapan strategi matriks SWOT adalah sebagai berikut :

a. Strategi SO

1. melakukan promosi langsung kepada masyarakat, seperti membuat brosur, sepanduk dan media sosial.

Dengan melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat dengan cara menyebarkan brosur, memasang sepanduk dan media sosial, dengan begitu masyarakat yang memiliki gaya hidup yang suka berkumpul bersama dan masyarakat memiliki kegemaran dalam hal kuliner dapat menjadi salah satu tujuan untuk berkunjung ke rumah makan Angin Mamiri tersebut.

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.



2. melakukan pelatihan terhadap SDM untuk meningkatkan kualitas layanan.

R.M Angin Mamiri akan melakukan pelatihan-pelatihan terhadap setiap SDM yang akan melaksanakan tugas nya untuk melayani konsumen dengan penggunaan teknologi saat ini. Sehingga para SDM dapat melaksanakan dengan baik untuk memberikan kualitas layanan dengan sebaik-baiknya kepada konsumen yang datang ke rumah makan Angin Mamiri ini.

3. mendirikan rumah makan di tempat yang strategis

Dengan mendirikan usaha bisnis seperti rumah makan di tempat yang strategis, dengan Kepadatan penduduk yang semakin tinggi ini. Diharapkan banyak masyarakat yang akan melihat atau mengunjungi tempat ini untuk mencari tahu atau pun untuk mencoba menu yang ada di rumah makan ini. Lokasi ini juga menjadi faktor dalam membuka suatu usaha bisnis, karena merupakan salah satu jalur yang banyak di lewati oleh banyak, masyarakat

4. Menggunakan Bahan-bahan pilihan yang berkualitas

R.M Angin Mamiri menggunakan perkembangan teknologi untuk menyimpan bahan-bahan yang akan di olah dengan menjaga kualitas sebelum dilakukan proses pengolahan bahan yang akan dijadikan masakan yang akan di berikan kepada konsumen dengan kualitas produk yang baik

b.Strategi WO

1. meningkatkan lagi promosi secara besar - besaran dengan cara memasang sepanduk di tempat yang ramai, dan aktif di jejaring sosial.

Rumah makan Angin Mamiri akan meningkatkan promosi secara gencar agar rumah makan lebih mudah untuk di kenal di kalangan masyarakat dengan cara melakukan pemasangan sepanduk di tempat – tempat yang padat atau ramai serta aktif pada jejaring sosial seperti, twitter, facebook, instagram dan media sosial lainnya. Hal ini bertujuan agar nama usaha atau rumah makan tersebut dapat lebih terkenal lagi di kalangan masyarakat luas.

2. membangun suatu loyalitas konsumen agar usaha yang dijalankan dapat berkembang dengan baik

R.M Angin Mamiri akan membangun suatu loyalitas terhadap konsumen untuk menciptakan hubungan yang kuat dengan para konsumen, loyalitas merupakan kunci keberhasilan dalam membangun suatu usaha bisnis. Hal yang perlu dilakukan dalam membangun suatu

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.



loyalitas yaitu dengan melakukan interaksi dengan pelanggan sehingga dapat menjalin hubungan baik dengan setiap pelanggan yang berkunjung ke rumah makan ini

3. melakukan inovasi terhadap jenis menu makanan yang di tawarkan ke masyarakat

R.M Angin Mamiri akan melakukan inovasi dan akan menambah beberapa menu yang ada sesuai dengan apa yang di inginkan oleh pelanggan dan menjadi tren saat ini, agar menu lebih bervariasi dan dapat diminati oleh pelanggan yang berkunjung. Dengan adanya inovasi terhadap menu diharapkan R.M Angin Mamiri dapat lebih berkembang lagi di bandingkan dengan para pesaing.

c. Strategi ST

1. memberikan promosi yang menarik dengan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen.

