

BAB II

PERENCANAAN BISNIS PADA JAMUR KRISPI KRENYEZ

Dalam suatu perusahaan memiliki data perusahaan yang meliputi nama pemilik, susunan pemegang saham, struktur organisasi, bentuk kepemilikan bisnis, alamat perusahaan, nomor telepon, *e-mail* yang mana dalam data perusahaan ini akan mencerminkan bergerak dalam bidang apa dan produk atau jasa apa yang diproduksi oleh suatu perusahaan tersebut. Berikut adalah data dari perusahaan yang penulis rencanakan:

A. DATA PERUSAHAAN

Nama Perusahaan : JAMUR KRISPI KRENYEZ

Bidang Usaha : Kuliner

Jenis Produk/ Jasa : Makanan Ringan Sehat

Alamat Perusahaan : Jl.Prof.T.M.Hanafia (Sekitaran Fakultas Ekonomi)

Nomor Telepon : 085762507444

Alamat Email : JK@yahoo.com

Mulai berdiri : 31 Mei 2011

B. BIODATA PEMILIK/ PENGURUS

Nama : Muhammad Dimas Taufan

Jabatan : Pemilik Perusahaan

Tempat/Tgl Lahir : Medan/ 11 Februari 2011

Alamat Rumah : Jl. Delima Raya No.21AA Marendal

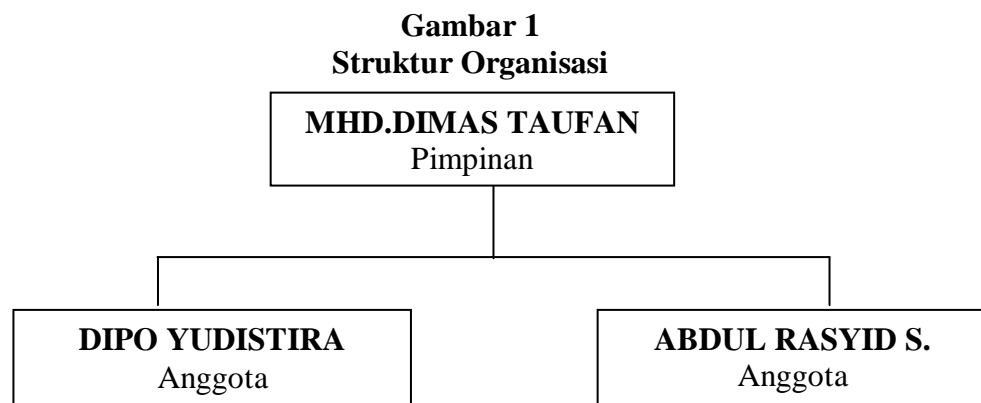
Nomor Telepon : 085762507444

Alamat Email : justdimas@ymail.com

Pendidikan terakhir : SMA

Pengalaman Kerja : Karyawan Swasta

C. STRUKTUR ORGANISASI



Struktur organisasi mengidentifikasi peran dan tanggung jawab karyawan yang dipekerjakan oleh setiap perusahaan. Oleh karenanya setiap perusahaan akan memiliki struktur yang berbeda tergantung skala perusahaan dan jenis perusahaan. Struktur perusahaan yang baik adalah struktur yang mampu memfasilitasi orang untuk bekerjasama tanpa terjebak menciptakan birokrasi yang

berbelit-belit. Sehingga struktur yang ada akan mengoptimalkan kelebihan dan menutupi kelemahan dari setiap bagian atau individu.

Organisasi yang efektif, sumber-sumber daya manusia, dan sumber-sumber daya material menyebabkan meningkatnya produktivitas. “ sinergisme ” dimana anggota-anggota suatu perusahaan mengkombinasikan upaya mereka secara kolektif guna melaksanakan tugas-tugas yang akan melampaui jumlah dari upaya individual mereka (strategi dapat dicapai melalui pengintegrasian tugas-tugas yang terspesialisasi).

Struktur organisasi sangat dibutuhkan dalam suatu organisasi. Karena dengan struktur organisasi kita dapat memahami bagian dan kerja masing-masing setiap anggota organisasi yang mana ini juga mencerminkan sikap profesionalisme suatu perusahaan atau organisasi.

Untuk saat ini dalam struktur organisasi kami hanya masih 3 orang termasuk penulis yang terlibat dalam pengelolaan rencana ini. Kedepannya akan lebih banyak lagi tenaga kerja yang akan diserap. Penulis yakin ketika usaha ini telah berjalan akan menjadi usaha yang berkembang dan menjadi perusahaan yang besar.

D. ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

1. Produk yang Dihasilkan

Perencanaan yang perlu dilakukan menyangkut produk (output), terutama pada usaha manufaktur dan industri pengolahan adalah:

a. Dimensi Produk

Dimensi produk berkenaan dengan sifat dan ciri-ciri produk yang meliputi bentuk, ukuran, warna serta fungsinya. Produk yang berbahan baku jamur disajikan dalam bentuk keripik (gorengan).

b. Nilai / Manfaat Produk

Produk Jamur Krispi Krenyez yang ditawarkan memiliki manfaat yang positif bagi kesehatan konsumen. Inilah manfaat inti (*core benefit*) dari produk Jamur Krispi Krenyez. Jamur (Jamur Tiram) yang diolah memiliki banyak kandungan gizi yang bermanfaat. Produk Jamur Krispi Krenyez juga memiliki *Potential Benefit* (manfaat potensial) seperti menjaga lingkungan dan memperdulikan kesehatan pelanggan.

c. Kegunaan / Fungsi Produk

Produk konsumsi, yaitu produk yang dibeli dan digunakan oleh konsumen akhir (pemakai akhir). Produk Jamur Krispi Krenyez merupakan *Shopping goods*, yaitu produk-produk yang dibedakan oleh konsumen berdasarkan kualitas, harga, tren, dan gaya.

2. Keunggulan Produk

”Jamur Krispi Krenyez” bukan usaha yang pertama, melainkan usaha *follower* yang mengikuti usaha sejenis lainnya yang sudah lebih dulu ada. Oleh karena itu, dalam aspek pembahasan pemasarannya, ”Jamur Krispi

Krenyez” hanya membahas dari sisi *positioningnya* saja, karena produk sudah dikenal di pasar meski belum menyentuh pasar secara keseluruhan.

Positioning adalah bagaimana kita menempatkan usaha kita diantara pesaing usaha yang sejenis. Disini ”Jamur Krispi Krenyez” menempatkan dirinya di benak konsumen melalui berbagai pendekatan kepada konsumen, yaitu dengan memeberikan fasilitas membership pada pelanggan. ”Jamur Krispi Krenyez” juga memberikan potongan 10% bagi member yang membawa kemasan sendiri berupa wadah bekal berukuran kecil yang terbuat dari bahan plastik yang telah diberi merek Member JK Care dan nama pelanggan yang diperoleh saat pelanggan mendaftarkan diri sebagai member, ini sebagai bentuk kepedulian ”Jamur Krispi Krenyez” terhadap lingkungan yang diberi nama **“Member JK Care”**

”Jamur Krispi Krenyez” juga memberikan isu-isu kesehatan kepada pelanggan. Hal ini dirasa akan menguatkan persepsi konsumen terhadap produk-produk ”Jamur Krispi Krenyez” adalah produk yang sehat.

Keunggulan kompetitif produk kami antara lain :

- a. Rasa yang sangat gurih di setiap gigitan.
- b. Kesegaran dari jamur sangat terasa.
- c. Kemasan yang ramah lingkungan .
- d. Harga yang terjangkau untuk produk ini.
- e. Mendapatkan potongan harga jika membawa kemasan member dari produk kami.

3. Gambaran Pasar

- a. Perkiraan / prediksi jumlah permintaan konsumen terhadap produk.

Proyeksi permintaan konsumen dalam beberapa periode / tahun mendatang dengan fungsi kenaikan $x\%$ per tahun sesuai kenaikan jumlah penduduk. Laju pertumbuhan penduduk kota Medan periode tahun 2000-2004 cenderung mengalami peningkatan tingkat pertumbuhan penduduk pada tahun 2000 adalah 0,09% dan menjadi 0,63% pada tahun 2004 (sumber Wikipedia). Dirata-ratakan pertumbuhan penduduk adalah 0,36% per tahun. Maka diasumsikan peningkatan permintaan adalah 36% pertahun.