R.M Angin Mamiri akan memberikan promosi – promosi yang menarik dengan memberikan kualitas layanan yang baik kepada setiap pelanggan yang ada di rumah makan ini, agar setiap pengunjung dapat merasakan berbagai macam promosi yang ada serta kualitas layanan yang baik kepada setiap pelanggan.

2. memberikan kenyamanan bagi pelanggan dengan fasilitas dan layanan yang diberikan kepada pelanggan

R.M Angin Mamiri juga akan mengutamakan fasilitas dan layanan yang akan diberikan kepada pelanggan mulai dari fasilitas yang lengkap dan layanan yang cepat dalam menangani pelanggan, sehingga pelanggan merasa nyaman dan juga rumah makan ini dapat bersaing dengan pesaing dengan mengutamakan fasilitas dan layanan yang lebih baik lagi.

d. Strategi WT

1. selalu akan melakukan pengecekan seraca lanjut terhadap kualitas produk, pelayanan, pencatatan dan melakukan pengembangan inovasi terhadap produk.

Rumah makan akan melakukan pengecekan berkas terhadap pembukuan untuk mengawasi penjualan dan pembelian bahan baku. Meskipun menggunakan teknologi komputer yang dapat secara otomatis mengawasi persediaan bahan baku, penulis juga akan membuat pembukuan secara manual,serta melakukan pengemangan suatu inovasi – inovasi terhadap menu yang akan di sajikan dan juga akan selalu

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.



melihat kualitas produk serta pelayanan yang akan di berikan kepada pelanggan.

2 melakukan inovasi pada Design Interior pada R.M Angin Mamiri sehingga menjadi lebih unik di bandingkan pesaing lainnya

R.M Angin Mamiri akan melakukan inovasi terhadap desain interior agar rumah makan ini lebih unik dengan desain yang berbeda dari pesaingnya dan menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan yang berkunjung ke rumah makan ini, yang merupakan inovasi yang sangat baik untuk menarik para pelanggan

Ramalan Industri dan Pasar

Ada 3 hal yang terkait erat dengan peramalan pasar yaitu adalah :

- a. Permintaan Pasar.
- b. Potensi Pasar
- c. Potensi Penjualan Perusahaan

Tujuan melakukan ramalan industri adalah untuk melakukan perkiraan permintaan terhadap suatu barang atau jasa dengan menilai apa yang akan dibutuhkan oleh konsumen di masa yang akan datang. Ramalan industri dan pasar dari R.M Angin Mamiri dapat di katakana akan bertumbuh dengan baik hal ini dikarenakan suatu gaya hidup masyarakat yang modern dan permintaan akan tempat berkumpul bersama keluarga maupun kerabat yang akan terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktunya.

GAMBARAN USAHA

Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2010:248), Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Konsumen akan membeli produk bila mereka merasa cocok akan produk tersebut. Karena itu, produk harus disesuaikan dengan keinginan pasar.

Jasa

Definisi jasa menurut Kotler dan Armstrong (2010:248), adalah bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, dan keputusan yang ditawarkan untuk dijual kepada konsumen yang pada dasarnya tidak terwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu.



1. Tidak berwujud

Jasa tidak berwujud adalah jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dicium sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidak pastian, pembeli mencari. Untuk mengurangi ketidak pastian, pembeli mencari ciri atau kualitas jasa.

2. Jasa Tidak terpisahkan

Jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediaannya, baik penyediaannya adalah manusia maupun mesin. Jasa diproduksi dan dikonsumsi bersamaan karena konsumen juga hadir pada saat jasa diproduksi.

3. Jasa Variabilitas

Kualitas jasa tergantung pada siapa yang memberikan, demikian pula kapan, di mana, dan bagaimana jasa itu diberikan.

4. Jasa Tidak tahan lama

Jasa tidak dapat disimpan pada siapa untuk dijual atau digunakan pada waktu yang akan datang. Sifat jasa yang mudah rusak ini tidak akan menjadi masalah apabila permintaan tetap berjalan lancar. Jika permintaan berfluktuasi, perusahaan jasa akan menghadapi asah yang rumit.