Tabel 2
Proyeksi Permintaan Konsumen

Tahun	Perkiraan Permintaan (dalam Unit)
2011	21600
2012	29376
2013	39951

b. Penawaran

1) Penawaran dari produk pesaing sejenis di pasar

Tabel 3
Penawaran dari produk sejenis Dipasar

Nama Perusahaan Pesaing	Kapasitas Produksi / Tahun (dalam Unit)
Jamur Crispy (Marelan)	15000

2) Proyeksi penawaran dalam beberapa periode / tahun mendatang. Proyeksi penawaran disesuaikan dengan permintaan seperti kenaikan x % per tahun sesuai pertumbuhan proyeksi permintaan. Diasumsikan kenaikan penawaran 5% per tahun, maka:

Tabel 4
Proyeksi Penawaran Jamur Krispi Krenyez

Tahun	Perkiraan Penawaran (dalam Unit)
2011	23400
2012	24570
2013	25799

4. Target atau Segmen Pasar yang Dituju

Dalam suatu perusahaan pasti akan memiliki target atau segmentasi pasar yang dituju untuk mengembangkan usaha yang diproduksi oleh perusahaan. Disini penulis juga memiliki target atau segmen pasar yang dituju yaitu penduduk di kawasan daerah Dr.Mansyur yang berkisar kurang lebih 10.000 jiwa. Selain dari penduduk Dr.Mansyur sendiri, target pasar yang dituju adalah masyarakat kota Medan yang melewati atau sengaja berkunjung ke tempat usaha ini.

Namun, dikarenakan tempat usaha ini berdekatan dengan salah satu Sekolah Dasar dan salah satu Madrasah. Maka para murid dan guru di sekolah tersebut menjadi target pasar kami. Dalam segmentasi pasar, usaha ini tidak mengelompokkan siapa yang menjadi konsumen akan produk yang kami hasilkan ini. Kami yakin dengan target atau segmentasi pasar yang kami tuju ini akan membuat usaha ini menjadi lebih berkembang karena melihat dari usaha yang menjanjikan dan demografi yang sangat baik untuk usaha ini.

Pembatasan segmentasi pasar untuk Usaha Kecil Mikro (UKM) ini tidak akan membuat usaha ini maju dan berkembang melainkan akan menjadikan usaha ini akan mengalami kemunduran jika menerapkan pembatasan segmentasi pasar. Produk dari usaha ini mengarah ke segala lapisan masyarakat karena dari segi harga yang cukup terjangkau sehingga

dapat di nikmati oleh berbagai lapisan masyarakat. Dengan harga yang terjangkau masyarakat dapat menikmati makanan ringan yang sehat.

5. Trend Perkembangan Pasar

Masyarakat Indonesia sangat mengikuti trend suatu produk di pasar saat ini. Penulis sangat yakin ketika usaha ini telah berjalan akan menjadi perusahaan yang dapat berkembang cepat. Hal ini dapat dilihat dari kondisi perekonomian Indonesia yang cukup baik dan selera masyarakat untuk mencoba suatu produk yang unik.

Dari analisis perkembangan pasar yang penulis lakukan pertumbuhan ekonomi, inflasi dan tingkat suku bunga mempengaruhi dari trend perkembangan pasar ini. Dari segi pertumbuhan ekonomi dapat dilihat bahwa tingkat pertumbuhan ekonomi di Indonesia sedang membaik dan ini sangat mempengaruhi tingkat pendapatan masyarakat. Hal ini mempengaruhi karena dengan tingkat pendapatan yang baik maka masyarakat akan tinggi pula untuk mengkonsumsi suatu produk. Keinginan masyarakat untuk mengkonsumsi suatu produk maka akan tinggi pula hasrat masyarakat untuk mengkonsumsi produk dari usaha penulis.

Dari segi inflasi, faktor ini mempengaruhi dalam perkembangan usaha penulis. Dikarenakan ketika inflasi tinggi maka akan berimbas pada bahan baku penolong usaha ini. Dengan tingginya inflasi maka tinggi pula harga

bahan baku penolong yang akan berimbas pada harga produk usaha penulis. Namun, ketika inflasi turun maka bahan baku penolong juga akan turun sehingga berimbas pula pada harga produk usaha penulis.

Dari segi tingkat suku bunga, faktor ini juga mempengaruhi akan perkembangan usaha ini. Namun, dapat dilihat bahwa tingkat bunga mempengaruhi ketika usaha yang dijalankan mendapat pinjaman dari pihak ketiga yakni bank. Dalam usaha ini, modal untuk pendirian usaha ini merupakan usaha dari modal sendiri dan usaha ini tidak akan terpengaruh akan naik atau turunnya tingkat suku bunga. Dengan modal sendiri ini kami sangat yakin akan dapat mengembangkan usaha ini menjadi perusahaan *franchise* yang besar.

6. Proyeksi Penjualan

Perencanaan kapasitas produksi dilakukan untuk semua mesin, peralatan, dan faktor produksi lainnya sesuai dengan rencana jumlah produk akhir yang akan dihasilkan. Dengan sendirinya, kapasitas produksi sampai dengan tingkatan yang rinci semuanya akan mengacu pada hasil dari perhitungan peluang pasar atas produk yang bersangkutan. Kapasitas produksi biasa dinyatakan dalam unit per periode waktu tertentu (tahun, bulan, minggu, hari, atau jam). Untuk perencanaan strategis, proyeksi kapasitas penjualan dilakukan dalam jangka minimal 3 tahun ke depan, sesuai dengan rencana produksinya

Tabel 5
Proyeksi Penawaran Jamur Krispi Krenyez

Tahun	Perkiraan Penawaran

	(dalam Unit)
2011	23400
2012	24570
2013	25799

Dengan melihat data diatas, penulis juga memproyeksikan rencana penjualan seperti di bawah ini:

Tahun	Permintaan (A) (unit)	Penawaran (B) (unit)	Peluang (C = A-B) (unit)	Rencana Penjualan (unit)	Pangsa Pasar (unit)
2011	21600	23400	1800	22500	55,0%
2012	29376	24570	4806	26973	55,1%
2013	39951	25799	14152	32875	55,2%

7. Analisis Pesaing

Strategi pemasaran perusahaan dilakukan berdasarkan analisa 7 P dengan alat analisis SWOT menurut Kottler yang terdiri atas :

Product

Strategi mengenai bagaimana produk usaha kita dapat menarik hati konsumen untuk membelinya. Produk yang ditawarkan merupakan produk kripik jamur tiram yang memiliki kualitas terbaik dengan kadar gizi yang tinggi dan menyehatkan dan sekaligus berkhasiat obat. Sebagai makanan

vegetarian, jamur ini memberi manfaat kesehatan karena jamur tiram mengandung asam amino essensial, protein tinggi (19-35%), lemak tidak jenuh (unsaturated) yang aman bila dikonsumsi karena tidak menyebabkan timbulnya kolesterol darah, vitamin, mineral dan serat yang cukup tinggi (7,4-27,6%). Dan juga berkhasiat mencegah tekanan darah tinggi, diabetes, kelebihan kolesterol, anemia, meningkatkan daya tahan tubuh terhadap serangan polio dan influenza serta kekurangan gizi.

Price

Strategi mengenai bagaimana produk kita lebih menarik konsumen dari segi harga dibandingkan pesaing. Umumnya konsumen lebih tertarik kepada produk dengan harga yang lebih murah.

Pricing menurut Raymond Corey adalah ekspresi nilai yang menyangkut kegunaan dan kualitas produk, citra yang terbentuk melalui iklan dan promosi, ketersediaan produk melalui jaringan distribusi, dan layanan yang menyertainya. Sehingga pricing bukan semata-mata biaya produksi ditambah dengan margin keuntungan yang akan kita ambil. Melainkan sebuah nilai yang mencerminkan value proposition. Dalam menentukan harga kripik jamur tiram, kita mempertimbangkan hal-hal yang telah disebutkan oleh Raymond Corey. Harga yang tepat akan memiliki ikatan yang erat antara pembeli dan produsen. Harga produk tidak lebih murah daripada produk pesaing, karena harga tersebut merupakan harga yang sudah sesuai dengan ongkos produksi yaitu **Rp 4000,-**. Namun, ada

potongan 10% bagi pelanggan yang membawa kemasan produk yang diperoleh saat mendaftarkan diri sebagai member Jamur Krispi Krenyez (JKK).

Promotion

Strategi mengenai bagaimana produk kita dapat dikenal oleh konsumen melalui cara Personal Selling yaitu promosi melalui penjualan langsung ke tempat konsumen berada dengan menawarkan dan mencoba produk langsung.

Placement

Merupakan cara untuk mendistribusikan produk kita untuk sampai ke tangan konsumen. Sistem distribusi yang dilakukan secara langsung ke konsumen.

People

Merupakan kriteria sumber daya manusia secara umum yang dapat meningkatkan penjualan produk ke konsumen secara langsung ataupun tidak langsung. Direncanakan, usaha ini dilaksanakan oleh pemilik sendiri sebagai pemilik aktif. Maka sedapat mungkin pemilik mengutamakan pelayanan dengan sikap yang ramah, sopan dan bersahabat.

Process

Proses yang ditampilkan kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk membeli. Proses yang dapat ditampilkan seperti proses produksi yang baik ataupun proses pelayanan terhadap konsumen. Dalam proses, pelanggan dapat melihat secara langsung proses pembuatannya. Disini operasional usaha dituntut untuk menjaga kualitas produksi seperti mengutamakan kebersihan, langkah kerja yang efektif dan tangkas menanggapi permintaan.