PERENCANAAN JASA DAN OPERASIONAL

Deskripsi Rencana Operasi

Sebelum menjalankan kegiatan usaha, diperlukan rencana operasi, untuk menjalankan bisnis rumah makan Berikut ini adalah langkah – langkah yang direncanakan oleh R.M Angin Mamiri dalam membuka usaha, antara lain:

1. Melakukan Perhitungan Bisnis
2. Pendaftar NPWP
3. Mendaftarkan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
4. Melakukan Survei Lokasi
5. Penyewaan Tempat
6. Melakukan Renovasi
7. Membeli Peralatan dan Perlengkapan
8. Mencanri Pemasok Bahan Baku



9. Merekrut Tenaga Kerja
10. Membuat Rincian Kerja Karyawan
11. Membuat Rencana Promosi
12. Pembukaan R.M Angin Mamiri

RENCANA PEMASARAN

Harga

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2010:314) harga adalah Sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditunjukkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Perusahaan harus menetapkan harga secara tepat karena jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi maka akan menyebabkan penjualan menurun, sedangkan jika harga yang ditetapkan terlalu rendah maka akan mengurangi keuntungan perusahaan. Berikut adalah beberapa pendekatan dalam penetapan harga menurut Kotler dan Armstrong (2010:315):

1. Penetapan harga berdasarkan nilai (*value-based pricing*)

Penetapan harga berdasarkan nilai menggunakan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjualan, sebagai kunci penetapan harga. Penetapan harga berdasarkan nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat mendesain suatu produk atau program pemasaran kemudian menetapkan harga. Perusahaan menetapkan harga target berdasarkan pada persepsi pelanggan atas nilai produk. Nilai dan harga yang ditargetkan kemudian mendorong keputusan mengenai desain produk dan biaya apa yang dapat ditanggung. Di bawah ini adalah dua jenis penetapan harga berdasarkan nilai :

- a. Penetapan harga dengan nilai yang baik (*good-value pricing*)
- b. Penetapan harga dengan nilai tambah (*value-added pricing*)

2. Penetapan harga berdasarkan biaya (*cost-based pricing*)

Penetapan harga berdasarkan biaya melibatkan penetapan harga berdasarkan biaya produksi, distribusi, dan penjualan produk beserta tingkat pengembalian yang wajar bagi usaha dan resiko. Penetapan harga berdasarkan biaya digerakan oleh produk. Berawal dari perusahaan mendesain sesuatu yang merupakan produk yang bagus, lalu menjumlahkan biaya untuk memproduksi produk tersebut, selanjutnya melakukan penetapan harga yang dapat menutupi biaya produksi ditambah dengan tingkat laba yang diinginkan, dan yang terakhir bagian

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.



pemasaran harus meyakinkan pembeli bahwa nilai pada produk tersebut sesuai dengan pengorbanan pembeli. Terdapat dua pendekatan dalam penetapan harga berdasarkan biaya, yaitu:

- a. penetapan harga berdasarkan biaya plus (*cost-plus pricing*)
- b. Penetapan harga berdasarkan titik impas (*break-even pricing*) atau penetapan harga berdasarkan sasaran keuntungan (*target profit pricing*)

3. Penetapan harga berdasarkan pesaing

Penetapan harga berdasarkan pesaing adalah menetapkan harga berdasarkan harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama. Penetapan harga yang akan dilakukan oleh R.M Angin Mamiri adalah Penetapan harga berdasarkan nilai

Distribusi

Saluran distribusi berfungsi untuk menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Saluran distribusi mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari mereka yang memerlukan atau menginginkannya.

Ada dua jenis tingkat saluran distribusi, yaitu saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Saluran distribusi langsung yaitu produsen yang akan menjual langsung ke konsumen akhir. Sedangkan saluran distribusi tidak langsung, yaitu saluran yang menggunakan satu tingkatan perantara atau lebih. R.M Angin Mamiri melakukan kerja sama langsung dengan para pemasok dalam membeli bahan baku yang diolah sebelum ditawarkan kepada konsumen, kemudian produk di jual secara langsung ke konsumen akhir.