Physical Evidence

Penampilan fisik dari fasilitas pendukung atau sarana dalam menjual produk yang dapat dilihat langsung oleh konsumen. Logo official dari Jamur Krispi terinspirasi dari warna hijau, biru kemudian dengan tulisan jamur krispi Krenyez (Jamur Tiram) berwarna hitam dan kuning. Dan di bagian belakang kemasan ditulis kandungan manfaat dari jamur tiram yang menjadi bahan baku Jamur Krispi Krenyez ini.

Kemasan produk berisi nama berikut alamat usaha. Kemasan terbuat dari kantong kertas tanpa menggunakan plastik. Ini akan menghemat ongkos produksi serta menjadi indikator kepedulian terhadap lingkungan. Dan bagi member akan disediakan kemasan khusus berbentuk kemasan bekal kecil yang terbuat dari bahan pelastik yang sudah berlabel.

Dari analisis pasar dan pesaing yang penulis lihat bahwa, pesaing dari usaha keripik jamur ini bukan dari produk yang sejenis melainkan pesaing

yang bersifat substitusi yakni usaha gorengan, usaha ayam goreng krispi dan juga usaha pisang goreng krispi. Adapun keunggulan dan kelemahan dari produk yang kami tawarkan dan kompetitor sebagai berikut:

Tabel 7
Kelebihan dan Kelemahan Produk Kompetitor

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Usaha Gorengan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih ekonomis dari segi harga 2. Lebih mengenyangkan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang menyehatkan 2. Kurang higienisnya produk yang dihasilkan
Usaha Ayam Krispi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih mengenyangkan dari jamur. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesegaran yang kurang dijamin dari ayam yang di goreng. 2. Kurangnya unsur kesehatan dalam ayam. 3. Harga sedikit lebih mahal.
Usaha Pisang Goreng Krispi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagi konsumen penggemar rasa manis akan lebih berminat pada produk ini 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berkurangnya uinsur kesehatan diakibatkan menggunakan tambahan bahan makannan seperti coklat, keju dan bahan berlemak sejenisnya.

E. ASPEK PRODUKSI

1. Bahan Baku dan Bahan Penolong

Perencanaan bahan baku dan bahan pembantu merupakan bagian utama untuk perhitungan kebutuhan modal kerja. Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah suplier, kuantitas, harga beli, persyaratan pembelian, ketersediaan, dan persediaan. Bahan baku yang digunakan adalah (dihitung berdasarkan kebutuhan per hari):

Tabel 8
Bahan Baku dan Bahan Penolong

No.	Uraian	Banyak	Harga Satuan	Jumlah Harga
1	Jamur Tiram	5kg	Rp. 15.000	Rp. 75.000
2	Tepung Beras	1kg	Rp. 7.000	Rp. 7.000
3	Tepung Terigu	1kg	Rp. 7.000	Rp. 7.000
4	Maizena	0,10kg	Rp. 45.000	Rp. 4.500
5	Telur	0,25kg	Rp. 12.000	Rp. 3.000
6	Minyak Goreng	3kg	Rp. 12.500	Rp. 37.500
7	Bawang Putih	0,5kg	Rp. 4.000	Rp. 2.000
8	Pengemas kertas	65 pcs	Rp. 250	Rp. 16.250
9	Toples adonan	3 pcs	Rp 15.000	Rp 45.000
10	Pengemas member	3 pcs	Rp 3.500	Rp 10.500
11	Gula	1ons	Rp. 1.000	Rp. 1.000
12	Ketumbar	1ons	Rp. 1.000	Rp. 1.000

13	Garam	1 ons	Rp. 300	Rp. 300
	Total			Rp 210.050

2. Proses Produksi

Perencanaan proses produksi pada dasarnya menjelaskan tahapan-tahapan proses yang diperlukan untuk menghasilkan produk atau output yang dimaksud. Bentuk proses biasa digambarkan dalam lembaran skema atau diagram alur yang disertai dengan keterangan deskriptif.

Berikut merupakan proses produksi Jamur Krispi Krenyez:

1. Membeli bahan baku pada pemasok . Di sini pemasok bahan jamur tiram kami adalah saudara Aris (Medan) yang memiliki usaha budidaya jamur tiram.