Promosi

Promosi menjadi kegiatan dalam melakukan komunikasi produknya. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:76). Promosi merupakan suatu aktivitas untuk menyampaikan manfaat dari suatu produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Dengan demikian promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut. Berikut beberapa bentuk promosi yang dilakukan oleh R.M Angin Mamiri.

1. Media Sosial
2. Promosi Penjualan
3. Media Cetak
4. Membership



6. Papan Nama

Pengendalian Pemasaran

Pengendalian pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu bisnis. Dengan adanya pengendalian bertujuan untuk menjalankan kegiatan dengan baik dan apabila terjadi sesuatu yang tidak sesuai dengan standar dapat disesuaikan kembali menjadi normal. Berikut ini pengendalian pemasaran yang akan dilakukan oleh R..M Angin Mamiri

1. pengendalian produksi
2. pengendalian ketersediaan bahan baku
3. pengendalian kualitas layanan
4. pengendalian harga
5. pengendalian promosi
6. *feed back*
7. Evaluasi Karyawan

PERENCANAAN ORGANISASI

Bentuk Kepemilikan

Bentuk kepemilikan dari R.M Angin Mamiri adalah perusahaan Perseorangan karena perusahaan ini hanya di kelola dan diawasi oleh satu orang. Segala keuntungan dan resiko yang dimiliki secara pribadi. Keuntungan dari badan usaha perseorangan ini adalah

Balas Jasa

1. Kompensasi

Kompensasi adalah segala sesuatu yang di terima dapat berupa fisik maupun non fisik yang harus dihitung dan diberikan kepada seseorang yang umumnya merupakan objek yang dikecualikan dari pajak pendapatan. Kopensasi merupakan hal yang kompleks dan sulit,karena didalamnya melibatkan dasar kelayakan, logika, rasional, dan dapat dipertanggung jawabkan serta menyangkut faktor emosional dari aspek tenaga kerja.



Kompensasi di berikan dengan tujuan memberikan rangsangan dan motivasi kepada tenaga kerja untuk meningkatkan presentasi tenaga kerja untuk meningkatkan prestasi kerja, serta efisiensi dan efektivitas produksi. Oleh karena itu, bila kompensasi diberikan secara benar, para karyawan akan lebih terpuaskan dan termotivasi untuk mencapai sasaran organisasi.

Kompensasi yang akan di berikan kepada karyawan ada 2 jenis yaitu:

1. Imbalan Ekstrinsik adalah imbalan yang berbentuk uang dan ada juga yang berbentuk tunjangan lengkap antara lain, misalnya uang gaji, honor, bonus, Komisi dan insentif. Tunjangan pengkaf seperti, uang cuti, uang makan, uang transportasi, asuransi dan jamsostek.
2. Imbalan Interinsik adalah imbalan yang tidak berbentuk fisik dan hanya dapat dirasakan berupa kelangsungan pekerjaan, jenjang karier yang jelas, kondisi lingkungan kerja, pekerjaan yang menarik, dan lain – lain.

PENILAIAN RESIKO

Penilaian Resiko merupakan suatu metode yang dilakukan untuk mendeteksi atau mengevaluasi aktivitas kerja yang berfungsi untuk mencegah terjadinya kerugian perusahaan. Dalam menjalankan suatu bisnis usaha kita tidak dapat menghindari resiko yang akan dihadapi oleh perusahaan. Hal yang perlu dilakukan yaitu hanya mengurangi resiko yang akan diambil dengan cara mengumpulkan informasi sebanyak mungkin dan mempertimbangkan suatu langkah yang harus diambil untuk dapat mengurangi kerugian dan meminimalkan suatu resiko yang akan dihadapi.

A. Evaluasi Kelemahan Bisnis

Dalam setiap bisnis yang akan dijalankan akan memiliki suatu kelemahan yang ada. Kelemahan ini muncul dari lingkungan dalam maupun lingkungan luar. Kelemahan dari dalam lingkungan seperti buruknya kinerja para karyawan dan pelayanan sehingga dapat mengganggu aktifitas perusahaan, sedangkan kelemahan dari luar lingkungan yaitu banyaknya persaingan yang ada dengan produk yang sejenis. Hal yang perlu dilakukan yaitu bagaimana perusahaan mampu untuk mengatasi dan mengurangi setiap kelemahan yang ada dengan mengembangkan keunggulan yang ada pada perusahaan. Berikut ini adalah kelemahan – kelemahan yang ada pada R,M Angin Mamiri.

1. Belum dikenal oleh masyarakat.

Belum dikenalnya oleh masyarakat yang merupakan suatu pertimbangan pelanggan untuk memutuskan membeli atau menggunakan suatu produk, dan dapat dipercayakan kualitas yang ditawarkan kepada pelanggan memiliki kualitas yang baik



2. Persaingan harga.

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pelanggan untuk memilih dan membeli suatu produk. Dengan banyaknya pesaing yang menawarkan harga yang kompetitif membuat persaingan harga menjadi sangat ketat.

3. Kualitas Makanan.

Kualitas makanan merupakan yang utama dalam menjaga agar pelanggan dapat merasakan makan yang diberikan memiliki cita rasa yang enak di kalangan pelanggan sehingga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Dengan sedikit perubahan kualitas makanan, akan berdampak besar bagi pelanggan, sehingga pelanggan tidak akan datang lagi.

4. Kenaikan harga bahan baku.

Kondisi ekonomi yang tidak stabil dapat menyebabkan kenaikan harga terutama harga bahan baku dari pemasok, yang sangat mempengaruhi kenaikan harga jualan produk dan dapat menurunkan tingkat penjualan.

5. kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap palangga yang datang. Dengan kualitas pelayanan yang optimal makan akan memberikan rasa nyaman dari segi makanan dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu menjadai suatu kelemahan jika kualitas layanan tidak sesuai dengan standar kualitas karyawan.

B. Teknologi Baru

R.M Angin Mamiri tidak hanya mementingkan kualitas makanan yang dihasilkan, tetapi juga mementingkan perkembangan teknologi yang akan digunakan sehingga membuat kualitas layanan yang akan diberikan kepada pelanggan akan lebih baik. Teknologi yang di gunakan merupakan teknologi yang perlu di gunakan, sehingga biaya yang di keluarkan tidak terlalu mahal. Beberapa teknologi yang digunakan bertujuan untuk mempermudah jalannya perusahaan, teknologi yang di gunakan seperti, kompor gas, kulkas, blender, dan untuk digunakan dalam proses produksi, sedangkan Teknologi lainnya seperti CCTV, LCD TV dan WiFi yang dapat menunjang kenyamanan pelanggan.

C. Rencana Pengendalian

Setelah mengevaluasi kelemahan dari bisnis yang dimiliki maka, R.M Angin Mamiri akan mempersiapkan suatu rencana yang digunakan untuk mengatasi kemungkinan yang tidak diinginkan oleh perusahaan. Berikut ini adalah rencana untuk mengatasi resiko yang ada di R.M Angin Mamiri;



1. Pengecekan kualitas bahan baku.
2. Mencari cadangan pemasok.
3. Melakukan inovasi baru.
4. meningkatkan hubungan dengan karyawan.
5. Melakukan dekorasi yang berbeda.

RENCANA KEUANGAN

Perencanaan keuangan perlu dibutuhkan dalam mendirikan suatu usaha bisnis, yang merupakan faktor penting dalam membuat perencanaan keuangan, sebagai pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan yang akan diambil. Selain perencanaan keuangan merupakan aspek yang penting dari sumber penghasilan perusahaan yang merupakan petunjuk bagi perusahaan untuk mengatur dan mengontrol kondisi keuangan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya.