2. Menyediakan bahan bahan tambahan, seperti tepung yang digunakan, telur, minyak dsb, dan memisahkannya kedalam 3 tempat.
 1. Merupakan adonan dari, tepung terigu dan garam;
 2. Merupakan adonan dari , air, telur, bawang, garam, ketumbar;

3. Merupakan adonan dari, tepung beras, tepung maizena, garam, dan sedikit ketumbar.

3. Cucu bersih jamur tiram

4. Masukkan jamur yang sudah dicuci bersih kedalam wadah 1, kemudian ke wadah 2, lalu kewadah 3



Adonan telur



2

3

5. Setelah dari wadah 3, masukkan jamur yang sudah di adon ke dalam penggorengan yang sudah diisi oleh minyak yang telah dipanaskan sebelumnya.

6. Setelah Jamur masak dan berubah warna menjadi kekuningan, angkat , tiriskan, dan sajikan.



- ✓ mengandung asam amino essensial, protein tinggi (19-35%)
- ✓ lemak tidak jenuh (unsaturated) yang aman bila dikonsumsi karena tidak menyebabkan timbulnya kolesterol darah
- ✓ vitamin, mineral dan serat yang cukup tinggi (7,4-27,6%)

- ✓ berkhasiat mencegah tekanan darah tinggi, diabetes, kelebihan kolesterol, anemia
- ✓ meningkatkan daya tahan tubuh terhadap serangan polio dan influenza serta kekurangan gizi

3. Peralatan yang Dibutuhkan

Baik untuk skenario pembelian ataupun sewa, daftar mesin dan peralatan juga harus dirinci sedetail mungkin proyeksinya. Perencanaan ini tetap selalu berkaitan dengan kapasitas dan kompetensi teknis wirausahawan.

Tabel 9
Peralatan yang Dibutuhkan

Nama Mesin/Peralatan	Merk	Jumlah Unit	Harga	Jumlah Harga
1. Kompor Gas	Miyako	1	Rp. 100.000	Rp. 100.000
2. Tabung Gas	LPG 3kg	1	Rp. 100.000	Rp. 100.000
3. Gas 3kg (Isi)	Pertamina	1	Rp. 15.000	Rp. 15.000
4. Nampan	Clarix	1	Rp. 15.000	Rp. 15.000
5. Pisau	Kiwi	1	Rp. 20.000	Rp. 20.000
6. Kualiti	Maxim	1	Rp. 50.000	Rp. 50.000
7. Baskom	Kiramas	1	Rp. 10.000	Rp. 10.000
8. Timbangan	Lion Star	1	Rp. 30.000	Rp. 30.000
9. Codet	Carrefour	1	Rp. 5.000	Rp. 5.000

Total Pembelian Mesin/Peralatan				Rp. 345.000
------------------------------------	--	--	--	-------------

4. Sarana Penunjang

Instalasi sarana penunjang berkaitan dengan tata letak (*lay-out*) yang termasuk dalam anggaran investasi. Pemasangan sarana penunjang ini meliputi listrik, air, telepon, internet, dan lain-lain. Sarana penunjang juga menjadi salah satu faktor penting dalam menjalankan suatu usaha.

Tabel 10
Sarana Penunjang

Jenis Biaya	Jumlah Biaya (per bulan)
1. Listrik	Rp 30.000,-
2. Air	Rp 20.000,-
3. Sewa Tempat	Rp200.000,-
Total Biaya Sarana Penunjang :	Rp 250.000,-

F. ANALISIS SUMBER DAYA MANUSIA (SDM)

Perencanaan tenaga kerja langsung (TKL), juga perlu memperhatikan hal-hal mengenai kualifikasi, tarif upah, jumlah tenaga yang dibutuhkan, dan persyaratan kerja. Karena dalam usaha ini pemilik juga merupakan investor aktif yang berarti pemilik juga menjalankan pekerjaan operasional, maka system penggajian tidak dihitung secara spesifik melainkan menerima pembagian dari laba

yang didapatkan. Sehingga untuk saat ini usaha pemilik belum memerlukan tenaga kerja tambahan karena masih dapat mengelola sendiri usaha ini.

G. RENCANA PENGEMBANGAN PASAR

1. Strategi Produksi

Dalam strategi produksi, pemilik akan meningkatkan kualitas dan kuantitas dari produk yang dihasilkan. Namun, akan tetap menstabilkan harga dari produksi tersebut. Hal ini direncanakan untuk lebih mengembangkan dan mengekspansi usaha ini untuk lebih berkembang.