Perencanaan keuangan yang akan disusun oleh R.M Angin Mamiri meliputi rencana kebutuhan dana, proyeksi penjualan, biaya tenaga kerja, biaya penyusutan, biaya sewa toko, biaya utilitas, biaya pemasaran, biaya perlengkapan, biaya *maintenance*, biaya bahan baku, *performa income statemen*, *performa cash flow*, *performa balance sheet*, kelayakan usaha, dan analisis investasi dengan metode *Net Present Value (NPV)*, *Probability Index (PI)*, *payback Period (PP)*, *Breck Event Point (BEP)*, dan *Internal Rate of Return (IRR)*.

A. Rencana Kebutuhan Dana

Keterangan	Jumlah
Kas awal	14,539,470
Biaya Pembelian Bahan Baku	510,703,730
Biaya Sewa Bangunan	160,000,000
Biaya Dekorasi dan renovasi	40,000,000
Biaya Peralatan Rumah Makan	76,173,000
Biaya Peralatan Dapur	38,428,500
Biaya Perlengkapan Rumah Makan	4,840,500
Biaya Perizinan Usaha	3,500,000
Biaya Pemasaran	1,814,800
Total Kebutuhan Dana	850,000,000



REKOMENDASI

Modal yang dibutuhkan untuk mendirikan R.M Angin Mamiri yaitu sebesar Rp 850.000.000,- Dana tersebut digunakan untuk, sewa gedung sebesar Rp.160.000.000, dalam jangka lima tahun, pembelian bahan baku sebesar Rp. 510.703.730,- biaya renovasi bangunan sebesar Rp 40.000.000, biaya perijinan usah sebesar Rp. 3.500.000. pembelian perlengkapan R.M sebesar Rp4,840,500 ,- biaya peralatan dapur sebesar Rp38,428,500,- biaya peralatan R.M sebesar Rp 76,173,000,- biaya yang digunakan untuk pemasaran sebesar Rp. 1.814.800,- dan kas sebesar, Rp 14,539,470,-. Pendirian R.M Angin Mamiri ini menggunakan 100% modal yang dipinjam oleh orang tua untuk mendirikan usaha Rumah Makan Angin Mamiri.

Setelah melakukan analisis industri dan membuat perhitungan proforma *income statement*, proforma cash flow, proforma balance sheet, dan analisis kelayakan usaha yang akan dijalankan, maka dapat disimpulkan antara lain:

1. Hasil perhitungan dari *Net present Value* (NPV) yang lebih besar dari 1, yaitu sebesar Rp 1.140,382,626 yang artinya usaha R.M Angin Mamiri mendapatkan keuntungan dan layak untuk dijalankan.
2. Perkiraan R.M Angin Mamiri setiap tahunnya selalu melebihi nilai permintaan target *Break event point*-nya sehingga usaha layak untuk dijalankan.
3. Hasil perhitungan Profitability Index dari R.M Angin Mamiri bernilai 2.341 yang lebih besar dari 1, sehingga usaha R.M Angin Mamiri ini layak untuk dijalankan.
4. Hasil dari perhitungan *Payback Period* R.M Angin Mamiri akan mencapai titik balik modal dalam waktu 2 tahun 3 bulan yang diperoleh lebih pendek waktunya dari maximum payback period-nya, sehingga layak untuk dijalankan.
5. Hasil perhitungan *Internal Rate of Return* yang diperoleh oleh R.M Angin Mamiri adalah 30.89%. Hasil perhitungan IRR lebih besar dari *discount factor* yang telah ditetapkan, yaitu 6.50%, sehingga usaha R.M Angin Mamiri layak untuk dijalankan.

Berdasarkan kesimpulan diatas, R.M Angin Mamiri sudah memenuhi semua aspek analisis kelayakan untuk menjalankan suatu usaha. Sehingga dapat dikatakan bahwa R.M Angin Mamiri sebagai usaha yang layak untuk dijalankan.