Produk yang ditawarkan perusahaan ini pasti memiliki kendala dalam berubahnya selera pasar. Hal ini menjadi sorotan penting untuk terus berinovasi agar mempertahankan eksistensi dari produk yang dihasilkan. Seperti membuat varian rasa jamur krispi. Misalnya pilihan rasa Jamur Krispi biasa, Jamur Krispi Krenyez Pedas dan Jamur Krispi Krenyez manis, yang masih menggunakan bahan penambah rasa yang wajar dan sehat. Seperti menambahkan merica pada Jamur Krispi Krenyez Pedas dan menambahkan gula pada adonan Jamur Krispi Krenyez Manis.

2. Strategi Organisasi dan SDM

Dalam penerapan strategi organisasi dan SDM juga sangat diperhatikan karena organisasi dan SDM mempengaruhi berkembangnya

usaha ini. Strategi yang diterapkan adalah dengan memberikan motivasi dan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi.

Meningkatkan prestasi kerja dapat dilakukan dengan memotivasi dan melibatkan karyawan dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produk. Namun, yang menjadi perhatian adalah motivasi bukan dilihat dari seberapa banyak intensif yang diberikan melainkan sejauh mana karyawan dilibatkan dalam perusahaan.

3. Strategi Marketing

Marketing juga mempengaruhi berkembangnya usaha ini. Strategi yang marketing yang akan dilakukan adalah dengan lebih memasarkan usaha ini dengan:

1. membuat brosur, poster dan flyer yang akan lebih dipasarkan kepada masyarakat umum.
2. Mempromosikan melalui jaringan sosial internet, guna untuk memperkenalkan produk ini ke masyarakat luas. Memberi tau kepada masyarakat tentang manfaat produk ini. Namun pemesanan tidak bisa dilakukan. Marketing menjadi salah satu strategi yang dapat meningkatkan, mengembangkan dan ekspansi perusahaan.

Dalam memasarkan produk ini dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan fasilitas internet seperti : facebook, twitter, blog dan sarana internet lainnya yang mendukung pemasaran ini.

4. Strategi Keuangan

Dalam mengembangkan usaha, pemilik akan menambah armada untuk mengembangkan usaha dengan modal sendiri yang telah didapat dari keuntungan yang selama ini didapat.

Dengan pemanfaatan kas secara baik, akan meningkatkan perkembangan dan berekspansi dalam bidang usaha dalam yang berbentuk franchise ini.

H. PEMANFAATAN IT

Dalam persaingan bisnis yang semakin keras dan ketat saat ini, IT memegang peranan penting dalam pengembangan bisnis. Yang menjadi titik point adalah bagaimana teknologi dapat digunakan dan apa yang perlu diketahui bisnis mengenai teknologi sehingga memberi dampak terhadap strategi bisnis dan selalu terlibat dalam berbagai perencanaan serta pengkajian strategi bisnis.

Dalam pemanfaatan IT, Jamur Krispi Krenyez menggunakan jaringan internet untuk memasarkan usaha ini. Bukan hanya lokal yang mengetahui tetapi siapa saja yang akan membuka internet. Karena usaha ini memiliki alamat di internet yang dapat dikunjungi oleh siapapun. Diharapkan sampai ke luar negeri dan

ada pasar dari luar negeri yang berminat membuka usaha menengah seperti ini di negaranya.

Disini pemanfaatan dari IT sangat diperlukan agar usaha ini tetap jalan dan berkembang. Dengan IT, dapat membagi informasi mengenai perkembangan usaha dan mengekspansikan sampai seluruh Indonesia dengan sistem franchising.

I. ANALISIS KEUANGAN

1. Proyeksi Keuangan

Aspek finansial dari proposal bisnis dapat memperlihatkan potensi dana yang dimiliki, kebutuhan dana eksternal, perhitungan kelayakan usaha, termasuk di dalamnya 3 performansi laporan keuangan: neraca, rugi-laba, dan *cash flow*. Secara ringkas, dapat diberikan format sederhana perhitungan kelayakan usaha secara finansial sebagai berikut:

a. Sumber Pendanaan (dalam jutaan rupiah)

Tabel 11
Sumber Pendanaan

Uraian	Persentase (%)				Jumlah
	(a)	(b)	(c)	(d)	(c = a + b + c + d)
1. Modal Sendiri	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	10.000.000
2. Pinjaman	0	0	0	0	0
Jumlah (1+2)					10.000.000

b. Kebutuhan Pembiayaan/Modal Investasi

Tabel 12
Kebutuhan pembiayaan/ Modal Investasi

Uraian	Jumlah
a. Tanah	Rp. 2.400.000
b. Bangunan	Rp. 0
c. Mesin/Peralatan	Rp. 345.000
d. Peralatan Kantor	Rp. 0
e. Alat angkut/gerobak	Rp. 2.000.000
g. Biaya pra operasi	Rp. 500.000
Jumlah	Rp. 5.245.000

2. Laporan Keuangan

PROYEKSI ARUS KAS 4 TAHUN KE DEPAN (dalam jutaan rupiah)

JAMUR KRISPI KRENYEZ

Proyeksi Aliran Kas Usaha (Berdasarkan proyeksi peningkatan proyek penjualan sebesar 36% per tahun).

Tabel 13

Uraian	Tahun			
	1	2	3	4
a. Sumber dana (<i>in flow</i>)	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
b. Penggunaan dana (<i>out flow</i>)	5.745.000	7.813.200	10.625.952	14.451.295
c. Arus kas bersih (<i>net flow</i> = a – b)	4.255.000	2.168.800	(625.952)	(4.451.295)
d. Keadaan kas awal	0	4.255.000	6.423.800	5.797.848
e. Keadaan kas akhir (c + d)	4.255.000	6.423.800	5.797.848	1.346.553

Salah satu komponen yang mendukung pembangunan nasional adalah tersedianya lembaga intermediasi yang mempunyai fungsi menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya. Lembaga intermediasi yang ada dibedakan dalam 3 kategori yakni :

- a. Berbentuk Bank tunduk pada Undang-Undang Pokok Perbankan

- b. Berbentuk Koperasi Simpan Pinjam tunduk pada Undang-Undang Koperasi
- c. Lembaga Keuangan Mikro lainnya yang belum diatur undang-undang

Lembaga keuangan mikro yang membantu mengembangkan iklim wirausaha di Indonesia diatur dalam Surat Edaran Menteri Keuangan No. SE-31/MK/2000 tanggal 5 Mei 2000 tentang Pelaksanaan Program PUKK. Dalam hal ini Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi mengacu kepada Surat Keputusan Menteri Keuangan No.316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994 yang menggantikan Surat Keputusan Menteri BUMN/Kepala Badan Pembina BUMN No. Kep.216/M-PBUMN/1999 tanggal 28 September 1999. Sumber pendanaan dari Program Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK) berasal dari penyisihan laba BUMN termasuk saldo dana Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK) tahun-tahun sebelumnya yang merupakan sumber pendanaan utama dalam merealisasikan terwujudnya pemerataan kehidupan perekonomian masyarakat melalui kemitraan dengan para pengusaha kecil dan koperasi serta lingkungan masyarakat sekitarnya.

J. ANALISIS RESIKO USAHA

1. Analisis Resiko Usaha

- a. Resiko yang dihadapi ketika perekonomian tidak stabil adalah akan terganggunya produktivitas yang akan dihasilkan.

- b. Dari segi keamanan, masih banyaknya ancaman-ancaman dari pihak tertentu yang mengambil keuntungan dari usaha ini.
- c. Ketidakpastian alam yang tidak kita ketahui akan datangnya suatu bencana alam seperti gempa dan banjir.
- d. Perubahan selera pasar yang kemungkinan akan terjadi.
- e. Kebijakan pemerintah yang sewaktu-waktu akan berubah.
- f. Ketidaktersediaannya bahan baku dan bahan penolong untuk menghasilkan produk usaha.
- g. Kurangnya pengetahuan masyarakat akan manfaat dari jamur tiram yang memiliki banyak manfaat dan khasiat.
- h. Masih sedikitnya pembudidaya jamur tiram di kota Medan dan sekitarnya sebagai bahan baku utama usaha ini.

2. Antisipasi Resiko Usaha

- a. Dengan modal dan cadangan modal yang besar akan dapat mengatasi ketika perekonomian tidak stabil.
- b. Dengan antipasi dalam menghadapi ketidakpastiaan alam dapat dilakukan dengan cara menjaga kebersihan lingkungan sekitar.
- c. Untuk mengantisipasi perubahan selera pasar, produsen akan mencari inovasi dalam mempertahankan usaha dengan menjadi perusahaan yang inovatif.
- d. Dalam mengantisipasi kebijakan pemerintah, kita dapat mentaati

peraturan yang telah ditetapkan pemerintah.

- e. Dalam mengatasi ketidaktahuan masyarakat akan manfaat jamur tiram ini dapat dilakukan dengan media yang mendukung. Usaha ini juga mendorong masyarakat untuk mengetahui manfaat dan khasiat dari jamur tiram ini.